

Pfiffige Ideenschmiede für Werbeartikel

Der klassische Kugelschreiber war gestern. Heute sind Sonderanfertigungen für Werbe- und Geschenkartikel unverzichtbar, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Ein Spezialist, der sich dabei deutschlandweit einen Namen gemacht hat, ist die Firma Global Innovations aus Longuich.



Vom Biegelöffel bis zum singenden Zahnputzbecher: Torsten Münch und seiner Mitarbeiterin Susanne Keil gehen die Ideen für pfiffige Produkte nicht so schnell aus. Fotos (2): Privat

Longuich: Was tun, wenn Kinder nicht gern Zähne putzen? Kein Problem, dachte sich Torsten Münch, Chef von Global Innovations in Longuich (Kreis Trier-Saarburg): "Ein Werbeartikel muss begeistern, muss jeden Tag zum Einsatz kommen", lautet seine Devise - und er erfindet den singenden und leuchtenden Zahnputzbecher.

Ein Geschenk- und Werbeprodukt, das seit seiner Vermarktung Maßstäbe gesetzt hat und dem pfiffigen Unternehmer aus Longuich im Jahr 2010 den begehrten Promotional Gift Award der europäischen Werbemittelbranche eingebracht hat (siehe Extra). Immerhin gut 60 000-mal ist der Becher, der aus einem Designwettbewerb heraus entstanden ist, inzwischen verkauft worden. Und eine Weiterentwicklung mit einem Mini-USB-Anschluss fürs Abspielen der eigenen Musik ist auch in den Startlöchern.

Produkte, die sich abheben

Denn bei Torsten München gibt es keine Produkte von der Stange - darauf legt er Wert. Für Sonderanfertigungen ist er deshalb in der Branche bekannt - deutschland- und europaweit, vor allem bei großen und namhaften Kunden wie Barilla, Bayer, Griesson-de Beukelaer, der Drogeriekette Müller oder dem Supermarktriesen Rewe. Ob Verkaufsfaktionen im Supermarkt, Werbeartikel als Zugabe zum Produkt oder Gewinnspiele - für jeden Kunden entwickelt Global Innovations das passende Produkt. Dabei liest sich die Geschichte des Unternehmens und seines 37-jährigen Chefs wie die eines hollywoodreifen Films mit dem Titel "Der Selfmade-Unternehmer": Als Student reist Torsten München für einige Monate nach Australien, will neben Urlaubserfahrungen auch berufliche in Vertrieb und Marketing sammeln. Weil er im Auftrag eines Importeurs für Geschenkartikel einen Rekordumsatz erzielt, bietet ihm sein Chef an, in Deutschland einen Vertrieb für Weltzeitrechner und Einwegkameras aufzubauen. München hat Geschick, gründet mit 30 000 Euro Startkapital 2001 Global Innovations Germany - und kann schon zwei Jahre später seinen Geldgeber inklusive Gewinn auszahlen sowie geschäftlich wie finanziell auf eigenen Beinen stehen.

Er setzt ganz auf Werbe- und Geschenkartikel sowie Sonderanfertigungen. "Ich möchte Werbung verkaufen, die sich abhebt und nicht aussortiert wird", sagt der Unternehmer. Sein Kunde müsse sich anhand eines Werbeartikels bemerkbar machen, müsse viel Funktionalität in das Produkt stecken, damit es später nicht in der Schublade verschwindet. Beispiel Kugelschreiber: So hat München mit seinem Team für einen Duschschauch-Hersteller einen Schreiber entwickelt, der als Mienenhalter einen Teil des Duschschauchs enthält. Und eine edlere Kugelschreiber-Variante mit Swarovski-Kristallen und integriertem Parfümzerstäuber gibt es auch noch.

Das Plus für Global Innovations: Dank seiner Kontakte nach Australien hat Torsten München Zugriff auf asiatische Produktionsstätten. Etwas, was für viele Einsteiger eine große Hürde ist. Für die Fabriken in China, Indien oder Südeuropa gilt: Umfangreiche Qualitätsüberwachung und Kontrolle der Lebens- und Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter. "Wir bezahlen Qualitätsteams, die die Standards prüfen, die wir selbst vorgeben", sagt München - und dies betreffe häufig mehr als die vorgeschriebenen Gesetze und Regeln, was Ausbildung, Material und Sicherheit angehe. "Da fallen schon mal 80 Prozent aller Betriebe in Asien raus", weiß er von Besuchen vor Ort.

Zugriff auf 90 Patente

Dank der Beteiligung an einem Patentvermarkter hat das Unternehmen von der Mosel inzwischen auch Zugriff auf 90 Patente. Dadurch hat das Unternehmen bei einem jährlichen Umsatz von rund einer Million Euro und mehreren Millionen verkaufter Geschenkartikel bis nach Saudi-Arabien eine Größe in der Branche erreicht, so dass München auch ohne konkreten Kundenauftrag Ideen entwickelt und anbietet. Was viel Abstimmungsarbeit erfordert. Wie bei der Entwicklung des Freundschafts-Flaschenöffners, mit dem man gleichzeitig zwei Getränke öffnen kann: Global Innovations macht Vorschläge, dank der Zusammenarbeit mit den Universitäten in Trier (Marketing) und Magdeburg (Design) gibt es Entwicklungsstudien und Prüfungen auf Umsetzbarkeit. Allein dieses Prozedere dauert mehrere Monate.

Die pfiffigen Ideen gehen dem zehnköpfigen Kreativ- und Entwicklerteam dabei nicht aus. Sei es, dass sich passionierte Erfinder gleich bei München melden oder er für seine Lieblingszielgruppen "Männer und Kinder" Produkte entwickelt: "Es reicht nicht, nur ein Produkt zu verkaufen, sondern dahinter muss auch eine Geschichte stehen", sagt der Ökonom. Weshalb das Unternehmen nun auch verstärkt den regionalen Markt im Blick habe.

Aber auch deutschland- und europaweit könnte Torsten München mit seinem Team auf den nächsten Erfolg abonniert sein. Schon seit 2007 arbeitet er zusammen mit den Kooperation-Unis an dem System "Polytaksys". Mit Hilfe der Nanotechnologie wurde ein Gewinnspielprozessor entwickelt, der im kommenden Jahr erstmals im Handel oder der Lebensmittelbranche zum Einsatz kommen soll. Zeitlich dosierte Werbe- oder Gewinnbotschaften in hauchdünne Schichten gepackt geben nach einem festen Zeitraum Informationen ab. Eine Revolution für Handel und Marketing. Denn der Prozessor soll nicht nur Zeitangaben erfassen, sondern auch die Lagertemperatur etwa von Milch im Tetra-Pak erfassen - quasi ein elektronisches Mindesthaltbarkeitsdatum für alle Verbraucher, made in Longuich.



Der Doppelflaschenöffner: Von der Idee bis zur Produktion dauert die Entwicklung oft mehrere Monate.

Extra

Der Promotional Gift Award (PGA) ist ein seit 2002 etablierter, internationaler Wettbewerb zur Prämierung innovativer und zukunftsweisender Werbeartikel. Jährlicher Stifter ist der WA Verlag in Köln, Mediendienstleister der europäischen Werbeartikelbranche. In seiner Ausrichtung ist dieser Promotional Gift Award bildet deshalb echte Alleinstellungsmerkmale ab. Preisträger heben sich somit von ihren Wettbewerbern ab. Sas

Artikel aus dem Trierischen Volksfreund vom 08.10.2013