

Hübscher Lockstoff für die Kundschaft

Hausmesse der Firma Kolibri für Werbemittelhersteller im Meilenwerk bietet Einblick in eine bunte Welt

VON DIRK HAMANN

BÖBLINGEN. Am Eingang der Legendenhalle im Meilenwerk auf dem Flugfeld stehen Herren in edlem Zwirn und Damen in feinen Kostümen vor einem Schalter, um sich zu akkreditieren. Drumherum tummeln sich freundlich lächelnde Frauen, einheitlich in Schwarz gekleidet, verziert mit giftgrünen Plastikbrillen auf dem Haaransatz getragen. Mitarbeiter der Waiblinger Firma Kolibri, die am gestrigen Dienstag zur Hausmesse für Werbemittelhersteller eingeladen hat. Motto der Veranstaltung: „Werbung für alle Sinne.“

52 Aussteller präsentieren sich in der Legendenhalle, umgarnen Einkäufer aus der Industrie, damit sich diese für ihre Betriebe mit Werbemitteln eindecken, die schließlich Kundschaft beglücken und zum Konsum anregen sollen. Hier ein Anbieter, der Tassen in ausgefallenen Formen und in der kom-

pletten Farbpalette zur Schau stellt, dort ein anderer, der Schaumstofffiguren anbietet, die darauf warten, von frustrierten Menschen kräftig durchgeknetet zu werden. „Das Modell, das aussieht, wie ein Bündel 50-Euro-Scheine, eignet sich bestimmt gut für den südeuropäischen Markt“, scherzt der Mann, der seine Produkte in der bunten Welt der – neudeutsch – Give-Aways möglichst breit streuen will. In der Nachbarschaft gibt's Getränke aus Tuben, solarbetriebene LED-Leuchten, Taschenrechner, Taschen, Mützen, Bekleidung, Uhren, USB-Sticks, die sich als schmuckes Armband tragen lassen. Lauter hübsche Dinge, die mit einem Firmenlogo versehen, bei Kunden nachhaltigen Eindruck hinterlassen sollen.

Zum ersten Mal gastiert Kolibri mit seiner Hausmesse im Meilenwerk. Zuletzt durften die Museen von Daimler und Porsche als exquisiter Ausstellungsort dienen. „Es ist auch in dieser Hinsicht wichtig, immer wieder etwas Neues zu bieten“, ver-

rät Heiko Ziegler, Gründer und Geschäftsführer von Kolibri. Wohl wissend, dass eine gut ausgewählte Lokation für die Veranstaltung hilft, diese zum Erfolg werden zu lassen – an Konkurrenzmessen mangelt es schließlich nicht.

Noch härter umkämpft ist es, die Gunst der Industrie für Werbemittel zu ergattern. Ein schnöder Kugelschreiber, mit einem Firmenlogo bedruckt, reicht schon lange nicht mehr, um für Verückung zu sorgen. Wenn schon Kuli, dann in ausgefeilter Form und in exquisiter Farbgestaltung. Die Branche ist dazu verdammt, ständig Neues zu entwickeln oder vorhandenes, gut laufendes, Werbematerial zu verfeinern und auszugestalten. Im Kommen ist derweil ein Produkt, das die Firma Jung in Vaihingen/Enz zum Leben erweckt hat: Eine Getränkeverpackung, die aussieht wie eine Dose aber keine ist. „Kann bei Public-Viewings oder Großveranstaltungen verteilt werden“, erklärt der geschäftsführende Gesellschafter Joerg



Ein schnöder Kuli mit Aufdruck nach Wahl ist bei der Werbemittelmesse in der Legendenhalle nicht gefragt: Wenn schon Kugelschreiber, dann in ausgefeilter Form und in schillernden Farben. KRZ-Foto: Thomas Bischof

Dennig. „Es wird auch in unserem Bereich immer wichtiger, Dinge anzubieten, die einen Nutzen haben und funktionieren.“ Ebenso innovativ: Ein Eierbecher in iPod-Form, ein Notizenhalter, der sich aus stapel-

baren Magneten in Kieselsteinform zusammensetzt. Echte Hingucker, die darauf warten, durch neue abgelöst zu werden. Zur stetigen Befriedigung aller Sinne durch Werbemittel.