

Coolershop

# „Alles ist drin“

■ Gute Ideen kommen meist nicht auf Kommando. Manchmal braucht es eine Auszeit, um den Kopf freizubekommen. So ging es auch Melanie Fuest, deren junges Unternehmen coolershop den Werbeartikelmarkt seit Kurzem um eine echte Produktneuheit bereichert: Getränkekühler aus Neopren, für jegliches Getränk und in jeglicher Farbe, Form und Ausführung erhältlich.

„Nach einem Studium des internationalen Managements habe ich in der Reisebranche gearbeitet. Als mein Arbeitgeber Insolvenz anmelden musste, habe ich eine Auszeit genommen und bin u.a. für zwei Monate nach Australien geflogen“, berichtet Fuest. Was hierzulande kaum jemand kennt, ist „down under“, wo quasi das ganze Jahr über Sommer ist, in jedem Haushalt omnipräsent und ein wah-

res Kultobjekt: der „Stubby Cooler“, ein Überzug aus Neopren, der die Flasche bzw. Dose mit dem Getränk der Wahl vor dem allzuschleunigen Erwärmen schützt, und einer der beliebtesten Werbeartikel auf dem australischen Kontinent ist. Auch Melanie Fuest leisteten die kleinen Kühler gute Dienste.

Zurück in Deutschland bereitete die Düsseldorferin ihre Selbstständigkeit vor – einzig eine schlüssige Geschäftsidee fehlte. „Ich hatte einen meiner eigenen mitgebrachten Stubby Cooler zum Stifthalter umfunktionierte“, so Fuest weiter. „Eines Nachmittags saß ich wieder einmal am PC und grübelte, als mein Blick auf dem Cooler haften blieb.“ Aus einem Geistesblitz wurde ein Plan, und bald ging mit coolershop in Düsseldorf ein eigenes Unternehmen an den Start.

### Neopren in allen Farben und Formen

Dessen Portfolio allerdings geht über den klassischen Stubby Cooler – den zylind-

risch geformten Dosen- bzw. Flaschenkühler – weit hinaus. In kurzer Zeit hat coolershop das Prinzip weiterentwickelt. „Alles ist drin“ lautet das Unternehmensmotto, und das ist durchaus wörtlich zu nehmen. Allein das Standardprogramm umfasst neben Modellen für Dosen solche für Wasser-, Bier-, Wein- oder Sektflaschen, Manschetten oder Standardprogramm umfasst neben Modellen für Dosen solche für Wasser-, Bier-, Wein- oder Sektflaschen, Manschetten oder „Ganzkörpermodelle“, mit oder ohne Reißverschluss. Ganz neu und nach Unternehmensangaben sehr beliebt sind Überzüge für die gängigen 5l-Partyfässer.

Neben den Standard-Coolern realisiert coolershop vor allem Sonderanfertigungen. „Neopren ist eine Textilie, und die lässt sich in jeglicher Form zuschneiden“, präzisiert Fuest. Eine Diplom-Textilingenieurin sowie eine Grafikdesignerin sind für Designs und Schnitte zuständig und entwickeln nach Wunsch absolut individuelle Cooler. Auch Accessoires wie z.B. Karabiner, Verschlüsse, Tragegurte, Reißverschlüsse oder Lanyards sowie die Applikation von Sondermateriali-

en wie Kunstrasen, Leder oder Strass sind kein Problem.

Produziert werden die Neopren-Cooler in China – u.a. in einer Fabrik, die auch Taucheranzüge für renommierte Marken herstellt. Höchste Qualität ist also ebenso garantiert wie eine bedeutende Produktionskapazität: ein deutscher Qualitätsmanager sorgt vor Ort in China dafür, dass die Produkte den Qualitätsansprüchen von coolershop und seinen Kunden zu 100% standhalten; hohe Stückzahlen sind Standard. Auch die Individualisierung durch alle bekannten Drucktechniken oder Stick übernimmt der chinesische Partnerproduzent.

Die Lieferzeit beträgt in der Regel, je nach Auftragsvolumen, 30 bis 60 Tage, in Ausnahmefällen und bei kleinen Aufträgen kann coolershop auch binnen 20 Tagen liefern. Zwar beträgt die Mindestabnahmemenge 500 Stück, eine kleine Auswahl an Standard-Lagerware ist jedoch auch in kleineren Losgrößen erhältlich.

### Vielseitig einsetzbar

Ebenso weit gefächert wie die Gestaltungsoptionen sind die Einsatzmöglichkeiten für die coolershop-Produkte. Prädestiniert sind die Cooler natürlich für die Getränkeindustrie, ob als Onpack, Merchandising-Artikel, Produkt-Verpackung, Giveaway bei Promotions oder Sammelprämie für Punkteaktionen. Und „Getränke“ bedeutet hier nicht bloß Bier, sondern Getränke und Gebinde aller Art: Von der Prosecco- oder Red Bull-Dose über den Bocksbeutel mit Riesling bis hin zur Cola- oder Sektflasche und zum Partyfässchen. Dem Einwand mancher Braereien, ein Kühler führe dazu, dass langsamer und ergo weniger Bier getrunken würde, hält Fuest übrigens entgegen: „Das Gegenteil ist der Fall: Eine Flasche mit Cooler ist nicht mehr unangenehm kalt in der Hand,

man stellt sie nicht mehr ab und sieht nicht mehr, wie viel sich noch in der Flasche befindet – dadurch trinkt man sogar schneller.“

Weil Neopren nicht nur kalt, sondern auch warm hält, ist seine Verwendung nicht auf kalte Getränke bzw. auf die warme Jahreszeit beschränkt: Auch Varianten für Heißgetränke hat coolershop im Programm, wie z.B. Manschetten mit „Klack“-Mechanismus für Kaffeebecher, Tee- oder Glühweingläser.

Der Einsatz der Coolershop-Produkte ist nicht der Getränkebranche vorbehalten. Auch große Unternehmen wie Chevrolet, Mitsubishi, Gelbe Seiten oder Nadler Feinkost haben bereits von dem innovativen Prinzip profitiert und spezielle Promotion-Aktionen gestartet. So eignen sich die platzsparenden, flach zusammenfaltbaren Stubby Cooler-Modelle „to go“ z.B. gut als Mailingverstärker.

### Ein Hauch von Urlaub

Doch macht vor allem ihr vielseitiges, unverwechselbares und hochwertiges Material die coolershop-Produkte zu hervorragenden Werbeartikeln: Neopren ist nicht nur langlebig, waschbar, dehnbar, bakterien- sowie schimmelresistent und rutschfest (so rutscht das Getränk nicht aus der Hand). Es spricht auch, ganz im Sinne multisensorischen Marketings, gleich mehrere Sinne an: Nicht nur die angenehme Haptik bleibt im Gedächtnis des Empfängers, sondern auch der Genuss des eiskalten Getränkes; die ansprechende Optik macht Spaß, und der unverkennbare Geruch weckt Erinnerungen. „Neopren riecht nach Urlaub, nach Abenteuer“, so Melanie Fuest.

Derzeit ist das junge Unternehmen auf Expansionskurs. So konnten die Besucher der Merchandising Messe Hamburg und der Promotion World in Hannover bereits mit den coolen Produktideen auf Tuchfühlung gehen; auch eine Teilnahme an der BRAU Bevale im November in Nürnberg ist geplant. Seinen umtriebigen Außendienst will cooler-



Kühler Kopf mit coolen Ideen: Coolershop-Gründerin Melanie Fuest.

shop in naher Zukunft ausbauen und insbesondere den Werbeartikelmarkt weiter und intensiv erschließen – mit einem Produkt, das nicht nur buchstäblich flexibel, sondern auch ohne Zweifel innovativ ist. Und das selbst in Australien. Denn dort ist zwar der Stubby Cooler ein allgegenwärtiges Phänomen, aber, wie Melanie Fuest versichert: „Meine Idee, Cooler in jeglicher Form als Werbeartikel und Promotion-Produkt anzubieten, hatte bisher auch in Australien noch niemand!“ **WA TB**  
[www.coolershop.de](http://www.coolershop.de)

Mit dem Cooler für 5 l-Partyfässchen bleibt auch das Fassbier lange kühl.



Fotos: Markus Abbs, © WA Verlag (1), Coolershop (6)



Prädestiniert für den POS: Promotion des Lebensmittelherstellers Nadler mit Coolershop-Flaschenkühler.



Was kühlt, hält auch warm: Manschette für Kaffeebecher.