

Crossover-Figur für asiatischen Markt

Die Seiffener Manufaktur Kleinkunst aus dem Erzgebirge Müller hat zusammen mit dem japanischen Handelsriesen Sanrio ein besonderes Geburtstagsgeschenk für Hello Kitty entwickelt. Zum 45. Geburtstag der Kultkatze wurde eine Kitty-Crossover-Figur mit den Müllerchen-Räuchermännern für den asiatischen Markt kreiert. Seit sieben Jahren gestalten die Seiffener in Hongkonger Shopping-Malls Weihnachtsausstellungen mit überlebensgroßen Figuren. Der Seiffener Firma ist es schon mehrfach gelungen, mit Innovationen auf sich aufmerksam zu machen. |mik **Seite 9**

Geburtstagspräsent aus Seiffen für kultige Katze in Asien

Die Firma Kleinkunst aus dem Erzgebirge Müller gestaltet seit Jahren Weihnachtsausstellungen in Hongkonger Einkaufszentren. Doch nun erhielt Müller den Ritterschlag.

VON MIKE BALDAUF

SEIFFEN/HONGKONG – Hello Kitty – die kultige Katze der japanischen Firma Sanrio – feiert in diesem Jahr ihren 45. Geburtstag. Das Großhandelsunternehmen schenkt ihr dazu eine Kitty-Crossover-Figur mit den Müllerchen-Räuchermännern aus dem Erzgebirge. „Vor zwei Jahren kam Sanrio auf uns zu, um mit uns dieses besondere Geburtstagsgeschenk für Hello Kitty zu entwickeln“, berichtet Ringo Müller, Geschäftsführer des gleichnamigen Seiffener Unternehmens Kleinkunst aus dem Erzgebirge.

In einer weltweit limitierten Auflage von 200 Stück ist die Bratapfelduft räuchernde Kitty im erzgebirgisch-asiatischen Crossover-Design in diesen Tagen in Hongkong erhältlich. Zu kaufen gibt es die 20 Zentimeter große Figur aber auch in Singapur, Japan und Taiwan – einige Exemplare zudem in Deutschland.

„Die Zusammenarbeit mit dem Großhändler ist für uns wie ein Ritterschlag“, sagt Ringo Müller. Schon seit sieben Jahren gestalten die Seiffener in Hongkonger Shopping-Malls Weihnachtsausstellungen mit überlebensgroßen Figuren. Glanzlicht der diesjährigen Ausstellung im Tuen Mun Town Plaza, einem der größten Einkaufszentren der chinesischen Sonderverwaltungszone, ist ein rund 4,50 Meter hoher Müllerchen-Tourist, dessen Kamera-Objektiv sich zu einer Kinderrutsche öffnet. Daneben steht eine überlebensgroße Hello-Kitty-Figur.

Ringo Müller spricht von einem riesigen Medieninteresse für das Projekt in Asien: „Wir sind dort als echte Botschafter des Erzgebirges unterwegs und konnten schon viele Menschen für einen Besuch unserer Heimat begeistern.“ Der Seiffener



Kitty im erzgebirgisch-asiatischen Crossover-Design.

FOTOS: JACK LAW/KLEINKUNST AUS DEM ERZGEBIRGE MÜLLER

„Wir sind dort als echte Botschafter des Erzgebirges unterwegs.“

Ringo Müller Geschäftsführer



Überlebensgroße Müller-Figuren im Tuen Mun Town Plaza.

Manufaktur ist es schon mehrfach gelungen, mit Innovationen auf sich aufmerksam zu machen. 2009 sorgte das 1899 gegründete Familienunternehmen mit einer digitalen Spieldose mit mehreren Motivplattformen für Furore. Aufsatz und Spieldose sind über eine Bluetooth-Schnittstelle verbunden, womit je nach Motivauswahl unterschiedliche Lieder erklingen. Die Elektronik haben Informatiker der TU Chemnitz entwickelt. „Die Spieldose ist nach wie vor unser Zugpferd und ein extrem wichtiges Produkt“, sagt Geschäftsführer Müller. Es würden

viel mehr Spieldosen verkauft als vor dieser Innovation.

Einen weiteren Hit hat die Firma mit einem Rauchknacker gelandet. Die Kombination aus Nussknacker und Räuchermann ist im Januar 2018 erstmals bei einer Fachmesse in den USA gezeigt worden. „Auf diese Idee ist zuvor noch niemand gekommen. So etwas kommt heraus, wenn man mit Kunden kommuniziert und seinen Gedanken freien Lauf lässt“, verrät Ringo Müller. Das Interesse sei das zweite Jahr infolge ungebrochen, fügt er hinzu und kündigt an, die Serie weiterzuentwi-

ckeln. Der Geschäftsführer räumt aber auch ein, dass es immer schwieriger wird, etwas Neues und Einzigartiges zu kreieren: „Der Kunde ist überfrachtet, es gibt ja von allem genügend.“

Seit 2001 liegen die Geschicke der Werkstätten mit 38 Mitarbeitern in der Hand von Ringo Müller. Das Sortiment umfasst Spieldosen, Räuchermänner, Nussknacker, Pyramiden und Schwibbögen. Das Unternehmen ist international aktiv und vertreibt seine Produkte von Asien bis in die USA. Jedes fünfte geht Müller zufolge direkt ins Ausland.