

# DIE AIR-BAG

Begegnungen mit Airbags sind für den normalen Menschen (zum Glück) eher selten. Anders, wenn man Hersteller von Airbags ist, wie Autoliv. Das aus Schweden stammende Unternehmen ist ein Global Player im Markt der Autosicherheitstechnik. Und hatte eine ungewöhnliche Marketingidee: Warum nicht Inneres nach außen kehren und aus Airbag-Luftsäcken Taschen nähen? Mehr dazu verrät Peter Leseberg, Marketingleiter bei HALFAR®, im Interview.

## **Herr Leseberg, eine Tasche aus Airbags – das klingt doch erst einmal sehr exotisch, oder?**

Natürlich, wenn man einfach nur das Material betrachtet, dann schon. Allerdings ist es für uns bei HALFAR® grundsätzlich nichts Neues. Wir fertigen häufiger Taschen oder Rucksäcke aus Materialien, die in ihrem ursprünglichen Sinne für andere Dinge gedacht sind. So sind bereits einige individuelle Stücke bei uns in Bielefeld entstanden, etwa die Lufthansa-Tasche, die aus Flugzeugledersitzen gefertigt ist. Bedenkt man die ursprüngliche Bestimmung des Materials, wirkt das Ganze also schon etwas exotisch. Soll es aber auch sein! Es handelt sich ja um ein Mitarbeiter- und Kundenpräsenst und das erhöht die Emotionalität noch einmal!

## **Wer kam auf die Idee zu solch einer Tasche?**

Die Idee, das eigene Material zu nutzen, kam auf einer Messe. Die Marketing-Abteilung des Kunden hatte den Einfall und hat ihn in Zusammenarbeit mit einem Werbeartikelhändler und mit uns in die Tat umgesetzt.

## **Warum hat sich die Firma ausgerechnet für eine Tasche entschieden?**

Das lag nahe. Betrachtet man das Material, kommen gar nicht so viele andere Produkte infrage! Außerdem war man sich der positiven Eigenschaften einer Tasche sehr bewusst.

## **Es ist dann ja sogar eine ganze Taschenserie entstanden ...**

Ja, die erste Tasche ist beim Kunden super angekommen. Und wenn man erst einmal einen so perfekt auf das Unternehmen abgestimmten Artikel gefunden hat, macht man automatisch weiter. Im Laufe der Zeit sind dann immer neue Taschenformen entstanden, etwa eine Beachtasche, ein Shopper, eine Umhängetasche – sogar kleine Schlampermäppchen haben wir genäht.

## **Wer bekommt die neuen Airbag-Taschen – und mit welchem Ziel?**

Zunächst ging es darum, attraktive Präsenten für die eigenen Mitarbeiter zu gestalten. Es sollte ein sehr individueller, attraktiver Artikel sein, der eine enge Verbindung zum Unterneh-

men herstellt – um die Identifikation zu stärken. Da ist eine Tasche aus eigenem Material natürlich ideal. Außerdem bekommen auch Kunden und Lieferanten die Tasche als Werbemittel.

## **Wie kam Halfar® ins Spiel?**

Der Kunde lernte uns bei einer Händlerveranstaltung kennen und war von unseren Möglichkeiten angetan. Also beauftragte er uns mit der Produktion von Mustern. Da wir direkt bei uns am Standort einen eigenen Musterbau haben, war es für uns verhältnismäßig einfach, zunächst Designvorschläge zu machen. Daraus haben wir wenig später Muster oder Prototypen gefertigt.

## **Wie läuft so ein Prozess von der Idee zum Produkt?**

Am Anfang stehen in der Regel unsere Handelspartner, die überlegen, welche Kunden über geeignete Materialien im eigenen Unternehmen verfügen. Wenn ein Kunde interessiert ist, schauen wir, ob und wie das Material genutzt werden kann. Oft kommen Textilien infrage, die bereits für etwas anderes genutzt wurden, etwa gebrauchte Banner oder



Zelte. Die „recyclen“ wir dann. Nach bestandem Nähtest geht es dann in den Designprozess. Welche Tasche soll es werden? Welche Form und welche Funktionen sind gewünscht – und passen zum Material? Im ersten Schritt skizzieren wir unsere Ideen oder wir gehen sofort in den Musterbau, wenn der Kunde schon weiß, was er will. Wird hierfür dann die Freigabe erteilt, steht der Produktion, die in der Regel in Europa stattfindet, nichts mehr im Wege.

**Wie muss man sich denn so einen Airbag-Luftsack vorstellen? Wie wurde das Material bei Ihnen angeliefert?**

Die Vorstellung, dass echte fertige Airbags bei uns angeliefert werden, ist in der Tat romantisch. Wir wurden schon oft gefragt, ob die verarbeiteten Luftsäcke der Airbags gebraucht sind – wir ihnen also im Sinne von Recycling ein zweites Leben einhauchen. So ist es im vorliegenden Fall Autoliv nicht. Zwar bekamen wir am Anfang tatsächlich fertig genähte Luftsäcke zum Ansehen. Denn in dieser Phase geht es darum, den Charakter des Produkts in Gänze

zu erfassen, wie z.B. Schnitt, Haptik und Nähte. Schließlich soll sich das Produkt in der Tasche später so authentisch wie möglich widerspiegeln. Für die Produktion aber lieferte der Kunde uns dann neues Material von der Rolle.

**Was zeichnet das Material aus?**

Im vorliegenden Falle hatten wir das Glück, dass das Nylon, aus dem die Airbags gemacht sind, sehr gute Verarbeitungseigenschaften hat. Doch das täuscht natürlich nicht darüber hinweg, dass es ursprünglich eine ganz andere Bestimmung hat. Als Airbag dient es dem Retten von Menschenleben. Für diesen Zweck ist das Nylon sehr leicht, weich und strapazierfähig, denn es muss in hohem Maße Energie absorbieren. So gesehen ist das Material aus Sicht der Taschen völlig überdimensioniert – aber auch das macht natürlich ein Stück weit den Reiz aus.

**Was war die besondere Herausforderung?**

Unser Vorteil ist, dass ähnlich aussehende Materialien im Augenblick bei

Taschen sehr im Trend liegen: sehr leichte, weiche Materialien. Trotzdem war es eine Herausforderung, damit ein gewisses Maß an Standfestigkeit hinzubekommen. Außerdem sollte das Design weiterhin an den ursprünglichen Einsatzzweck anknüpfen. Darum haben wir z.B. spezielle Nähte eines Airbag-Luftsacks nachgeahmt.

**Wie sind die Reaktionen auf die Tasche?**

Die Leute sind begeistert! Denn die Mitarbeiter und Kunden bekommen nicht einfach ein Präsent, sondern quasi einen echten Teil des Unternehmens geschenkt – etwas, das sonst eher unsichtbar ist, wird greifbar. Darin steckt eine starke Faszination und das garantiert auf jeden Fall ein hohes Maß an Emotionen! Außerdem wissen viele Menschen gar nicht, wie sich der Luftsack eines Airbags anfühlt – auch für so eine ungewöhnliche Produktdemonstration ist die Tasche geeignet ...

**Vielen Dank für das spannende Gespräch, Herr Leseberg!**