



Honig aus dem eigenen Bienenstock: Julian Pufe (von links), Dijana Sencia und Steffen Bauschlicher präsentieren das etwas andere Werbegeschenk.

Nachhaltig und mit guter Story

Obertshausener Unternehmen K+M zeigt Werbemittel-Trends

VON THOMAS HOLZAMER

Obertshausen – Umweltfreundlich, unter sozialen Arbeitsbedingungen produziert und fair gehandelt – kaum eine Branche kommt inzwischen noch am Thema Nachhaltigkeit vorbei. Das trifft auch auf den Handel mit kleinen Geschenken zu, in dem sich die Firma K+M Werbemittel einen Namen gemacht hat. Alljährlich lädt das Obertshausener Unternehmen, dass fast alle DAX- und zahlreiche international agierende Großkonzerne zu seinen Kunden zählt, zur Werbemittel-Messe an den Standort an der Georg-Kerschensteiner-Strasse ein. Dort kommt sich gestern mehrere Hundert Vertreter der Kundennunternehmen einen Überblick über die neuesten Trends bei den sogenannten „Give-aways“ verschaffen, jene kleinen und manchmal auch größeren Werbegegenstände, die Firmen helfen sollen, bei ihren potenziellen Kunden im Gedächtnis zu bleiben.

Bei den Produkten wird Einfallskraft groß geschrieben, wie die mehr als 60 Aussteller an ihren Standen beweisen. Denn allein mit Kugelschreibern, die ein Firmenlogo tragen, lässt sich längst kein Blumentopf mehr gewinnen. Im Fokus steht

hingegen mehr und mehr das Thema Nachhaltigkeit, dem sich die Obertshausener bereits seit rund fünf Jahren widmen. „Als wir damals das erste Nachhaltigkeitsseminar zu unserer Messe angeboten haben, nahmen das viele noch nicht so ernst“, erinnert sich Geschäftsführer Roland Liederbach. Das hat sich inzwischen geändert, weiß der Werbeprof.

„Am Ende des Tages geht doch nicht immer alles nur ums Geld.“

Roland Liederbach
Geschäftsführer

Sicher spiele bei seinen Kunden letztlich noch immer das Budget eine große Rolle, aber auch der soziale Aspekt rücke zusehends in den Vordergrund, nicht zuletzt, weil inzwischen auch die Großindustrie nachhaltige Produkte verstärkt nachfrage. „Am Ende des Tages geht dann doch nicht alles nur ums Geld“, ist er sich sicher. Denn auch die Unternehmen profitieren von der zugleich meist höheren Qualität der nachhaltigen Werbemittel. Denn ein wertiges Produkt behalten die Beschäftigten in der Regel länger als einen billigen Wegwerfartikel – die Wirkung für das



Kaffeekochen in der Tüte: Sebastian Römer demonstriert die praktische „Kaffeemaschine“ für unterwegs. FOTOS: THH

Unternehmen streige damit deutlich, so die einfache Rechnung.

Ein weiterer Vorteil der nachhaltig produzierten Give-aways ist die Möglichkeit mit diesen eine Geschichte zu erzählen und dadurch auch ein gutes Gefühl bei jenen zu wecken, die das kleine Geschenk später überreicht bekommen, wissen die Profis. So etwa bei der neuesten Idee, die Sebastian Römer für

später wieder mit einem Löffel frischen Kaffeepulvers befüllen und so bis zu 15 mal wiederverwenden, erläutert Römer. Und mit Tee statt Kaffee gibt es das Werbegeschenk mit individueller Botschaft auch.

Das eigene Hobby zum Produkt gemacht hat Steffen Bauschlicher von der Zoofi GmbH. Unter dem Label „Bees we love“ können Unternehmen selbst erzeugten Honig als Werbemittel verschicken. Dabei kauten Firmen einen oder mehrere Bienenstöcke, um die sich sein Unternehmen kümmert. „Zum Ende des Bienenjahres bekommen die Kunden dann den Honig mit einem individuellen Etikett zum Verschenken“, erläutert Bauschlicher.

Eine Kooperation zum Thema Honig haben auch die Obertshausener von K+M vor rund einem dreiviertel Jahr gemeinsam mit der Deutschen Bahn ins Leben gerufen. Und das „Gleisgold“, das Bienen auf DB-Flächen sammeln, kommt gut an, berichtet Liederbach.

So verwundert es auch nicht weiter, dass nachhaltige Werbemittel wie Trinkflaschen aus Recyclingkunststoff oder Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen ebenso im Trend liegen wie Gadgets fürs Smartphone.