

Brunsbüdel als Reklameträger

Bedruckte Einkaufstaschen: Gemeinsame Aktion von Gewerbeverein und Stadtmanagement

Von Michaela Reh

Brunsbüdel – Der Brunsbüdel ist da. Eine dunkelblaue Stofftasche, bedruckt zum einen mit dem nagelneuen Schiffs-Logo des Vereins für Handel, Gewerbe und Industrie Brunsbüttel (HGI), zum anderen mit einem Hinweis auf die Schleusenmeile.

Sie soll künftig zum Preis für einen Euro an Kunden verkauft werden anstelle von Plastiktüten. Ein gemeinsames Projekt von HGI und Stadtmanagement.

„Dabei sind wir nicht etwa auf den Zug des Weiherers und seines Bio-Bruns-Beutels aufgesprungen“, sagt HGI-Vorstandsmitglied Dietrich Wienecke. Mit seiner Brunsbütteler Postleitzahlen-Nummer hat der bayerische Liedermacher Christoph Weiherer in den vergangenen Wochen einen Internet-Hit gelandet, indem er dazu aufruft, an der Kasse auf die nervige Postleitzahlabfrage stets einfach die 25541 von Brunsbüttel zu nennen. In diesem Zuge verkauft er den sogenannten Bio-Bruns-Beutel, auf dem die Postleitzahl der Schleusenstadt gut leserlich aufgedruckt ist.

„Wir haben den Brunsbüdel schon im Mai in Auftrag gegeben, also lange bevor der Bayer bei uns im Norden bekannt geworden ist. Zu dem damaligen Zeitpunkt wussten wir noch nichts von dem Bio-Bruns-Beutel“, sagt Buchhändler Wienecke. Das bestätigt auch sein Vorstandskollege, Horst Franzenburg aus dem Herrentextilgeschäft Reese. Die Lieferzeit habe nur so lange gedauert, weil zurzeit viele Stofftaschen in Auftrag gegeben werden. Kein Wunder: Ab April 2017 wollen die Einzelhändler keine Plastiktüten mehr kostenfrei an ihre



Stadtmanagement und Gewerbeverein präsentieren gemeinsam den neuen Brunsbüdel (von links): Stadtmanagerin Anne-Merle Wulf, Nina Wöhst, Horst Franzenburg und Dietrich Wienecke.

Foto: Reh

Kunden verteilen – aus Umweltschutzgründen. „Man stelle sich ein Beispiel vor: Jemand kauft im Herrenmodegeschäft Reese einen teuren Anzug und soll dann an der Kasse noch 20 Cent für eine Plastiktüte bezahlen. Das geht irgendwie nicht“, sagt Wienecke. Deshalb habe sich der HGI überlegt, etwas Hochwertigeres, Wiederverwertbareres für den Transport der Ware zu verkaufen. „Unsere Tasche ist aus robu-

tem, reißfesten Stoff und hält lange“, sagt Wienecke. Für das Design ist die Firma Crossmedia aus Brunsbüttel verantwortlich, die auch den Druck der Taschen übernommen hat.

„Wir vom HGI haben 2000 Exemplare geordert, nur in einer derartigen Größenordnung sind sie einigermaßen erschwinglich.“ Für den einzelnen Händler sei das aber eine viel zu große Auflage. „Deshalb haben wir gemeinsam mit dem Stadt-

management beschlossen, die Beutel zu finanzieren“, sagt Wienecke. Ein Beutel kostet zwei Euro im Einkauf. „Die Händler bezahlen uns einen Euro pro Stück und verkaufen sie zu diesem Preis auch an ihre Kunden.“ Die andere Hälfte des Einkaufspreises teilen sich HGI und Stadtmanagement. „Die Beutel sind übrigens auch in der Tourist-Info erhältlich“, sagt Stadtmanagerin Anne-Merle Wulf.

Der Brunsbüdel soll laut HGI nicht nur eine einfache Tasche sein, sondern ein Identifikationsmerkmal. „Ich hoffe, sie wird im gesamten Norden getragen und macht Brunsbüttel überall bekannt“, sagt Dietrich Wienecke. Die Idee für den Namen – Brunsbüdel – stammt von Andreas Wohlert.

● Geschäftsleute können die Brunsbüdel zentral bei der Tourist-Info bestellen und abholen.