

SERIE

Die Erfolgreichen
im Bergischen Land



Mehr als 70 Produkte waren eingereicht worden beim „Innovationspreis 2008 für Architektur und Präsentation“. Helmut Amelung aus Overath gewann den Preis auf der Messe in Düsseldorf für sein Unternehmen „Display & Design“ mit einem LED-Leuchtdisplay.

Voller Strahlkraft und Farbwiedergabe

Display & Design - der Werbe-Hit aus Overath

Von EBERHARD GRAVENSTEIN

Design und Display, Monitor und LED - Begriffe, die vor Jahren vielleicht noch auf manchen höchst unverständlich wirkten. Heute sind sie das Natürlichste der Welt. Begegnen wir ihnen und den Produkten, die dahinter stecken, doch fast täglich. Auf der Straße, im Kaufhaus, in Bürohäusern, in Banken, auf Bahnhöfen und Flugplätzen. Visuelle Kommunikation ist das Stichwort.

Überall stehen diese Bildschirme herum, zeigen uns Bilder, Schlagzeilen und schweben in Werbeaussagen. Das einst so ehrwürdige Plakat hat wirklich fast ausgedient.

Eine gewisse „Mitschuld“ daran hat das Unternehmen „Display & Design“ in Overath, einer der Marktführer auf diesem Sektor, mit Kundschaft in der halben Welt.

Mit einer Belegschaft von etwa 80 Leuten im Kreativ-Zentrum Overath und der Produktionsstätte in Oppin bei Halle/Saale findet es Beachtung auf jeder internationalen Fachmesse, gewinnt es Designer-Preise

und macht es einen Jahresumsatz von jetzt etwa 6 Millionen Euro.

Inhaber Helmut Amelung erinnert sich noch gut an seine Anfangszeit, als er vor 20 Jahren Ford in Köln-Deutz besuchte und im Foyer eine Plakatwand vorfand, die noch traditionell beklebt war. Er wechselte sie kostenlos gegen Aufsteller mit Klapprahmen aus - sein Produkt - und fand den ungeheilten Beifall in der Vorstandsetage. Er war im Geschäft. Heute produziert seine Firma Tausende dieser Plakaträhmen aus Aluminium und schickt sie bis Australien und in die Karibik. Mehr als 30 Länder kaufen seine Produkte.

Doch „Bilderrahmen“ allein wären für Helmut Amelung zu wenig. Inzwischen sind die Rahmen mit LED-Lichttechnik versehen, sodass die „Plakate“ leuchten und bei geringem Stromverbrauch wie ein Fernsehbild wirken. Stichwort: Leuchtdisplay. In Kombination mit Acrylglas, Holz oder Edelstahl schafft das Overather Unternehmen hoch-

wertige Lösungen in attraktivem Design. Leuchtwerbung ist angesagt. Oder auch „Leucht-Information“. Firmen-Chef Amelung denkt dabei total innovativ. „Wir müssen dem Energiespar-Thema Rechnung tragen und Lösungen entwickeln, die allen Seiten nützlich sind,“ sagt er und spekuliert mit Solar-Einsatz. Mit der Universität in Halle ist er da längst im Gespräch. Amelung denkt an Plakataufsteller in der Fußgängerzone, die mit einem Solarpanel ausgestattet sind, die tagsüber Sonnenergie aufnehmen und sie abends abgeben, sodass die Plakate im Dunklen ohne Stromzufuhr leuchten.

Helmut Amelung ist eigentlich Außenhandelskaufmann, außerdem Betriebswirt und durch seine 10jährige Tätigkeit bei einem US-Unternehmen in Köln Werbe- und Marketing-Stratege. In einem kleinen Fachwerkhaus an der Laurentiusstraße in Bergisch Gladbach hat er mit seinerzeit 30.000 DM Startkapital als „One-Man-Show“ angefangen. Für Toyota begleitete er zuletzt mit der Einführung des Modells Auris eine der größten Werbekampagnen nach dem Krieg. 35 Lkw transportierten seine Leuchtsäulen durch ganz Deutschland. Amelung heute: „Wir sind vom TÜV Rheinland ISO-zertifiziert und produzieren absolute High-Quality-Produkte“

Grundlage allen Schaffens, so scheint es, ist bei dem Familienvater (zwei Kinder) ein „positiver Spirit“. Ihn drängt es nicht nur zum persönlichen Kundengespräch am P.O.S. (Point of Sale), ihn drängt es auch zum rein menschlichen Miteinander. So gibt er Aufträge nicht nur an Behindertenwerkstätten in Overath und Halle. So ist er im IHK-Wirtschaftsgremium von Overath, unterstützt das Senioren-Projekt Essio, ist Mitglied im Kuratorium der Bürgerstiftung und im Lions Club Rös-rath. Und immer wieder stemmte er sich gegen Widerstände, um anderen Mut zu machen.



Auch das ein Verkaufsschlager: Ein metallener Prospektständer mit kleinem Schreibpult.



Der Chef erläutert seine mobilen Leuchtkasten-Module.

Vor Wochen erst organisierte er die Aktion „Ärmel hochkrepeln“. Amelung: „Wir müssen Depressionen entgegenwirken. Wir müssen für Vertrauen werben und mehr mit einander reden, um wenigstens in unserer Region der Krise zu trotzen.“