



Die Führungskräfte der Fantastic Six (v.l.): Armin Halfar und Kathrin Stühmeyer (beide Halfar), Jan Eckstein (SND), Kai Gminder (Daiber), Volker Griesel (Fare), Walter Both (mbw) und Thomas Karlowsky (Karlowsky Fashion).

Fantastic Six-Event, Quakenbrück

Sechs gewinnt

Als „Fantastic Six“ luden die sechs zur JCK Holding gehörenden Lieferanten Daiber, Fare, Halfar, Karlowsky, mbw und SND am 11. April 2013 in die Räumlichkeiten der Holding in Quakenbrück. Unter dem Motto „Erleben, entdecken, erfahren, ausprobieren“ erhielten 80 Werbeartikelhändler tiefe Einblicke in die Arbeit und das Leistungsportfolio der sechs Spezialisten. Dabei sorgte nicht nur die Präsentation, sondern auch das Rahmenprogramm für Begeisterung unter den Gästen.

■ Das beschauliche Städtchen Quakenbrück, ein ganzes Stück von der Autobahn entfernt im Osnabrücker Land gelegen, beheimatet zwei „Biggies“, die man hier nicht unbedingt erwarten würde: Zum einen wird in der Artland Arena mit der ortsansässigen Basketballmannschaft Artland Dragons echter Spitzensport in Form von Bundesliga-Basketball geboten. Zum anderen hat hier die JCK Holding ihren Hauptsitz: 23 Unternehmen gehören zu der Beteiligungsgesellschaft, deren Gesamtumsatz eine halbe Milliarde Euro übersteigt und die zu den größten Playern im deutschen Private-Label-Geschäft (Schwerpunkt: Textilien) zählt.

Sowohl die Räumlichkeiten der Unternehmensgruppe als auch die Artland Arena gehörten zu den Schauplätzen des Fantastic Six-Events am 11. April 2013, denn

die Holding, Hauptsponsor der Artland Dragons, hält auch an sechs Werbeartikel-Lieferanten Anteile: Daiber (Textilien), Fare (Schirme), Halfar (Taschen), Karlowsky (Berufsbekleidung), mbw (Spielwaren und Reflektoren) und SND (Porzellan).

„Superhelden“

Sechs Spezialisten, die auf ihrem jeweiligen Gebiet „Superhelden“ sind – dies zumindest legte das charmante Key Visual nahe, das eigens für die Veranstaltung entworfen worden war und jedes Mitgliedsunternehmen der „Fantastic Six“ als Comic-Helden personifizierte.

„Als Spezialisten besitzen alle sechs Unternehmen ein breites produktspezifisches Wissen, sowohl was Design und Herstellung ihrer Produkte als auch deren Ein-

satz als Werbeartikel angeht“, erklärt Fare-Marketingleiterin Carina Hartmann, die das Event mit Unterstützung ihres Kollegen Sebastian Jorde organisiert hatte. „Unsere Kompetenzen gehen jedoch noch weit über bloßes Produkt-Know-how hinaus: Wir bieten unseren Kunden Sicherheit in Bezug auf die Unbedenklichkeit unserer Produkte und investieren enormen Aufwand in entsprechende Testverfahren. All diese Kompetenzen möchten wir ausgewählten Händlerpartnern vermitteln und ihnen gleichzeitig einen spannenden und kurzweiligen Tag bieten.“

Erleben, entdecken, erfahren, ausprobieren

80 Gäste von 50 Händlerfirmen waren nach offiziellen Angaben in die Räumlichkeiten

der JCK Holding nach Quakenbrück gekommen – darunter große, global aufgestellte ebenso wie kleine, regional agierende Unternehmen, Traditionsbetriebe wie Start-ups, Fullservice- oder Internetspezialisten.

Den großzügigen Showroom der Holding, der normalerweise für Präsentationen im Textilienbereich genutzt wird, hatten die „Fantastic Six“ ausgeräumt und aufwendig umdekoriert, um Auszüge aus ihren Programmen und ihrem jeweiligen Kompetenzspektrum präsentieren zu können. Das Motto der Veranstaltung: „Erleben, entdecken, erfahren, ausprobieren“.

So zeigte Halfar, wie Taschen, Karlowsky, wie Textilien genäht werden. Daiber (Transferdruck), Fare (Siebdruck) und SND (Sublimationsdruck auf Porzellan) demonstrierten Veredelungstechniken. mbw schließlich bedruckte Filzhänger, testete die Strahlkraft von Reflektoren und offenbarte das Innenleben eines Teddys.

Zusätzlich wurden Videos zur Herstellung einzelner Produkte – teilweise vor Ort bei Produzenten in Fernost gefilmt – gezeigt. Eine geballte Ladung Infotainment,

die von den Besuchern begeistert aufgenommen wurde. „Auch wer mit vielen Fertigungs- und Individualisierungstechniken vertraut ist, kann noch vieles lernen“, konstatiert Stefan Furtmayr, Der Furtmayr. „Ich wusste z.B. noch nicht, wie aufwendig es ist, hochwertige und sichere Plüschtiere zu fertigen, und werde zu Hause mal ein Muster aufschneiden, um die Details meinen Kunden zu vermitteln.“

Ebenfalls verblüffend: Viele Arbeitsschritte werden in Handarbeit in Deutschland durchgeführt, und noch dazu in atemberaubendem Tempo. Während es vielen Besuchern nur mit viel Mühe gelang, eine Sublimationsfolie gerade und blasenfrei auf eine Tasse zu rakeln, schafft „ein geschulter Mitarbeiter je nach Becherform bis zu 100 Stück pro Stunde“, berichtet Christina Hentrich, SND.

Checken, prüfen, analysieren

Den Bereich Produktsicherheit schließlich beleuchtete die JCK-eigene Prüfgesellschaft Labtech. Das Tochterunterneh-

men war mit einem Infostand vor Ort und gewährte darüber hinaus im Rahmen von Führungen Einblicke in sein Labor, das über eine chemische Analytik, eine Nass-Chemie, einen physikalischen Bereich sowie eine Waschabteilung verfügt. Interessierte Besucher erfuhren u.a., wie im Normklima Gewicht, Wasserdichte oder Abrieb- und Reißfestigkeit von Textilien getestet werden, welche Arbeitsschritte notwendig sind, um Knöpfe, Badeenten oder Reißverschlüsse auf gesundheitliche Unbedenklichkeit abzuklopfen, oder wie häufig Textilien gewaschen werden, um ihre Farbechtheit zu prüfen.

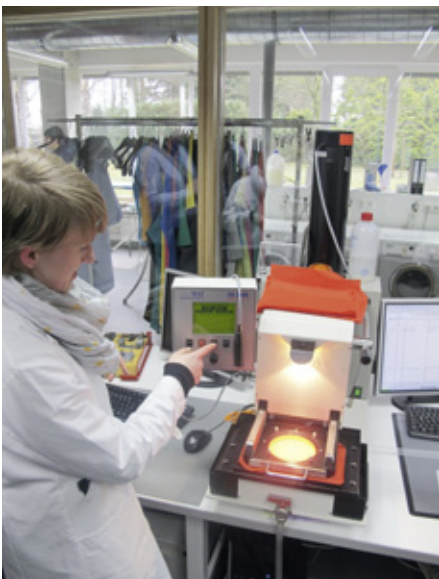
Für viele Teilnehmer lautete angesichts der aufwendigen Herstellungsverfahren und zeitintensiven Prüfprozeduren die Quintessenz, dass Qualität und Sicherheit zu Recht ihren Preis haben – und ein Pfund sind, mit denen man beim Kunden wuchern kann. Gunnar Sprinkmann, Gunnar Sprinkmann GmbH, fasst zusammen: „Ich habe viele interessante Fakten erfahren, die ich auch zu Hause im Verkaufsgespräch nutzen kann. Eine hochinformativ Veranstaltung und darüber hinaus ein echtes Verwöhnprogramm.“

Körbe, Spaß und Partystimmung

Denn auch was die „Freizeitgestaltung“ anging, hatten sich die Organisatoren einiges einfallen lassen: Am Vorabend hatten bereits angereiste Gäste Gelegenheit, ein Bundesligaspiel der Artland Dragons gegen den BBC Bayreuth zu verfolgen, das die Quakenbrücker mit 73:60 für sich entschieden. Am Nachmittag der Veranstaltung selbst dann bestand für alle die Gelegenheit, die eigene Geschicklichkeit mit dem roten Ball zu erproben, denn die Spieler der Artland Dragons gaben in der Arena im Rahmen einer Führung und eines Probetrainings Einblicke in ihren Alltag als Profis. So mancher Werbeartikler erwies sich als bemerkenswert korbsicher.

Ein perfektes Warm-up für die Abendveranstaltung, die im nahegelegenen Hof Elting-Bußmeyer stattfand, einem für die Gegend typischen historischen Gehöft. Bei gutem Essen wurden angeregte Gespräche geführt, bei lauter Musik wurde bis in die frühen Morgenstunden gefeiert. Denn natürlich dienen Events wie dieses auch dem Austausch und der Kundenbindung. Wobei man, wie der Abend unter Beweis stellte, in diesem Falle eher vom Pflegen von Freundschaften reden sollte. **WVA TB**

www.daiber.de
www.fare.de
www.halfar.com
www.karlowsky.de
www.mbw.sh
www.snd-porzellan.de



Die Prüfgesellschaft Labtech bot Einblicke in ihre Labors.