



Presse-Information

PUSTEFIX: Marketing mit Seifenblasen

Marketing-Club Schwarzwald-Baar zu Gast bei PUSTEFIX, der unverwechselbaren Kultmarke für Seifenblasen

Tübingen/Villingen-Schwenningen, 27. Juli 2011. Andreas Störmer, Vorstandsmitglied des Marketing-Clubs Schwarzwald-Baar, begrüßte am 18. Juli bei PUSTEFIX in Tübingen rund 35 Gäste und Mitglieder des Marketing-Clubs zu einem Blick hinter die Kulissen der Seifenblasen-Kultmarke PUSTEFIX. Geschäftsführer Frank Hein, der das Unternehmen in der dritten Generation leitet, erläuterte die Firmengeschichte und die Marketingstrategie, ein Rundgang durch die Produktion rundete den Besuch ab.

Die weltweit bekannten blauen Röhrchen stehen für grenzenloses Seifenblasen-Vergnügen. Dabei ist die ursprüngliche Idee, Kindern ein fix und fertiges Spiel zum Seifenblasen pusten anzubieten, unverändert bei allen PUSTEFIX Spielen gültig. Das PUSTEFIX Team ist von Anfang an bis zum heutigen Tag zu 100 Prozent auf das Thema Seifenblasen spezialisiert. Ein hoher Qualitätsanspruch stellt die Erfüllung aller Regeln für die Sicherheit von Spielwaren und moderner Umweltaforderungen sicher. PUSTEFIX legt besonderen Wert darauf, dass die verwendete Flüssigkeit harmlos, ungiftig und umweltverträglich biologisch abbaubar ist. Dies wird auch durch amtliche Testate bescheinigt. Ergänzt um einen hervorragenden Kundenservice, werden die Seifenblasen mit dem weltweit geschützten Logo, dem seifenblasenden PUSTEFIX Bären, erfolgreich vermarktet.

Das Unternehmen wurde 1948 vom Chemiker Dr. Rolf Hein gegründet. Schon damals verfolgte er das Ziel ein gebrauchsfertiges Spiel zu schaffen, mit dem ohne große Vorbereitung fix und fertige Seifenblasen gepustet werden können. PUSTEFIX findet man heute in den europäischen Nachbarländern, exportiert werden die Seifenblasen auch in die Vereinigten Staaten, nach Japan und auch in Länder wie zum Beispiel Singapur, Russland, Kasachstan, Korea, Südafrika und auf exotische Südseeinseln. Zum Wachstum trug neben der Ausweitung des Seifenblasen-Sortiments auch die Entwicklung ein komplettes Sortiment an verschiedenen Seifenblasenspielen bei.

In den 90er Jahren wurde PUSTEFIX auch als Sympathieträger für die Werbung entdeckt, so daß PUSTEFIX Spiele in individueller Aufmachung von verschiedenen Unternehmen für den Einsatz als erfolgreicher Werbeträger genutzt werden. Die Gründung



Presse-Information

des PUSTEFIX Fan-Clubs, die Zusammenarbeit mit dem Seifenblasenkünstler Louis Pearl sowie das Angebot für professionell durchgeführte Seifenblasen-Events waren weitere wichtige Marketing-Elemente für eine erfolgreiche Wachstumsstrategie.

Nach der interessanten Firmenpräsentation durch Geschäftsführer Frank Hein konnten die Marketing-Club-Gäste bei der Führung durch die Produktion einen Blick hinter die Kulissen werfen. Um die Produktion live zu erleben, verlegten die PUSTEFIX-Mitarbeiter ihren Arbeitsstart extra nach hinten. Interessant ist auch, dass noch viel in echter Handarbeit produziert wird. Sonderaufdrucke für den Einsatz der Seifenblasen-Röhrchen als Werbeträger für andere Firmen oder für Events sind auch in kleinen Mengen möglich. Große Glasvitrinen zeigen unzählige Muster von gelabelten PUSTEFIX-Produkten, die Kunden als Werbeträger eingesetzt haben.

Nach der Firmenpräsentation und der Produktionsbesichtigung wurden bei einem kleinen Imbiss noch viele interessante Gespräche mit den PUSTEFIX-Mitarbeitern geführt.

Spannendes Programm für Marketing-Interessierte

Auch in diesem Jahr hat der Marketing-Club Schwarzwald-Baar wieder viel vor. Das hochwertige Programm wartet in gewohnter Qualität auf die Teilnehmer der Veranstaltungen. Wie immer sind Gäste herzlich willkommen.

Die nächste Club-Veranstaltung ist die jährliche Mitgliederversammlung, die am 19. September um 19 Uhr im Donaueschinger Hotel „Der Öschberghof“ stattfindet.

Wie AUDI Social Media genutzt ist der Themenschwerpunkt des November-Club-Abends. Welche wichtige Rolle Facebook, Twitter, LinkedIn & Co. im Marketing-Mix des Autoherstellers spielen, wird am 14. November beleuchtet. Start der Veranstaltung ist um 19 Uhr im Hotel Carleton in Donaueschingen.

Am letzten Club-Abend im Jahr 2011 wird uns eine Referentin von BREUNINGER erläutern wie mit einer Kundenkarte erfolgreiches Kundenbindungsmanagement im Luxussegment des Textileinzelhandels umgesetzt wird. Der Vortrag beginnt am 5. Dezember um 19 Uhr im Öschberghof in Donaueschingen.

Anmeldungen und weitere Infos zu allen Veranstaltungen gibt es bei Carolin Doderer im Club-Sekretariat unter info@mc-sb.de oder per Telefon 0 77 21/50 23 27.



Presse-Information

Pressefoto – Bildunterschrift

Bild 1:

PUSTEFIX-Geschäftsführer Frank Hein (zweiter von rechts) erläutert den Gästen des Marketing-Club Schwarzwald-Baar verschiedene Prozessschritte der Produktion der weltbekannten blauen Seifenblasen-Röhrchen.

Bild frei zur Veröffentlichung

Foto: Andreas Störmer

Abdruck frei, Belegexemplar erbeten.

Über den Marketing-Club Schwarzwald-Baar (www.mc-sb.de):

Der Marketing-Club Schwarzwald-Baar e.V. wurde im September 2006 als einer von ca. 65 Clubs des Deutschen Marketing-Verbandes gegründet und hat heute rund 90 Mitglieder verschiedenster Branchen. Unter dem Dach des Deutschen Marketing-Verbandes versammeln sich weit mehr als 13.000 Mitglieder. Damit stellt der Deutsche Marketing-Verband nicht nur die größte deutsche Marketingorganisation, sondern auch die älteste, denn der Verband existiert seit 1956.

Marketing-Clubs stehen für regelmäßige Begegnung mit Frauen und Männern, die professionell mit Marketing zu tun haben, und das in der Regel auch in leitender Position. Marketing-Clubs stehen aber auch für Information, Meinungsaustausch und Diskussion zu verschiedensten Management- und Marketing-Themen. Dabei finden die monatlichen Veranstaltungen an unterschiedlichsten Orten in der Region und in unterschiedlichsten Formen statt. Von der Podiumsdiskussion bis zur Betriebsbesichtigung mit anschließender Vorstellung der jeweiligen Marketing-Philosophie gibt es alles. So gesehen ist der Marketing-Club Schwarzwald-Baar nicht nur die zentrale, branchenbezogene Begegnungsplattform für die Region, sondern verbindet vielmehr die Region aktiv mit den Marketing-Ballungsräumen wie z. B. München, Düsseldorf, Frankfurt, Berlin oder Hamburg. Selbstverständlich gibt es im Marketing-Club Schwarzwald-Baar auch Mitglieder, die nicht direkt im Marketing tätig sind, wohl aber dessen Bedeutung für ein erfolgreiches Geschäft überhaupt kennen: Unternehmerinnen und Unternehmer, Vertriebsleute, Personalleiter, Banker, Einzelhändler, Handwerker usw.



Marketing-Club Schwarzwald-Baar e.V.

Presse-Information

Kontakt:

Carolin Doderer

Geschäftsstellenleiterin

Marketing-Club Schwarzwald-Baar

Robert-Bosch-Straße 9

D - 78048 VS-Villingen

Tel: +49 (0) 7721-50 23 27

Fax: +49 (0) 7721-84 21 33

info@mc-sb.de

www.mc-sb.de

Antje Häcker

Vorstand PR und Öffentlichkeitsarbeit

Marketing-Club Schwarzwald-Baar

Robert-Bosch-Straße 9

D - 78048 VS-Villingen

Tel: +49 (0) 7721-50 23 27

Fax: +49 (0) 7721-84 21 33

info@mc-sb.de

www.mc-sb.de