



Drei unterschiedliche Motive schmücken die zwei mal drei Meter großen Werbeflächen, mit denen die Landesgartenschau Rietberg wirbt. Aufgestellt werden sie vom Wewelsburger Unternehmen SWS (Städtewerbung Schnelle). Prokurist Werner Schnelle (rechts) schaut hier seinem Mitarbeiter Andreas Jakobi (45) über die Schulter, der das Plakat aus vier Einzelteilen auf den Träger klebt.

Wewelsburger wirbt für LGS

Städtewerbung Schnelle freut sich über prestige-trächtigen Auftrag

Von Heinz-Peter Manuel

Wewelsburg (WV). Die Landesgartenschau in Rietberg (25. April bis 12. Oktober) soll viele tausend Menschen anziehen. Mit verantwortlich für die Werbung für diese Großveranstaltung ist mit der Städtewerbung Schnelle (SWS) auch ein Unternehmen aus Wewelsburg.

»Das ist schon ein sehr gutes Referenzobjekt für uns«, freut sich Firmengründer und Prokurist Werner Schelle darüber, dass der Landesgartenschau-Arbeitskreis ihm den Zuschlag für den Auftrag im guten fünfstelligen Bereich

erteilt hat: »Schließlich sind wird im Vergleich ein recht kleiner Anbieter.«

Und so stellen bald seine Mitarbeiter 80 zwei mal drei Meter große Werbeflächen in ganz Ostwestfalen und weit darüber hinaus auf. Die Motive dazu hat die Werbeagentur PMR aus Rietberg gefertigt.

Den Ausschlag für den Auftrag in dieser Ausschreibung haben offenbar gute Erfahrungen gegeben, die andere Kunden mit dem Wewelsburger Unternehmen gemacht haben. Dazu gehören allein 82 Städte und Gemeinden in drei Bundesländern, die mit den aufgehängten Alu-Rahmen in verstärktem Maß gegen das wilde Plakatieren vorgehen, und mehrere große Unternehmen. Insgesamt umfasst

die Kundendatei rund 1000 Namen.

32 Mitarbeiter beschäftigt SWS derzeit im Gebäude des ehemaligen Blumengroßhandels Gerold an der Tudorfer Straße am Ortsrand von Wewelsburg. Vor sieben Jahren hat Werner Schnelle (47) die Immobilie gekauft, weil ihm das angemietete Objekt in Paderborn zu klein geworden war. Damals beschäftigte er 16 Mitarbeiter. Bis heute hat sich die Zahl verdoppelt. Die Firma erzielt einen Jahresumsatz von rund 20 Millionen Euro. »Ein Wachstum von etwa 20 Prozent jährlich«, hofft Schnelle auf weiter steigende Zahlen.

Pro Jahr wirbt Schnelle mit Kleinformaten (DIN A 1 oder DIN A 0) oder mit großen Werbetafeln für 2000 Veranstaltungen. Manchmal sind es nur zehn Plakate für eine Abifeier, mitunter aber auch 4000 für eine Baumesse.

»Die Landesgartenschau ist ein gutes Referenzobjekt für uns.«

Werner Schnelle

Dabei hat alles ganz klein angefangen. Als 23-Jähriger warb der gelernte Werkzeugmacher in Lippstadt für eine Autoausstellung. Daraus entwickelten sich zahlreiche Folgeaufträge und erste Mitarbeiter-Einstellungen. »Irgendwie bin ich bei der Werbung hängen geblieben«, sagt Schnelle, der später in Abendkursen sein Abitur nachholte und Informatik studierte.