Bierdeckel

Artikel vom **28. März 2020**
Mobile Ausschank- und Verkaufseinrichtungen



Bier drauf und fertig? Seit 25 Jahren arbeitet Papus an der Aufwertung des oft unterschätzten Werbeträgers.

Im Jahr 2003 brachte Friedrich Merz die These auf, die Einkommenssteuer müsse doch auf einen Bierdeckel passen. Darauf wartet die Bevölkerung zwar immer noch, trotzdem ist der Bierdeckel seit jeher ein »multifunktionaler Mikrokosmos«: Als Untersetzer oder Deckel, um lästige Insekten vom Getränk fernzuhalten, als Notizblock oder um Kartenhäuschen zu bauen, den Tisch am Wackeln zu hindern oder fleißig damit zu werben. Dass gerade beim letzten Thema mehr geht, als man denkt, zeigt seit fünfundzwanzig Jahren die Papus Bierdeckel GmbH, die erfolgreich Bierdeckelproduktion und Werbung kombiniert. Die Firma ist nach eigenen Angaben der drittgrößte Bierdeckelhersteller in Europa und zugleich eine der kleinsten Offset-Druckereien für Glasuntersetzer auf dem Markt. Unter der Marke »Papus« werden im Jahr etwa 150 Millionen Bierdeckel hergestellt. In Umfragen und Studien schneidet der Bierdeckel als Werbeträger nämlich auch heute noch sehr gut ab. Seine Außenwirkung

ist sympathisch, bodenständig, aber auch etwas bieder und niedlich. Mit einem Spieleerfinder hat das Unternehmen eigens mehrere Bierdeckel-Kartenspiele entwickelt. Vor ein paar Jahren hat der Betrieb auch ein Bierdeckelhäuschen mit vorgestanzten Ecken zum Nachfalten entworfen und sogar den größten Bierdeckel produziert und war damit im Guinness-Buch der Rekorde gelandet. So entwickelt das Unternehmen laufend Produkte rund um den Bierdeckel, die mit den üblichen Erwartungen auch mal brechen – und das mit Erfolg.

Hersteller aus dieser Kategorie

© 2025 Kuhn Fachverlag