

# Millionenfache Gratiswerbung

## *Motive des Strohmuseumsgibt es bald auf Kaffeerahmdeckeli*

Sie sind zwar klein und im Prinzip ein Wegwerfprodukt, aber sie sind auch omnipräsent und daher bestens als Werbeträger geeignet. Die neue Serie der Emmi-Kaffeerähmli ist mit Bildern des Stroh museums geschmückt. Erhältlich ist sie ab Mitte Mai.

*Chregi Hansen*

«Wir sind keine Sammler», lachen Anna Hegi und Christine Stauber vom Stroh museum. Trotzdem werden sie schon bald beim Kauf der kleinen Kaffeerähmli genau schauen, nach welcher Packung sie greifen. Denn in Zukunft können sie vielleicht ihr Museum darauf entdecken.

Die Idee wurde von Christine Stauber entwickelt und innerhalb der Arbeitsgruppe für gut befunden. «Wir sehen diese unkonventionelle Art der Werbung als Chance, neue Leute anzusprechen», sagt die Ideengeberin. Die Anfrage bei der Firma Emmi verlief positiv. «Wir mussten nachweisen, inwiefern unser Museum zu Emmi und seinen Produkten passt», erklärt Jacques Isler, Präsident der Stiftung Freiämter Stroh museum Wohlen. Die gewählten Motive müssen Swissness verkörpern, sammelwürdig sein, zu Emmi passen und nicht einfach bloss Werbung darstellen, heisst es dazu bei der Innerschweizer Firma.

### **Viele Gemeinsamkeiten**

Doch wie passen nun Milch und Stroh zusammen? Beide Rohmaterialien stammen aus der Landwirtschaft. Bei Emmi ist es die Milch, beim Museum das Roggenstroh. «Aber erst dank der Fantasie und des Fachwissens der Personen, die diese Rohstoffe verarbeiten und veredeln, entstehen respektive entstanden Produkte, die sie unvergleichlich und erfolgreich in der Welt machen. Dieses Argument scheint Emmi überzeugt zu haben», freut sich Isler.



*So sehen sie aus, die Deckeli mit den Wohler Motiven. Zu sehen gibt es die Villa, aber auch Hüte, Geflechte und Exponate.*

*Bild: zg*

Jährlich werden von der Firma Emmi Kaffeerahmdeckeli in sechs unterschiedlichen Serien (à jeweils 30 Sujets) herausgegeben. Zwei dieser sechs Serien orientieren sich an den Themen, die Coop bestimmt. Für die weiteren vier Serien kann man sich bewerben. Die Ideen dafür stammen von Sammlern, Fotografen, Künstlern, Vereinen, Organisationen und auch von Mitarbeitenden. Für die Bilder bezahlt Emmi in der Regel nichts. «Die Entschädigung ist die Präsenz von 30 Sujets auf mehreren Millionen Kaffeerahmportionen», erklärt Sibylle Umiker, Medienbeauftragte von Emmi. Jährlich setzt das bekannte Schweizer Milchprodukt-Unternehmen fast 600 Millionen einzelne Kaffeerahm-«Portiönli» ab.

Ihre Motive sind zum Teil begehrte Sammlerstücke. Einer dieser Sammler ist Leo Eichenberger aus Muhen, der Präsident des Clubs Kaffee Doppelcreme. «Jeder Deckelisammler hat seinerzeit mit einem Sujet angefangen, das ihm besonders gut gefallen hat. Bei mir war das die riesige Serie der Aargauer Gemeindewappen Ende der 80er-Jahre. 232 verschiedene Sujets gab es», berichtet er. Die 90er-Jahre waren dann die Blütezeit der Kaffeerahmdeckelisammler. Zeitweise hatte der Club 3500 Mitglieder. «Heute sind es noch etwa 250», erklärt der Präsident. Das Interesse am Sammeln sei stark zurückgegangen, nicht nur bei Kaffeerahmdeckeli. Man wisse aber, dass es viele Sammler gibt, die sich nicht dem Club anschliessen. «Meine Schätzungen gehen von 2000 ernsthaften Sammlern aus. Es ist nämlich nicht einfach, vom Kaffeerahmdeckelisammeln loszukommen. Man begegnet viel zu oft schönen Motiven, die man dann immer wieder mit nach Hause nimmt und einordnet.»

### **Die Botschaft kommt bei den Konsumenten an**

Heute gibt es in der Schweiz nur noch drei Produzenten, welche die begehrten Deckeli herstellen, bedauert Eichenberger. «Trotzdem ist es immer noch schwierig, nichts zu verpassen. Es gibt immer wieder mal regionale Serien oder Kleinauflagen, welche niemand vorausahnt. Dank unserem Club haben wir ein schweizweites Netz von Sammlern, welche uns informieren, wenn irgendwo ein neues Deckeli auftaucht.» Ein Problem sei, dass bei der Verpackung immer mehr gespart werde. «Die Deckeli sind in den letzten Jahren immer kleiner geworden und die Folie immer dünner. Die neuen bestehen nur noch aus alubedampfter PET-Folie.»

Trotz der immer kleiner werdenden Motive – der Werbeeffect sei nicht zu unterschätzen. «Vielleicht wird die Werbung auf den Deckeli gar nicht als Werbung aufgefasst. Aber der Kaffeetrinker nimmt bewusst oder unbewusst eine Botschaft auf, die früher oder später sein Handeln beeinflusst. Auch ich habe schon Museen und Veranstaltungen besucht und natürlich Artikel gekauft, weil diese auf Deckeli beworben wurden», gibt Eichenberger zu.

### **Mit vielen verschiedenen Motiven gluschtig machen**

Genau auf diesen Werbeeffect hoffen jetzt die Verantwortlichen des Stroh Museums. «Wir sind gefordert. Wir können uns nicht ausruhen, müssen immer wieder neue Besuchergruppen erreichen», sagt Kuratorin Anna Hegi. «Für das Museum ist diese Aktion eine originelle und nicht alltägliche Art der Werbung und eine Möglichkeit, uns selbst und unser Ausstellungsgut zu präsentieren», ergänzt Isler. Und dies erst noch schweizweit und gratis. «Nur die Fotos mussten wir erstellen lassen», fügt er an.

Für die Motive war «Hausfotograf» Felix Wey zuständig. «Es war gar nicht so einfach, die richtige Auswahl zu treffen», geben Hegi und Stauber zu. Denn viel Platz gibt es auf einem solchen Deckel eben nicht. Ziel war es, eine grösstmögliche Spannweite zu erreichen. Die Bilder zeigen darum das Museum von aussen und innen, aber auch ganz viele verschiedene Geflechte, Hüte usw. Zudem ist jeweils noch die Adresse der Homepage aufgedruckt. «Die Verantwortlichen bei Emmi kannten das Stroh Museum zuvor nicht. Aber sie hatten Freude an den Motiven», weiss Hegi. Von den 40 eingereichten Bildern wurden 30 ausgesucht. Ab dem 22. Mai gibt es die Emmi-Rähmli mit den Motiven aus Wohlen dann im Handel. Spätestens ab dann werden wohl auch viele Freiämter zu Sammlern.

### **Geschichte der Rahmdeckeli**

Anfang der 50er-Jahre kamen die ersten Abfüllmaschinen auf den Markt. Bereits in den 60er-Jahren gab es dann auch Deckelisammler; damals hatte allerdings niemand Verständnis für ein solches Hobby. In den 70er-Jahren stieg dann der Bedarf an Portionenverpackungen. Marietta Freitag, die spätere Gründerin des Clubs Kaffee-Doppelcreme, beginnt sich um 1970 für diese Kaffeerahmdeckeli zu interessieren. Nach vielen Einzelstücken beginnt nun die Produktion von Deckeliserien mit typisch schweizerischem Charakter. Man erinnert sich an Alpenblumen, Trachten, Schlösser und Sehenswürdigkeiten.

In den 80er-Jahren stieg die Zahl der Produzenten an. Am 26. August 1986 gründete Marietta Freitag mit 13 Mitgliedern den Club Kaffee Doppelcreme. Der Mitgliedsbeitrag wurde auf 10 Franken festgelegt. Jedes Mitglied erhielt dafür gratis die A4-Vorlagen, auf welchen die Deckeli aufgeklebt werden konnten. Anfang der 90er-Jahre beginnt der Sammlerboom. Der erste offizielle Kaffeerahmdeckeli-Katalog erscheint, die erste Auflage ist rasch vergriffen. 1992 zählt der Club 3500 Mitglieder. Zu dieser Zeit stellt der erste Produzent die Portionenproduktion ein.

Cremo bringt eine alubedampfte PET-Folie auf den Markt. Die Deckelisammler können diese Folie nicht mehr glätten – die Qualität lässt nach. Mit dem Konkurs der «ED Emmentaler Druck AG» 1995 wird das Ende des Katalogs eingeläutet. Dafür erscheint der erste Käppeli-Band. Ein Meilenstein, eine Art «Deckeli-Bibel»! Das Sammeln erhält Kultstatus. Immer mehr Produzenten wechseln den Maschinenpark und stellen von Gross- auf Kleinformat um. Gegen Ende der 90er-Jahre lässt der Boom nach, die eigene Deckeli-Zyting wird eingestellt. 2006 existieren noch vier Abfüller. Das monatliche Tauschtreffen wird aufgrund der schlechten Besucherzahl Ende 2010 eingestellt. Da 2013 gar nur noch drei aktive Abfüllbetriebe existieren (Emmi, Cremo und Elsa), geht die Anzahl an Neuerscheinungen zurück. Im Januar 2016 kann der Club Kaffee Doppelcreme sein 30-Jahr-Jubiläum feiern. Heute zählt der Verein rund 250 Mitglieder.

Mehr Infos: [www.doppelcreme.ch](http://www.doppelcreme.ch).

Infos zum Club Kaffee Doppelcreme gibt es bei Leo Eichenberger, Grittengasse 1, 5037 Muhen.

WOHLEN

# Strohmuseum millionenfach auf Kafferahmdeckeli von Emmi

von Jörg Baumann — az Aargauer Zeitung — 13.4.2017 um 15:59 Uhr

**Das Strohmuseum kommt bei Emmi zum Handkuss: Es wird ab Sommer auf den Kafferahmdeckeli zu sehen sein.**

Millionenfach darf das Strohmuseum in Wohlen ab diesem Sommer seine Werbebotschaft auf einem beliebten Sammlerobjekt platzieren: auf den vom Emmi-Konzern produzierten Kafferahmportionen. Darüber freut sich das ganze Team im Strohmuseum. «Wir sind von uns aus auf Emmi zugegangen und sind begeistert, dass der Konzern unserer Bitte entsprochen hat», sagt die Museumsleiterin Anna Hegi. «Denn wer einen Kaffee mit Rahm trinkt, schaut das Kafferahmdeckeli vorher gut an. Wir erhalten somit eine Gratiswerbung für unser Museum – das ist schön.»



## Botschaft muss für sich sprechen

Eine Werbegruppe des Stroh Museums suchte im letzten Jahr Motive aus, die sich eignen, auf den Kafferahm-deckeli aufgedruckt zu werden. Die Bilder mussten für sich selbst sprechen. Die Konsumenten sollten sofort erkennen, worum es geht: um die traditionsreiche Wohler Strohgeflechtindustrie, für welche unzählige Heimarbeiterinnen wundervolle Kunstwerke herstellten. Auf die Liste, die das Strohmuseum einreichte, schafften es daher die Strohhüte und die Garnituren, aber auch die Villa Isler, seit vier Jahren der Sitz des weltberühmten Stroh Museums.

Der aus Wohlen stammende Fotograf Felix Wey erhielt den Auftrag, die Motive zu fotografieren. Wey habe eine vorzügliche Arbeit geleistet, bestätigen die Museumsleiterin Anna Hegi und Christina Stauber, die im Museum für die Administration, die Öffentlichkeitsarbeit und zusammen mit einem Team für den Empfang zuständig ist. Finanziell unterstützten die Werbeaktion verschiedene Stiftungen, die Freunde des Stroh Museums und der Swisslos-Fonds des Kantons Aargau.

## Viele schöne Motive eingereicht

«Ich bin überrascht über die vielen schönen Motive, die uns das Strohmuseum eingereicht hat», sagt Nancy Keller, Teamleiterin Marketing, Services und Konsumentendienst bei Emmi. Jedes Jahr produziert Emmi sechs Serien der Kafferahmportionen mit Motiven aus den Gebieten Historie, Tiere, Natur, Kunst und Technik und Gebäude/Denkmäler/Architektur. Die Kafferahmportionen mit den Abbildungen aus dem Museum kommen ungefähr ab 22. Mai in die von Emmi bedienten Detailläden und Restaurants. Die Bilder auf den Kafferahmdeckeli dürften nicht zu «werberisch» daher kommen, sondern müssten diskret wirken, betont Nancy Keller. Das Strohmuseum habe diese Anforderung umgesetzt: Auf dem Deckeli ist über dem Bild nur die Homepageadresse des Museums aufgedruckt.

## Weitere Ausstellungen in Sichtweite

Nach der Generalversammlung der Freunde des Stroh Museums am 10. Mai feiert das Museum am 21. Mai den Internationalen Museumstag. Dieser segelt unter dem Thema «Mit Stroh werden Häuser gebaut». Wände aus Stroh, Holz und Lehm seien die perfekte «dritte Haut», hinterliessen einen nur kleinen ökologischen Fussabdruck und kosteten nicht die Welt, teilt das Museum in seiner Vorschau mit. Gast am Museumstag ist der Fachverband Strohbau Schweiz stroh + paille + paglia. Fünf Schulklassen nehmen ausserdem an der Sonderausstellung «Design total» teil. Die Klassen entwickeln zusammen mit Designern neue Produkte und Objekte, die von der Strohgeflechtindustrie inspiriert sind. Die Ausstellung wird am 6. Juli eröffnet.