

ÖKOLOGISCHE WERBUNG: ÖKONOMISCH UND EXOTISCH

Nur bei wenigen Werbeagenturen steht die Umwelt im Vordergrund

ökologischen Prüfung stand. Auch die Werbemittel, die der Weinheimer vom Entwurf bis zur Realisierung einsetzt, sind umweltverträglich, die Zusammenarbeit mit einer zertifizierten Druckerei Ehrensache, der Einsatz von Ressourcen und Geld weitgehend ökonomisch durchdacht. Zum Kundenkreis zählen beispielsweise die österreichische Bergkräuter Genossenschaft, ein vegetarisches Spitzen-Restaurant, ein Kindermöbel-Hersteller, Abo-Kisten, ein pfälzischer Winzerverein, landwirtschaftliche und mittelständische Betriebe. Für die Kunden werden Jahreswerbepläne erstellt, Erscheinungsbilder gestaltet und Direktmarketingaktionen erarbeitet. Und al-



les im kleinen Team. Es versteht sich von selbst, dass Mahl-Anzinger der kurzen Wege wegen Privatwohnung und Büro unter einem Dach vereint hat.

Konsequent, aber nicht dogmatisch

„Es gibt inzwischen in fast allen Lebensbereichen ökologisch einwandfreie Produkte, warum gibt es noch so wenig ökologische Werbung?“

Die Frage bleibt vorerst unbeantwortet, aber die Tatsache an sich betrachtet **Martina Merz** von der Heidelberger Agentur merz punkt (Markenzeichen sind zwei Punkte auf dem "e") durchaus als Wettbewerbsvorteil. Als sich die studierte Grafik-Designerin vor zehn Jahren selbständig machte, war sie lange die Einzige weit und breit, die rigoros ausschließlich für Umweltprodukte warb. Die Spezialisierung auf umweltorientierte Kommunikation und Gestaltung hat sich in der Branche schnell herumgesprochen, Martina Merz konnte es sich leisten, Kunden aus ideellen Gründen abzulehnen.

Sie war immer davon überzeugt, dass dieser Kurs der richtige ist, zumal sie ihre ersten praktischen Erfahrungen nach dem Studium in einer Frankfurter Agentur sammelte – „eine chromblitzende Schickimicki-Welt, wo niemand sich über die Produkte, für die geworben wurde, Gedanken gemacht hat.“

„Ich will etwas bewegen und das tun,

was ich selbst auch vertreten kann“, lautet ihr Motiv, das sie und ihr kleines Team anspricht und dem sie es verdankt, dass ihr die Arbeit richtig Spaß macht.

„Ich bin konsequent, aber nicht dogmatisch“. In der Kundenliste ziemlich weit oben rangiert beispielsweise ein



Will etwas bewegen und das tun, was sie selbst auch vertreten kann: Die Designerin Martina Merz mit ihrem Grafikbüro in Sandhausen bei Heidelberg bezeichnet sich als konsequent, aber nicht dogmatisch.

Foto: Georg Grieshaber

großer Druckmaschinenhersteller. Einen hohen Aufmerksamkeitsgrad erzielte die „Aktion unverpackt“, von der Merz-Agentur für BUND und Stadt Heidelberg werblich-witzig umgesetzt. Zu den Kunden zählen ferner das Land Rheinland-Pfalz und „ganz normale Betriebe“. Vom Firmenlogo über CDs bis zu Internet-Auftritt und Web-Design wird bei Merz alles entwickelt, allerdings unter strikt ökologischem Vorzeichen. Aufträge von Hühnermastbetrieben, von Rüstungs-, Auto- und chemischer Industrie würde sie ablehnen, erklärt die 36jährige Mutter zweier Kinder kategorisch. „Da kann ich nicht kreativ sein.“

Ihren zwei Kindern und ihrem „zweiten Standbein“, der Malerei, zuliebe arbeitet die dynamische Designerin nur noch vier Tage in der Woche in ihrer Agentur in Heidelberg-Sandhausen. Auch das gehört mit zu ihrer Lebens- und Arbeitsphilosophie. Ebenso wie „Sozial-Marketing“ mit den Schwerpunktthemen Verkehr, Abfall, Kinder, Jugend. Oder die „drei bis vier Ehrenamtsprojekte“, die sie im Jahr durchzieht, obwohl sich daran nichts oder nur sehr wenig verdienen lässt.

Fullservice auf ökologisch

Dass, wer umweltorientierte Werbung kreiert, auch privat ökologisch konsequent lebt, versteht sich für **Dr. Annette Heuer** von selbst. Die 42jährige promovierte Marketingfachfrau hat neben der Heuer & Wolf Verlag und Umweltmessen GmbH, in der auch das Rhein-Neckar-Magazin UMWELT DIREKT erscheint, gemeinsam mit ihrem Lebensgefährten Christian Wolf vor drei Jahren eine Agentur für ökologische Kommunikation aufgebaut. Am Schriesheimer Firmensitz, einem behaglichen Ökohaas im Grünen, werden komplette Werbekonzepte erarbeitet. Von der Visitenkarte bis zum Internetauftritt, von der Broschüre bis zur Anzeige, vom Entwurf bis zur Realisierung wird die vollständige Abwick-