WIRTSCHAFT IN DER REGION

Ausgefallene Ideen als Marken-zeichen

Foto: Martin Recktenwald

Bastelfreuden: Torsten Münich probiert einen kleinen Ausklapp-Weihnachtsbaum aus, den er als Kundengeschenk für eine Schweizer Supermarktkette entwickelt hat.

Kaffeebecher aus Sonnenblumenkernhülsen, Keks-Stempel aus Zucker-

rohr und 100 Patente weltweit: Mit Global Inno-

vations gibt es in Longuich eine Kreativschmiede, die den Anspruch hat, selbst für gewöhnliche Dinge einen besonderen Dreh zu entwickeln. Ein Porträt.

VON MARTIN RECKTENWALD

LONGUICH | |Das Ungewöhnliche reizt Torsten Münich – nicht den Standardweg zu wählen. Eine seiner Lieblingsfragen im Gespräch mit Kunden ist daher: „Was wollten Sie denn schon immer einmal machen, aber alle haben Ihnen gesagt: Das geht nicht?“ Genau solche Produkte möchte er mit seinem Unternehmen Global Innovations Germany anbieten beziehungsweise neu entwickeln. Das Kerngeschäft sind Werbe- und Geschenkartikel. Selbst bei einfachen Dingen wie Kugelschreibern oder Trinkbechern – Geschäftsführer Münich stellt den Anspruch, stets einen besonderen Dreh mit reinzubringen.

Bei den Bechern bedeutet das beispielsweise, statt Kunststoff biologisch abbaubare Pflanzenteile für die Herstellung zu nutzen. Die neueste Weiterentwicklung dieser Trinkgefäße wird aus Sonnenblumenkernhüllen gefertigt, die bei der Speiseölproduktion als Abfall entstehen. Nach mehrmaligen Gebrauch und sogar Waschgängen in der Spülmaschine kann der Becher auf dem Gartenkompost in die Verwertung gehen.

Einen Klassiker von Global Innovations, den drei Millimeter flachen Keks-Stempel mit ausklappbarem Griff, gibt es inzwischen ebenfalls in einer nachhaltigeren Variante aus Zuckerrohr. Die Ur-Version dieser Stempel zum Bedrucken von Selbstgebackenem war als Werbebeilage für Gläser mit Nuss-Nougat-Creme entstanden. Weltweit hat Global Innovations bereits 25 Millionen dieser patentgeschützten Spezialstempel an mehrere Kunden verkauft.

Für die Entwicklung solcher Produkte greift das Unternehmen auf das Kreativpotential seiner Mitarbeiter am Standort Longuich zurück sowie auf inzwischen mehr als 100 Patente. Eine enge Zusammenarbeit mit der Hochschulforschung und eine Beteiligung an einem Werk in China erweitern die Umset-

zungsmöglichkeiten neuer Produktideen zusätzlich. „Durch das eigene Engagement in China haben wir einen Partner gewonnen, der unsere Arbeitsweise und Qualitätsanforderungen genau kennt und erfüllen kann“, erläutert Geschäftsführer Münich. Vor Ort in Asien ist man auch mit eigenen Mitarbeitern vertreten.

Anfang dieses Jahres ist die Kreativschmiede in Longuich in einen 800-Quadratmeter-Neubau umgezogen und plant nun weiteres Wachstum. Seinen Anfang hat das Unternehmen hingegen auf zwölf Quadratmetern im Zimmer einer Studenten-WG genommen. Genauer betrachtet, beginnt die Geschichte sogar mit einem noch kleineren Platzangebot: einem Rucksack. Denn Münich war nach seinem Studium als Diplom-Ökonom auf Backpacker-Tour in Australien unterwegs. „Das Land hat mich schon immer gereizt“, sagt er. Doch ihm ging es nicht allein um touristische Entdeckungen. Er wollte auch sein Ziel weiterverfolgen, möglichst viele Bereiche des Marketings kennenzulernen. So heuerte er vor Ort beim Unternehmen „Mongoose Trading“ an und bekam vom Chef eine Einstiegsaufgabe gestellt. Es galt, einen Rucksack voll mit drei verschiedenen Souvenir-Artikeln innerhalb eines Tages zu verkaufen. „Die Idee war vermutlich, dass ich Leute auf der Straße anspreche. Aber ich dachte mir: Warum?“, erzählt Münich.

Stattdessen fragte er in Supermärkten, ob sie die Ware in ihr Sortiment aufnehmen möchten. Der Erfolg bei diesem Ansatz überzeugte den australischen Chef und aus der geschäftlichen Zusammenarbeit entstand eine Freundschaft. Den neuen Firmennamen Global Innovations schlug Münich vor und gemeinsam engagierte man sich auf Märkten in Australien und Asien. 2001 gründete Münich dann das eigene Einzelunternehmen für Deutschland.

Ein neues Segment hat Global Innovations während der Corona-Krise für sich entdeckt: medizinische Bedarfsartikel. Vergangenes Jahr wurde kurzfristig auf die Produktion für FFP2-Schutzmasken umgestellt. 35 000 Masken aus dem verbliebenen Lagerbestand wurden jüngst gespendet. Ein Großteil ging an die Deutsche Post, die die Schutzartikel unter anderem an Flüchtlinge weiterver-

teilte. Nach guten Erfahrungen denkt Torsten Münich nun darüber nach, in Longuich einen neuen Unternehmensbereich für medizinische Produkte aufzubauen.

Konkreter sind die Pläne bereits für ein zweites Großprojekt. Nach rund elf Jahren Entwicklungszeit steht der „Open Monitor“ kurz vor der Markteinführung. Diesen in Aluminium schimmernden Aufkleber könnte man bald häufiger auf Joghurtbechern oder Getränkekartons entdecken. Denn er zeigt nach dem Öffnen der Packung mit Farbcode und Schrift an, wie lange das Produkt noch genießbar ist. Im Unterschied zum aufgedruckten Mindesthaltbarkeitsdatum misst der „Open Monitor“ dabei den tatsächlichen Zustand des Becherinhalts. „Die Folie reagiert unter anderem auf Temperatur und Feuchtigkeit. Je nach Lagerbedingungen verändert sich die Anzeige also in angepasstem Tempo“, erklärt Münich. Spätestens, wenn der Joghurt in Rot „Iss mich!“ anzeigt, werde es allerdings höchste Zeit. Inzwischen sei der „Open Monitor“ ausgereift und lasse sich mit einem Stückkostenpreis im niedrigsten Cent-Bereich herstellen. Der erste große Praxiseinsatz mit einem regionalen Partner soll in den nächsten Monaten an den Start gehen.

AGB

Datenschutz

Impressum

Datenerhebung

Datenschutzeinstellungen

© Trierischer Volksfreund
ALLE RECHTE VORBEHALTEN