

# Ökologie fängt schon bei der Visitenkarte an

Agentur Media4Nature setzt auf nachhaltige Marketingstrategien — Mögelderfer sehen Wachstumschancen in einem Nischenmarkt

VON MARKUS HACK

In der kommenden Woche wird Nürnberg zum Zentrum der Nachhaltigkeit: Die Messe BioFach öffnet ihre Tore. Das Branchentreffen ist auch für die Nürnberger Agentur Media4Nature ein wichtiger Termin. Der Spezialanbieter ist auf ökologisches Marketing spezialisiert.

Es gab Zeiten, in denen Magnus Hetz von Nachhaltigkeit, ökologischer Landwirtschaft und insbesondere grün-alternativer Ernährung die Nase ziemlich voll hatte. Eine ganz normale Wurst zählte stattdessen zu seinen sehnlichsten Wünschen. Das war vor rund drei Jahrzehnten, seine Mutter führte einen der ersten Naturkostläden in Nürnberg und entsprechend sah der Speiseplan in der Familie aus.

Heute ist Hetz, inzwischen 40 Jahre alt, Chef der Marketingagentur Media4Nature. Schwerpunkt des Unternehmens: Ethik, Ökologie und Nachhaltigkeit. Wenn er mit Gästen spricht, tappt Klärchen, die zweijährige französische Bulldogge, schnuppernd durch die helle Wohnküche. Der Konferenztisch der Agentur in einer Mögelderfer Seitenstraße ist zugleich Küchentisch von Hetz' Wohnung – inklusive Kinderstuhl für den einjährigen Sohn.

Arbeit und Wohnen liegen für ihn und seine Partnerin Arabelle Herkner – gerade in Elternzeit – ganz eng beieinander: Vorne das Büro mit

Arbeitsplätzen für ihn sowie seine Mitarbeiterinnen Sabine Dominsky und Anette Rehm, dann die große Küche, hinten die privaten Räume.

Geografische Nähe zählt auch bei der Auswahl der Kunden und Geschäftspartner wie Druckereien: Sie alle sind nicht allzu weit weg gelegen. Ihren Tätigkeitsradius sieht die Agentur vor allem in Bayern.

Die Sparten, aus denen die Kunden stammen, sind dagegen weit gefächert. Hotels, Restaurants und ein Modehaus zählen zu den Kernkunden, berichtet Hetz. Das meiste Geschäft macht Media4Nature mit der Finanzbranche – nicht zuletzt wegen der persönlichen Nähe zu diesem Bereich: Magnus Hetz ist gelernter Banker – genauso wie sein Vater Georg Hetz, einst bei der Nürnberger Umweltbank aktiv und Gründer des fränkischen Finanzdienstleisters UDI.

## Ältester Kunde

Dieser Spezialist für ökologische Geldanlagen, der Ende vergangenen Jahres zu großen Teilen von der te management Gruppe aus Aschheim bei München übernommen wurde, ist auch der älteste Kunde der Agentur. Insgesamt stehen rund 60 Adressen in der Kundenkartei.

Was aber macht Media4Nature anders als herkömmliche Marketing-Firmen? Das Grundgeschäft ist erst einmal das Gleiche, so Hetz: „Wir verhelfen zu mehr Aufmerksamkeit, damit unser Kunde erfolgreich wird oder bleibt.“ Der Umweltaspekt komme dann noch obendrauf.

Und das fängt schon bei recht banalen Dingen wie Visitenkarten an. Das kleine Stück Papier ist das Aushängeschild jeder Firma. Doch die Folien, mit denen die Karten oft überzogen werden, sind umweltschädlich. Hetz und sein Team empfehlen also Karten mit einer Prägung oder Stanzung: ebenfalls schön und zugleich ökologisch unbedenklich.

Weiteres Beispiel: Ein Gebäudedienstleister will seine ökologische Unkrautvernichtungsmaschine an-

preisen. Dazu soll auch eine Dose, aus der Gras wächst, als Werbegeschenk dienen. Kein guter Plan, findet Hetz. Statt der aus Umweltsicht zweifelhaften Dose empfiehlt er also in Pergament oder Jute verpackte Lehmkugeln mit integriertem Saatgut.

Mit diesen Ideen sieht sich Hetz auf dem Feld des Marketings recht einsam. 2007 hat er die Agentur gegründet und ihr 2010 den jetzigen Namen gegeben. Und noch immer hätte nur eine Handvoll anderer Agenturen in Bayern ein ähnliches Angebot. Doch gerade diese Nische bietet die Chance auf Wachstum, sagt Hetz. Rund eine halbe Million € Umsatz hat das kleine

Unternehmen zuletzt gemacht. Langsam, aber stetig soll das jedoch mehr werden.

Am Ende dieses Jahres könnten 550 000 € in den Büchern stehen, so die Prognose. Deshalb ist die Messe BioFach für Magnus Hetz ein wichtiger Termin. Auf der Fachschau in den Nürnberger Messehallen tummeln sich viele jener Firmen, die sich der Agenturchef als Kunden wünscht.

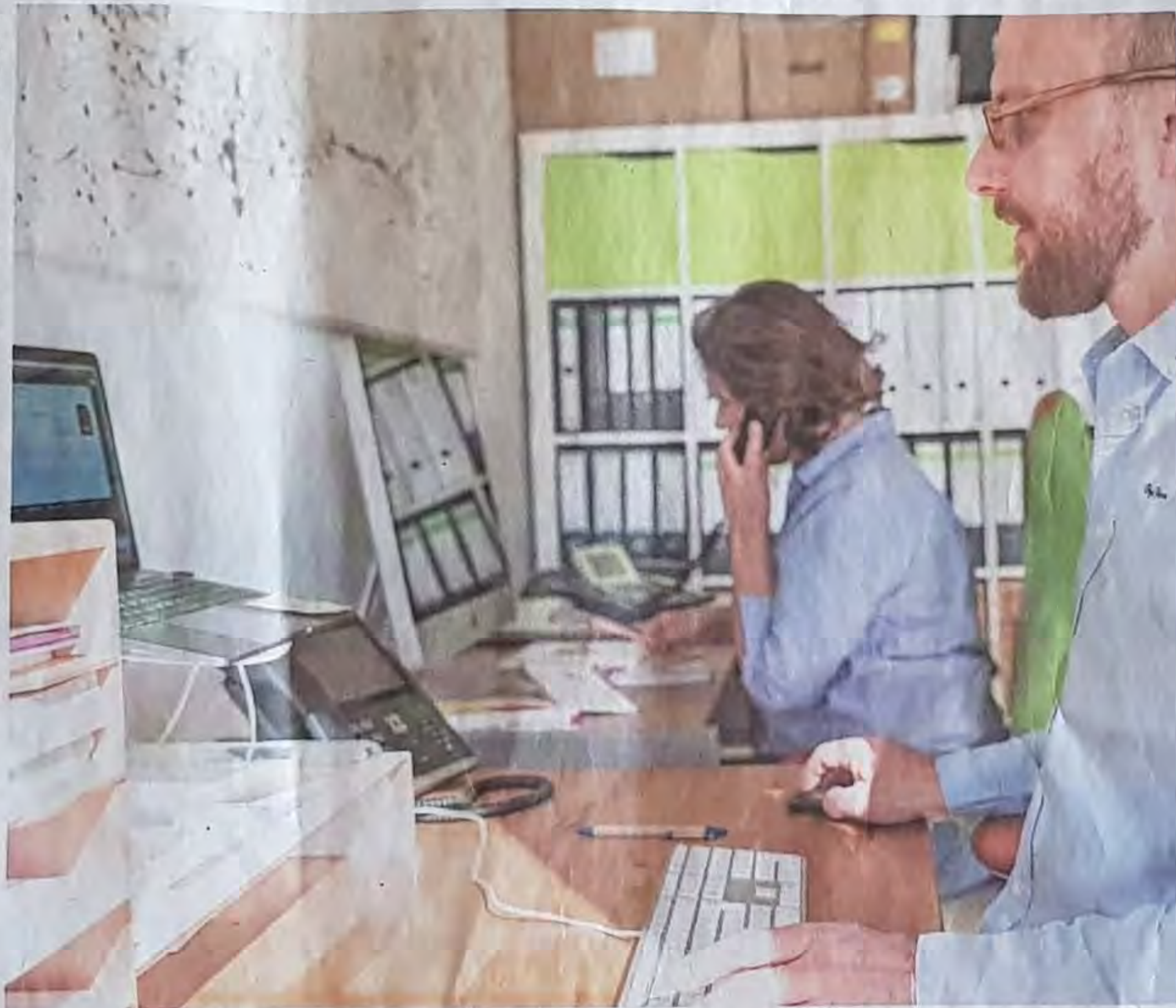
## Mehr Personal

Mit dem Wachstum kommen auch neue Mitarbeiter. Im März stößt ein Grafiker zum Team. Schon jetzt beschäftigen die Öko-Marketing-

Experten bei Bedarf zusätzlich freie Mitarbeiter wie Lektoren, Texter und Fotografen.

In den bisherigen Räumen im Nürnberger Osten wird es für die Agentur allerdings langsam zu eng. Deshalb schaut sich Hetz schon nach einer größeren Immobilie um. Eines soll dort für ihn aber so bleiben wie bisher: Die Verbindung zwischen Wohnung und Büro. Die Zeiten der Bürotürme, die nach Feierabend komplett verwaisten, seien vorbei, meint der Geschäftsmann.

Und seine Mitarbeiter? Die erledigen ihre Aufgaben teilweise ebenfalls von zu Hause aus.



Privat und geschäftlich Partner: Magnus Hetz und Arabelle Herkner in ihrem Büro in Mögeldorf. Ökologisch einwandfreies Marketing ist ihr Spezialgebiet. Fotos: Tom Schrade



In der Agentur stets präsent: Klärchen, die französische Bulldogge.