



## Werbung einmal anders

Drei Start-ups mit **neuen Ideen** zu **Reklame & Co.**

In der Zeit hat man nicht mal eine Tasse Kaffee getrunken. Oder diesen Text gelesen. Exakt 30 Sekunden dauern die Werbe-Videos, die Toologo in Geschäften und Restaurants, Cafés und Arztpraxen dreht. Ein Produkt auf die Schnelle, das die Einsatztruppe des jungen Düsseldorfer Unternehmens bietet. Mit Erfolg. Nur wenige Monate am Markt, haben bisher schon über 2.500 Firmen die Dienste von Toologo in Anspruch genommen. Nach Düsseldorf, Köln und Essen sollen nun zügig weitere deutsche Großstädte erobert werden – Tempo gehört offenbar zur Unternehmensphilosophie.

### AUF DIE SCHNELLE

Am Anfang stand eine Erkenntnis: „95 Prozent aller Unternehmen haben kein Video von ihrem Betrieb“, sagt Initiator Wolfgang Manasterni. Die meisten würden offenbar befürchten, so ein Werbefilm sei zu teuer, mit zu großem Aufwand verbunden und würde zu viel Unruhe in den Betrieb bringen. So entwickelte Manasterni ein Konzept, „das all diese Bedenken vom Tisch wischt“ und setzte es mit einem stetig wachsenden Studenten-Team um.

Inzwischen arbeiten über 60 angehende Betriebswirte, aber auch Geisteswissenschaftler für Toologo. „Und es werden täglich mehr.“

Sie werden von professionellen Kameraleuten und Cuttern geschult, um dann mit Handy und Stativ Kurzvideos in Unternehmen zu drehen – zum Festpreis von 119 Euro. „Da sagt eigentlich keiner nein“, so Manasterni. Auf der Internetseite von Toologo sieht man das Team im Einsatz – ob in einer „Fromagerie“ in Oberkassel oder in einem Restaurant in Friedrichstadt. Und mittlerweile führen die Studenten auch die Einstellungsgespräche selbst und schulen Neulinge.

„30 Sekunden reichen tatsächlich aus, um die wesentlichen Bilder eines Unternehmens unter alltäglichen Bedingungen zu präsentieren“,

FIRMAFOTO



Die Fotobox von Gadplan im Einsatz: Blogger nutzen die Hashtagwall für den Kunden Lillet auf der Schuhmesse Düsseldorf.

erläutert Initiator Manasterni. Da wird dann beispielsweise ein Restaurant von außen und innen gezeigt, die Kamera schwenkt in die Küche, weiter zu Theke, auf die dekorierten Teller – und zeigt schließlich glückliche Genießer, die gerade Pasta um die Gabel wickeln. „Unsere Kunden nennen uns ihre Schokoladenseite, und wir erledigen den Rest – mit minimalem Aufwand.“

Im Produktionsbüro wird dann das Video (von seinen Machern Toologo genannt) geschnitten und mit Musik unterlegt. Die Kunden können damit auf ihrer Internetseite werben oder das Video wie einen Flyer verschicken. So haben einige Restaurants gleich mehrere Filme geordert, um ihr Angebot zu dokumentieren – vom Tanz in den Mai bis zur großen Hochzeitsfeier. Auch eine große Bäckereikette ließ sich von den Ruckzuck-Videos überzeugen und gab von all ihren Filialen 30-Sekunden-Einblicke

**Start-up ist ein schillernder Begriff. Er bezeichnet junge Unternehmen, die entweder über eine innovative Technologie oder ein innovatives (= skalierbares) Geschäftsmodell verfügen und auf schnelles Wachstum angelegt sind. In unserer Serie „Start-ups“ stellen wir Unternehmen vor, auf die diese Eigenschaften zutreffen, die nicht älter als fünf Jahre sind und die ihren Sitz in Düsseldorf oder dem Kreis Mettmann haben. In diesem Teil werden vorgestellt: Die Toologo UG (haftungsbeschränkt), die Gadplan GmbH und die Bewegtbildhelden Bechtloff-Loss GbR.**

in Auftrag. Jedenfalls sind die Macher schon wenige Monate nach Firmengründung überzeugt: Toologo macht der Werbung Beine. ([www.toologo.com](http://www.toologo.com))

#### IDEEN IM KASTEN

Neulich ist er wieder mal nach Mallorca geflogen, wie so oft in letzter Zeit. Im Gepäck hatte Mathis Wienand allerdings nicht die üblichen Badesachen, sondern einen quadratischen Kasten aus Metall. In dieser Box steckt der Kern seines Business: eine Kamera – und jede Menge Ideen.

Jeder liebt Fotos von sich. Aber der Wunsch, Bilder in allen Lebenslagen von sich zu besitzen, war noch nie so stark ausgeprägt und leicht umsetzbar wie in Zeiten des Selfies, der Selbstbespiegelung mit dem Handy. Als hiesie die neue Philosophie: Ich fotografiere mich, also bin ich. Diesen Trend macht sich eine Düsseldorfer Agentur für Fotoaktionen zunutze – auch für Werbung der anderen Art.

Mathis Wienand, der seit seinem 18. Lebensjahr als Fotograf arbeitet, hat die Gadplan GmbH im Februar 2016 zusammen mit seiner

