

PSI

JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

August/September 2018

57. Jahrgang



Jan Breuer

mbw

Mit Sympathie und Kreativität

Product Guide

Ökologische und
nachhaltige Produkte
Kosmetik und Körperpflege

PF Concept

Nachhaltigkeit
aus Überzeugung

SL Bags

Mehrwert
statt Einweg

KMS Kafitz

Vom Datenträger- zum
Werbeartikel-Experten

Geiger-Notes

mypromo: Rundumlösung
für die Branche



PSI · PromoTex Expo · viscom

**Die neue Welt
des Werbens
und Verkaufens**

Jan Breuer

Mit Sympathie und Kreativität

Die unverwechselbaren Produkte des Unternehmens mbw haben sich in der Branche längst einen einprägsamen Namen gemacht. Herr dieser Sympathieträger ist seit vier Jahren Jan Breuer. Der Jungunternehmer wuchs gewissermaßen in den Betrieb des Gründerehepaars Both hinein und treibt die Weiterentwicklung der Firma mit frischen Impulsen voran.



Wir treffen den 34-jährigen Jan Breuer an einem schönen Vorsommertag dieses Jahres im Norden der Republik, in Schleswig-Holstein, ganz in der Nähe der Flensburger Förde und der dänischen Grenze, wo mbw beheimatet ist. Der Ort ist klein, doch der Ortsname Wanderup ist in Werbeartikelkreisen seit Langem prominent. Dies hat vor allem auch mit Jan Breuers Vorgängern, den Eheleuten Monika und Walter Both zu tun, die das Unternehmen im Jahr 1980 gründeten und als Inhaber zu einem erfolgreichen, allseits bekannten wie angesehenen Lieferanten der Branche entwickelten. Da war Jan Breuer zwar noch nicht geboren, doch er begleitete diese unternehmerische Evolution quasi schon von Kindesbeinen auf, ja man kann sagen, er wuchs in die Firma hinein. Doch dazu später mehr.

Überzeugende Kollektionen

Begonnen hatte alles mit Fußgängerreflektoren. Nach ersten Schritten im Einzelhandel und Kooperationen mit den deutschen Verkehrswachen, war schnell klar: der Weg führt in die Werbeartikelbranche. Allmählich weitete sich das Sortiment Fahrradhelme Flaschenöffner, gewickelte, T-Shirts namens „Snaky's“, Reflexbänder, Softplüsch, Silikonarmbänder oder Mikrofasertücher. Dann hält mit SQUEEZIES die erste individuelle Kollektion Einzug. Andere wie CityDucks, ein Teil der aktuell über 200 Modelle zählenden Quietsche Entchen-Familie, oder die wahrlich ‚umfangreiche‘ Sippe des Herrn Bert folgen.

Unverwechselbare Individualisten

Die längst europaweit präsenten Kuscheltiere und Entchen (die es auch in größeren Versionen gibt) sind mit den



Marken MiniFeet und Schnabels unter der Ägide Jan Breuers mittlerweile zu starken Standbeinen des Unternehmens geworden. So wird das mbw-Angebot heute von einer ausgewogenen und aufeinander abgestimmten Mischung origineller wie nützlicher Produktlinien bestimmt, die ihren festen Platz im bunten Branchenreigen gefunden haben. Die jüngsten knuddeligen Akteure der plüschigen Reihe heißen BigHeads & ChillyFriends. „Alles in allem besitzt mbw derzeit über 200 geschmacksmustergeschützte Artikel und Logos“, verrät uns Jan Breuer. Eins indes vereint alle diese in jeder Hinsicht hoch qualitativen und selbstverständlich rundum zertifizierten Marken-Serien: es sind allesamt Sympathieträger oder auch „Individualisten der Herzen“, und deshalb als Werbeatikel so nachhaltig wirksam.

Voneinander profitieren, miteinander wachsen

Bevor wir jedoch zum Protagonisten dieses Textes zurückkehren sei hier noch bemerkt, dass mbw bereits seit 1986 ständiges PSI Mitglied und regelmäßig auf der Messe in Düsseldorf präsent ist; seit einigen Jahren im Verbund mit der so genannten CHOICE Gruppe, einem Kreis von sechs Werbeatikellieferanten, die zur JCK Holding zählen, einer vielfältigen und leistungsstarken Unternehmensgruppe, die heute weltweit agiert. mbw hat sich 2007 der Familienholding angeschlossen, die unter dem Motto „Voneinander profitieren, miteinander wachsen“ ihren Tochtergesellschaften die Eigenständigkeit der Unternehmen und damit deren Unternehmern garantiert.

In den Betrieb hineingewachsen

Womit wir wieder bei Jan Breuer wären, dem jetzigen Lenker der mbw-Geschicke. Seit dem 1. Januar 2014 hat er die Leitung des Unternehmens inne. Schon ein Jahr zuvor übertrugen ihm Monika und Walter Both die Prokura und legten nach ihrem Abschied Ende 2014 die Geschicke der Firma ganz – und ganz bewusst – in junge, wie wohl bewährte Hände. Damals war Breuer gerade 30 geworden, allerdings schon jahrelang bei mbw tätig. Doch der Kontakt zum Betrieb reicht bis in seine Kindheit zurück und kommt nicht von ungefähr. Wie uns der waschechte Wanderuper erzählt, verbindet die Familie Both und seine Familie eine langjährige Freundschaft: „Meine Mutter ist seit mehr als 30 Jahren Mitarbeiterin in der Buchhaltung von mbw. Außerdem wohnten wir in unmittelbarer Nachbarschaft von den Boths. Wir haben zusammen mit deren Kindern gespielt und des Öfteren das Lager auf links gedreht, wo wir uns auch Höhlen mit Kartons gebaut haben. Auch auf Botenfahrten durfte ich schon als Sechsjähriger mal mit von der Partie sein.“ So ist Jan Breuer gewissermaßen mit dem Unternehmen großgeworden. >>

JAN BREUER IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Schön, dass die Sonne scheint. Im Norden Deutschlands sind wir ja oftmals auch anderes Wetter gewohnt.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn Projekte gut laufen und man für Herausforderungen gemeinsam gute Lösungen finden konnte.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Ein gutes WIR-Gefühl im Team, kreative Köpfe mit guten Ideen und wenn Dinge, die man lange vorbereitet hat, erfolgreich gelingen.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Unzuverlässigkeit.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Den Nachtsch.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

Am Meer. Durch die Nord- und Ostsee in der Nähe sind wir hier in Wanderup schon sehr verwöhnt.

Vier Wochen Zwangsurlaub – wohin geht's?

Mit meiner Frau, den Kindern und unserem Hund nach Föhr. Die Insel ist einfach herrlich und für uns innerhalb kürzester Zeit erreichbar.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für gutes Essen.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Natürlich nicht ... ;-)

Wann ist ein Werbeatikel ein guter Werbeatikel?

Wenn er lange in Erinnerung bleibt.

Den besten, den Sie je bekommen haben?

Ein Hightech-Schraubendreher von Protrade. Funktional, hochwertig und hilfreich. Den Schraubendreher habe ich immer noch im Einsatz und der hat schon so einige Umdrehungen hinter sich.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeatikel?

Wenn er billig und qualitativ mangelhaft produziert ist, aber dabei noch gut aussieht. Ein Werbeatikel muss halten, was er verspricht – auch im Einsatz. Schließlich verlassen sich die Firmen darauf, die diesen Artikel als Markenbotschafter einsetzen. Wie mein Freund Günter immer sagt: ein Logo auf dem Griff eines Regenschirms, der in der Fußgängerzone kopfüber im Papierkorb steckt, ist nicht die beste Werbung ... Deshalb ist es wichtig, dass die Qualität einfach passt.



>> Kaum verwunderlich also, dass er nach seiner schulischen Laufbahn die Chance genutzt hat, seine Ausbildung bei mbw zu absolvieren. Und: „Nach diesen zweieinhalb Jahren war klar: hier will ich bleiben!“

Lebenswerk weitergeführt

Mittlerweile ist Jan Breuer seit 18 Jahren mbw-ler. Und die Boths wissen ihr Lebenswerk bei ihm bestens aufgehoben. Schon bei der Geschäftsübergabe fanden die scheidenden Inhaber entsprechende Worte: „Er ist wie ein Teil der Familie. Wir stehen uns sehr nah – und wir vertrauen voll und ganz auf seine Erfahrung, sein Können, seine Leidenschaft. Dass er diese Leidenschaft mitbringt, hat er in



Direkt vor Ort in Wanderup wird auch veredelt und personalisiert – dies auch in Kleinstauflagen.

den vergangenen Jahren immer wieder bewiesen. Qualität, Sicherheit, faire Arbeitsbedingungen – diese Leitlinien unserer Arbeit verfolgt Jan Breuer in unserem Sinne weiter. Spürsinn für Neues, die Weiterentwicklung von Klassikern, technisches Know-how und Freude am Umgang mit den Kunden – auch das bringt er mit.“ Breuer gibt im Gespräch das Lob aber auch sehr gern zurück: „Mit Monika und Walter Both hatte ich tolle Lehrmeister, die mich all die Jahre stets mit Rat und Tat begleitet und mir schrittweise mehr Verantwortung übertragen haben. Ihr Vertrauen war mir immer auch Anreiz, meine eigenen Neigungen weiter zu verfolgen und mein unternehmerisches Gespür weiter zu entwickeln.“

Bewährtes weiterführen, Neues anstoßen

Dies scheint dem (immer noch) Jung-Unternehmer auch gelungen. Jan Breuer kennt mbw durch und durch und lebt den Firmengeist mit jeder Faser vor. Er weiß: Erfolg bedeutet in Wanderup stets auch Ansporn. Und Bewährtes weiterzuführen heißt dort auch immer wieder Neues anstoßen und auf den Weg bringen. So setzt man bei mbw natürlich auch auf steten innovativen Antrieb. Und der ist, wie die daraus hervorgehenden Erfolge, eine Leistung des Teams. „Ich bin im Team großgeworden und führe den Teamgedanken auch weiter. Hier bei mbw versuchen wir immer, alle mitzunehmen“, streicht Breuer heraus. „Alle gehören dazu und das merkt man auch am ‚Wir-Gefühl‘ innerhalb der Belegschaft.“

Identifikation mit der mbw-Familie

Die Identifikation der auf ca. 80 angewachsenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrem Betrieb ist groß. „Das liegt auch daran, dass wir früh darauf gesetzt haben, die Kompetenz einzelner Abteilungen zu stärken, Selbstständigkeit zu fördern und dazu zu animieren, an der Weiterentwicklung des Unternehmens mitzuarbeiten“, sagt Breuer. So gibt es beispielsweise eine „Ideenbox“, in der die Beschäftigten ihre Anregungen miteinbringen können, sei es, was Produkte betrifft oder die Verbesserung interner Abläufe. „Hier konzentriert sich viel Know-how und wir schöpfen dies durch Maßnahmen wie diese auch aus. Um jede Idee sind wir dankbar und etwa zwei Drittel davon werden auch umgesetzt und bei der Weihnachtsfeier (die auch so etwas ist wie die betriebliche Familienfeier) entsprechend prämiert“, so Breuer weiter. Die Feier ist ebenfalls Rahmen für die Verleihung des „Goldenen Bert“, ein Dankeschön für langjährige Betriebszugehörigkeit: ein weiterer Beleg für das gute mbw-Klima, in dem sich die Kolleginnen und Kollegen ausgesprochen wohl fühlen.





Das große Außenlager im nahen Eggebek gewährleistet modernes wie professionelles Lagermanagement.

Professionelles Lagermanagement

Vom professionellen Lagermanagement konnten wir uns selbst ein Bild machen: mbw betreibt seit fünf Jahren ein modernes Pickup- und Kommissionierungslager im nahen Eggebek. Veredelt bzw. personalisiert – auch in Kleinstmengen – wird bei hiesigen Druckereien und zum Teil direkt im Haus. Hier stehen u.a. sechs eigene Druckmaschinen bereit. Auch konfektioniert wird am Firmensitz. Dort entstehen auch eigene pfiffige Kartonagen, in denen z. Bsp. Muster verschickt werden. Wie uns Jan Breuer berichtet, reifen (auch angesichts der steten „gesunden Steigerung“ der Unternehmensbilanz) Pläne zur Expansion und Konzentration von Lager und Unternehmenssitz am Standort Wanderup – das nebenbei verkehrstechnisch sehr gut angebunden ist. Zum Hamburger Hafen ist es ohnehin nicht weit, und größere Aufträge gehen auch schon mal direkt von dort aus auf die Reise zum Kunden.

Vieles auf den Weg gebracht

Neben der Sortimentskonzentration hat Jan Breuer auch die Prozessoptimierung auf den Weg gebracht. Bei mbw geht man nicht nur in Sachen Produkttrends mit der Zeit. Stichwort E-Commerce: Nach zwei Jahren Entwicklungsphase startete man jüngst erfolgreich mit einem neuen, maximal flexiblen Webshop, der den Kunden viele Vorteile bietet (und den Mitarbeitern wieder mehr Raum schafft für bspw. intensive Kundenbetreuung und die Entwicklung von Sonderanfertigungen). Welch großen Wert man im Unternehmen dem E-Commerce beimisst, zeigt auch die Schaffung eines neuen Ausbildungsplatzes zu ebendiesem Thema. Auch marketingtechnisch ist man gereift, was die professionellen Präsentationen von Katalogen, Flyern und der erwähnte gemeinsame Messeauftritt innerhalb der CHOICE-Gruppe beweisen. Zu den weiteren Pluspunkten des Unternehmens zählen ein eigenes Qualitätsmanagement an den Produktionsstätten in Fernost sowie die hausinterne Qualitätsprüfung, die alle Gesetzesvorgaben mehr als erfüllt. Eine anspruchsvolle Grafik liefert kreative Impulse. Und Verantwortung auf dem Feld der Social Compliance ist für mbw schon immer selbstverständlich.

Produkte, die ein Lächeln zaubern

Letzterer jedenfalls steht nach wie vor im Zentrum aller unternehmerischer Bestrebungen bei mbw: „Die Kundenberatung ist das Wichtigste. Denn nur, wer auch ganz für den Kunden da ist, kann den Erfolg finden, der auch wirklich zufriedenstellt“, betont Breuer. Und dies funktioniert innerhalb der mbw-Familie bislang prima. Hier arbeitet man gemeinsam mit Spaß daran, den Werbemittelhandel mit „Dingen, die sonst keiner machen kann“ zu überzeugen. Zugegeben: die originelle, durchweg sympathische Produktpalette erleichtert es, beim Kunden ein gutes Gefühl zu schaffen und ein Lächeln aufs Gesicht der Empfänger zu zaubern. „Wer kann das mit seinen Produkten schon von sich behaupten“, meint Breuer. Wir können ihm nur zustimmen ... <

