

PSF Film + Video feiert 20-jähriges Jubiläum

„Wir waren von Anfang dabei“

Tutzing – Bei PSF Film + Video gibt es reichlich Anlass zu feiern. Denn der auf Fitnessvideos spezialisierte Programmanbieter begeht in diesem Jahr sein 20-jähriges Jubiläum.



„Tele-Gym“ ist eine Eigenproduktion von PSF



WeiB, wie man Fitness vor dem TV einem breiten Publikum zugänglich macht: Christina Stückl, PSF

Gegründet wurde die Firma 1990 von Peter Stückl zur Vermarktung der Filmrechte aus seiner Filmproduktion. Doch bereits seit den 1970er-Jahren produziert er Mitmachgymnastik für das Fernsehen. „Ganze Familien turnten begeistert mit Skigrößen wie Rosi Mittermaier und Hansi Hinterseer“, resümiert Christina Stückl, Vertriebsleiterin von PSF Film + Video.

„Wir waren von Anfang dabei und verfügen nach all den Jahren über einen sehr großen Erfahrungsschatz, wie man Fitness vor dem Fernseher einem breiten Publikum zugänglich macht.“ Aushängeschild von PSF ist die Serie „Tele-Gym“. „Sie wird als Fernsehproduktion für den Bayerischen Rundfunk produziert. Die DVDs sind gewissermaßen ein Nebenprodukt“, erläutert die Schwiigertochter des Unternehmensgründers. Insgesamt 32 Staffeln mit jeweils acht bis zehn Sendungen wurden bislang produziert. Derzeit sind 29 DVDs erhältlich. Im März kommt mit „Yoga Pilates 50 Plus“ eine neue hinzu. Als „Bestseller und Evergreen schlechthin“ bezeichnet sie

„Aerobic für Einsteiger und Fortgeschrittene mit Christiane Reiter“. „Davon haben wir rund 500.000 Einheiten verkauft.“ Dicht dahinter folgt „Wirbelsäulengymnastik mit Dr. Carlo Bussi“ mit „in etwa denselben Stückzahlen“. Zurzeit sei Yoga „das Thema schlechthin“, immer gefragt“ seien DVDs zum Thema Rücken- und Problemzonentraining. „Zumindest auf DVD absolut out“, verrät Christina Stückl, „sind Skigymnastik und Nordic Walking.“ Absatzspitzen registriert sie vor allem in der kalten Jahreszeit: „Unsere Umsätze steigen ab September an, erreichen im Dezember und Januar die Spitze und halten sich noch gut im Februar und März.“ Gelegentlich profitiert sie von kalten und regnerischen Sommern. „Schlecht fürs Gemüt, aber gut fürs Geschäft“, bringt sie es auf den Punkt. Bei der Vermarktung spielt nach wie vor die tägliche Sendung im Bayerischen Rundfunk „eine wesentliche Rolle“. Schließlich wird im Anschluss auf die DVDs hingewiesen. „Hier erreichen wir die meisten möglichen Neukunden“,

erklärt die PSF-Frau. Rund 60 Prozent der Umsätze erzielt sie im Direktvertrieb über den Katalogversand, den Onlineshop oder die TV-Sendung. Die verbleibenden 40 Prozent entfallen auf den traditionellen Handel. Vor allem auf Buchgrossisten und Katalogversender, die PSF selbst betreut. Um sich weitere Absatzkanäle zu erschließen, arbeitet PSF seit 2008 mit cms constructive media service zusammen. Die Vertriebsfirma aus Bretzfeld betreut für PSF Ketten wie Müller und Saturn. „Mit dieser Zusammenarbeit sind wir sehr zufrieden“, betont Christina Stückl. Doch auch PSF selbstvertriebt Fitnessvideos anderer Anbieter. „Diese Fremdproduktionen machen in Stückzahlen zwar nur etwa zehn Prozent unserer Gesamtverkäufe aus“, erklärt sie. „Wir haben uns als einer der Anbieter für Fitness- und Mitmach-DVDs profiliert und möchten unseren Kunden ein möglichst breites Angebot präsentieren.“ Ob es in diesem Jahr eine neue „Tele-Gym“-Staffel geben wird, ist indes noch unklar. „Was die aufwendige Neuproduktion betrifft, sind wir von den Budgets unseres Kooperationspartners BR abhängig“, erklärt Christina Stückl. „Wie immer haben wir viele Konzepte in der Schublade liegen, und ich denke, ein bis zwei Fitnessthemen werden wir realisieren.“ hm