

Schon 2010 hat die Hüpfburg von Kleeschulte beim Freibadjubiläum in Büren für jede Menge Freude gesorgt.

Ein Pellets-Lkw, der Spaß bringt

PELLETSLIEFERANT KLEESCHULTE LÄSST KINDERHERZEN HÖHER SCHLAGEN

von
Martin Frey

Kunden wollen nicht nur tadellose Produkte zu attraktiven Preisen, sie möchten auch emotionale Ansprache. Das westfälische Unternehmen Kleeschulte gewinnt mit einer Hüpfburg die Menschen für Pellets.

Bei vielen Festivitäten rund um den Unternehmenssitz von Kleeschulte in Büren bei Paderborn ist eine Hüpfburg mit von der Partie: Dann wackelt das riesige Kunststoff-Objekt in der Form eines Holzpellets-Lkw, weil Kinder mit Getöse über die große luftgefederte Fläche im Inneren hüpfen. Im stilisierten Führerhaus, dessen Fenster mit Netzen gesichert sind, können die Kleinen zwischendurch eine kurze Verschnaufpause einlegen, bevor sie wieder in den begehrten Hüpfbereich springen.

„Die Hüpfburg wirkt auf Veranstaltungen und Festen stets als Besuchermagnet. Rund um die Hüpfburg ist immer etwas los“, berichtet Bernd Kleeschulte, Geschäftsführer der Kleeschulte GmbH & Co. KG. Vor drei Generationen hat das mittelständische Unternehmen mit dem Agrarhandel begonnen. Heute ist es mit den Geschäftsfeldern Agrarhandel, Lagerhaus und Umschlag, Holzpellets-Groß- und Einzelhandel sowie einer Pflanzenölmühle breit aufgestellt. 40 Mitarbeiter beschäftigt Kleeschulte in seinem Unternehmen.

Mit der Hüpfburg setzt er ein ungewöhnliches Mittel für sein Marketing ein. Das unter Druckluft stehende orange-rote Pelletsfahrzeug ist bunt bedruckt mit Pellets-Männchen, angedeuteten Reifen sowie mit dem

nicht zu übersehenden Schriftzug „Profipellets“, der Pelletsmarke von Kleeschulte. Ebenfalls auf der Hüpfburg angebracht ist der Hinweis: „Mich kann man mieten“ – und dazu die passende Telefonnummer, unter welcher man einen Ansprechpartner im Unternehmen erreichen kann. „Da jede interessierte Organisation und Unternehmung die Hüpfburg mieten kann, wird sie bei zahlreichen Festen in der Region eingesetzt“, erzählt Kleeschulte.

Die Hüpfburg zieht Familien an

Anfangs hat er die Hüpfburg nur bei eigenen Veranstaltungen und bei Partnerunternehmen eingesetzt. Bald hatte er aber Anfragen von anderen Unternehmen, Vereinen und Privatpersonen bekommen, die bei diesen Veranstaltungen auf die Hüpfburg aufmerksam geworden waren. Mittlerweile hat seine Hüpfburg in der Region Westfalen einen ähnlichen Bekanntheitsgrad erlangt wie die der regionalen Banken.

Gerade für die Partnerunternehmen ist die Pellet-Lkw-Hüpfburg attraktiv. „Sie setzen sie gerne ein, denn sie ist außergewöhnlich groß und bleibt so in den Köpfen der Besucher haften“, sagt Kleeschulte. Den durchschlagenden Erfolg der Hüpfburg erklärt er sich so: „Mit ihr wird auf einer enorm großen Webefläche, in der Regel mitten im Getümmel, auf Holzpellets der Marke Profipellets aufmerksam gemacht.“

Die Sympathie, die der aufgeblasene Riesen-Lkw bei Familien auslöst, sei enorm. Würden die Kinder in dem Lkw hüpfen, wackele das gesamte 5 m



mal 8 m große und 4 m hohe Gefährt, was für weitere Aufmerksamkeit sorgt. „Davon profitiert die Marke, was das Ziel der Marketingmaßnahme ist.“ Gut 25 Kinder können gleichzeitig auf der Hüpfburg toben. Verantwortliche sollten sie allerdings ständig beobachten, denn schnelles Eingreifen ist gefragt, wenn die Kinder es beim Toben übertreiben.

Eine Investition, die Spaß macht

Die Idee für das Marketing mit einer einzigartigen und exklusiv erbauten Hüpfburg hat Kleeschulte gemeinsam mit der zur Unternehmensgruppe gehörenden Agentur Project Partner seines Bruders Dirk Kleeschulte entwickelt. Die Agentur hat daraufhin die Konzeption, ihre Umsetzung und den Bau der Hüpfburg in die Hand genommen. Außerdem ist sie für die Vermietung zuständig.

In der Regel zahlen die Mieter einen kleinen Beitrag für die Anmietung der Hüpfburg, aber diese decken nicht die Investitionskosten und den Aufwand, der durch die Logistik und durch die Vermietung entsteht. „Wir lassen uns den Einsatz der Hüpfburg schon etwas kosten, aber als Gegenleistung erhalten wir durchweg positive Resonanz der Mieter und auch der Familien und Kinder, die auf der Hüpfburg Spaß haben“, erläutert Dirk Kleeschulte. Ihr Nutzen liegt somit v. a. in den Marken-Effekten für Profipellets.

Mit seinen gut 300 kg Eigengewicht stellt das Spielgerät einige Anforderungen an seine Mieter. Es wird bei Kleeschulte mit einem Stapler auf einen mitzubringenden Anhänger oder einen Lkw geladen. Ein Stapler