

Mal was ganz Anderes

Kalbfleischproduzent Brüninghoff setzt beim neuen Unternehmens-Imagevideo auf Spannungsgeladenes Infotainment. Der investigativ-recherchierende Journalist „Hasso Scharf“ bekommt im Restaurant beim Warten auf sein „Schnitzel Wiener Art“ bzw. „Wiener Schnitzel“ den Auftrag für eine scharfe Enthüllungsgeschichte und zieht los – nicht gerade erfolgreich.

Die Lust, bei anderen etwas Schlechtes zu entdecken, einen Skandal aufzudecken, ist nicht nur für eine bestimmte Spezies von Journalisten typisch. Auch der gemeine Zuschauer, Bürger und Konsument lässt sich gerne informieren und unterhalten, wenn die Sache spannend gemacht ist – sei es ein Buch, ein Zeitungsartikel oder ein Film. Diesen „negativ motivierten, starken Aufmerksamkeitsfaktor zu

nutzen“, das war auch die Idee der Werbeagentur des Hauses „Brüninghoff Kalbfleisch“. Wo andere Unternehmen gerne in Übereiferkeit erstarren und Bedenken haben, einmal neue, andere Wege des Image-Transportes zu beschreiten, zeigte sich die Mannschaft um Senior-Chef Josef Brüninghoff offen für Neues.

So entstanden das Drehbuch und der Film, der ein wenig an die Machart der „WISO ermittelt“-Filme erinnert, aber doch eine eigenständig andere Note aufweist. Mehr Witz, Selbstironie und das gute, für den Auftraggeber des Journalisten enttäuschende Ende machen den Hasso-Scharf-Film zu einem „ganz neuartigen Stil von Unternehmensfilm, der bei unseren Kunden beste Resonanz gefunden hat“, freut sich das ganze Brüninghoff-Team über die erfolgreiche Um-

setzung und Resonanz. „Vor allem ist es gelungen, den richtigen Mix zu finden zwischen Information und Unterhaltung“, unterstreicht Jan Roggenkamp, einer der beiden Junior-Geschäftsführer bei Brüninghoff. „Uns war natürlich auch sehr wichtig, dass das Wesentliche rüberkommt und verstanden wird, sprich die lückenlose Qualitätskette in unserer Produktion von Herkunft und Aufzucht der Tiere über die Schlachtung und Zerlegung bis hin zu den fertig verpackten Produkten, die wir unseren Kunden nach Wunsch und Bedarf auch maßgeschneidert portioniert liefern.“

Aber nicht nur die Qualität der Produktion an sich sollte transportiert werden. Auch die „Beweisebene“ war für Brüninghoff wichtig. Jan Roggenkamp erläutert: „Als wesentlicher Aspekt kommt die Dokumen-

tation hinzu. Der Film zeigt nämlich auch, wie kontrolliert und bis ins Detail dokumentiert die Prozesse in unserer Produktion ablaufen. Für unsere Kunden ist dies ein entscheidendes Kriterium. Denn immer mehr Kunden stellen zurecht kritische Fragen. Eben darum ist der umgekehrte Ansatz des Filmes, die kritische Perspektive, umso passender und wirklichkeitsnahe.“

Was Hasso Scharf alles sieht und immer frustrierter entdeckt, um am Ende dann zu einem ganz anderen Ergebnis zu kommen, als es sein Auftraggeber von ihm haben wollte, das kann man auf der Website des Unternehmens (www.brueninghoff.net) und inzwischen auch auf YouTube sehen. Dort genügt die Eingabe des Suchbegriffs „Hasso Scharf“ und schon lässt sich der neue Brüninghoff Kalbfleisch-

Imagefilm starten. Auch in der neuen Imagebroschüre des Hauses taucht Hasso Scharf in Wort und Bild immer wieder auf. Der Erfolg der Idee einerseits sowie aus werbestrategischer Sicht die Homogenität und Synergie der Kommunikationsmittel im Rahmen einer integrierten Kampagne sind dafür die naheliegenden Gründe.



„Fortsetzung folgt!“ Das Familienunternehmen auf Erfolgskurs: Firmengründer Josef Brüninghoff flankiert von seinen Nachfolgern Jan Roggenkamp (links) und Tobias Brüninghoff (rechts)

Von der Milch bis zum Schnitzel

Wer „deutsches Kalbfleisch“ sagt, meint meist Kalbfleisch von Brüninghoff. Das familiär geführte Unternehmen bietet eine Wertschöpfungskette, die bei der Milch für das Kälberfutter beginnt und bis zu geschnittenem und portioniertem Kalbfleisch reicht.

Josef Brüninghoff hat vor 50 Jahren sein Gewerbe angemeldet und ist heute mit 100 Mitarbeitern ein führender Spezialanbieter in der Fleischwirtschaft. Bei Brüninghoff in Bocholt sind alle Produktionsstufen von Futtermitteln und Aufzucht bis Schlachtung und Zerlegung vereint. Betriebsstrukturen, die zwei oder mehrere Produktionsstufen integrieren, bieten generell ein Plus an Sicherheit und erleichtern die Rückverfolgbarkeit. Am Anfang dieser Kette steht der Einkauf der Kälber, die dann ein

Alter von etwa 21 Tagen haben. Die Herkunft der Kälber sind die Heimatregionen der großen deutschen Milchviehbetriebe.

Die Vorstufen umfassend integriert

Aus der Milchwirtschaft kauft der Spezialanbieter auch die wesentlichen Komponenten für das Kälberfutter: Magermilch und Molke wird in flüssiger Form gekauft. Im Gegensatz zum üblichen Kauf von getrockneten Milchprodukten bietet dieses Futter wichtige Qualitäts- und Umweltvorteile: Der Nährstoffgehalt ist besser, das Futter kann im Laufe der Periode der Aufzucht flexibel angepasst werden und es entfällt eine sehr energieaufwändige Verflüssigung der Trockenkomponenten. Somit leisten die Bocholter einen Beitrag zum Umweltschutz und zum Entfall von

Transportwegen. Dass Brüninghoff nicht nur Einfluss auf die landwirtschaftliche Vorstufe nimmt, sondern sie umfassend integriert hat, ist eine zentrale Säule des Qualitätsversprechens.

Wer durch den Schlacht- und Zerlegungsbetrieb im Bocholter Industriegebiet geführt wird, erlebt Spezialistenum – von der Milch bis zum Kalbsschnitzel. Es ist einfach, die Alleinstellung des Unternehmens zu erklären: Diese betrifft etwa die 60 Standorte der Kälberställe, an denen die vertraglich gebundenen Landwirte die Aufzucht nach den Vorgaben von Brüninghoff durchführen. Die Ställe gehören dabei den Bauern. Die Kälber – zwischen 200 und 4000 pro Bauernhof – sind von Anfang an Eigentum von Brüninghoff. Die Transportdauer von einem dieser Ställe zum Schlachthof ist für kein Kalb

länger als eine Stunde. Dieses Spezialistenum prägt das Unternehmen in allen Bereichen. Da ist die Spezialisierung auf deutsches Kalbfleisch (DDDD = Geburt, Aufzucht, Schlachtung und Zerlegung in Deutschland). Da ist die Spezialisierung der Mitarbeiter – so sind in der Zerlegung



Zerlegung mit Benutzerführung an jedem Arbeitsplatz

ausschließlich eigene Mitarbeiter beschäftigt, viele davon seit über 25 Jahren. Und da ist die Spezialisierung auf „Kalbfleisch nach Wunsch“, denn es werden alle nur denkbaren Kundenwünsche, etwa hinsichtlich Teilstückzuschnitt oder Verpackung erfüllt.



Zuschnitt, Verpackung und Lieferung „à la carte“ – Bei Brüninghoff bekommen die Kunden jedes Produkt genau so, wie sie es möchten



Ein ganz besonderes Qualitätsversprechen Viermal „Deutschland“

- 1 Geburt in Deutschland
- 2 Aufzucht in Deutschland
- 3 Schlachtung in Deutschland
- 4 Zerlegung in Deutschland

Josef Brüninghoff GmbH & Co. KG
Mussumer Ringstraße 10 · 46395 Bocholt
Fon +49 (0) 2871 25275 0 · Fax +49 (0) 2871 25275 33
info@brueninghoff.net · www.brueninghoff.net

Brüninghoff

Bestes Kalbfleisch genießen!



Sehen Sie den außergewöhnlichsten Imagefilm des Jahres!
Einfach QR-Code mit dem Smartphone einscannen und mehr erfahren.