



Basteln, Schreiben oder konzentriert im Home-Office: Mit einer Tasse Kaffee im Retro-Design macht das gleich viel mehr Spaß.

NOSTALGIC-ART

.....

Hingucker und Statement

Wenn die kalte Jahreszeit beginnt, genehmigt man sich immer mal wieder gerne diverse Heißgetränke. Der Geschenkartikel-Hersteller Nostalgic-Art hat für diese Saison – und die PBS-Geschäfte im Allgemeinen – deshalb ein buntes Ergänzungssortiment zu bieten. So sind die hochwertig bedruckten Retro-Tassen zum Beispiel das ideale Geschenk für Fans verschiedener Themenwelten. Werbemotive und Logos von bekannten Lizenzgebern wie BMW oder Vespa zieren die Vintage-Kaffeetassen, die mit ihrer leicht abgerundeten Form angenehm in der Hand liegen. Damit werden sie zu echten Liebhaberstücken auf dem Schreibtisch – denn Retro ist ein Lebensstil, ist man bei Nostalgic-Art überzeugt.

www.nostalgic-art.de

www.weloveretro.de

Nachgefragt ...

... bei Teja Engel, Geschäftsführer von Nostalgic-Art Merchandising in Berlin

Herr Engel, Nostalgic-Art fällt mit seinen Produkten im Geschäft gerne positiv auf. Wie würden Sie Ihr Unternehmen und Konzept in wenigen Worten beschreiben?
Wir LIEBEN Retro! Seit 1995 steht Nostalgic-Art für Blechschilder Made in Germany, Lizenzen weltweit bekannter Marken wie Vespa, Coca-Cola oder Volkswagen und für ein abwechslungsreiches Geschenkartikelsortiment im beliebten Retro-Stil. Unsere Designs vergangener Jahre wecken nicht nur Erinnerungen an die guten alten Zeiten, sie spiegeln auch das Lebensgefühl von Generationen wider. Emotionale und farbenfrohe Designs auf hochwertigen Bestseller-Produkten sind seit vielen Jahren ein fester Sortimentsbaustein erfolgreicher Einzelhändler und somit ein echter Umsatzgarant. Retro ist eben nicht nur Trend, sondern auch ein Lifestyle.

Sie haben jüngst mit einem innovativen und besonders humorvollen Imagefilm für Aufsehen gesorgt. Welchen Effekt und welches Feedback haben Sie bisher darauf erhalten?

Auf unseren Imagefilm haben wir bisher sehr viel positives Feedback erhalten. Retro-Fans sind wissbegierig, sammelfreudig und sehr loyal, daher wollten wir ihnen durch unsere Kampagne „We LOVE Retro“ einen kleinen Einblick in die Welt von Nostalgic-Art ermöglichen. Im Zusammenspiel mit unseren Social-Media-Aktivitäten schaffen wir somit Kundenbindung auf emotionaler Ebene, von der auch der Fachhandel profitiert.

Bild: Nostalgic-Art



In über 50 Ländern assoziieren die Kunden Retro und Vintage mit der Marke Nostalgic-Art – und das nicht zuletzt wegen des Films. Weitere Filme befinden sich bereits in Planung.

Wo sieht sich Nostalgic-Art in der Zukunft – insbesondere unter Anbetracht des aktuellen Zeitgeschehens?

Wie wir aus der Konsumforschung wissen, besinnen sich die Kunden in unsicheren Zeiten gerne auf Altbewährtes. Daher erfreut sich Nostalgic-Art derzeit großer Beliebtheit, beim Handel ebenso wie beim Verbraucher. Teil unserer Expansionsstrategie ist der Eintritt in neue Märkte, wie zum Beispiel der PBS-Branche. Unsere Geschenkartikel sind bereits ein fester Bestandteil im Sortiment zahlreicher Papeterien und papeterieaffiner Filialisten. Es freut uns daher ganz besonders, dass Nostalgic-Art anlässlich seines 25-jährigen Jubiläums im Frühjahr 2021 mit einer ersten für die Branche äußerst attraktiven Kollektion auf den Markt kommt. Mit dieser Sortimentserweiterung etablieren wir uns vom Anbieter eines erfolgreichen Randsortimentes hin zum Lieferanten eines Stammsortiments für die PBS-Branche. Besondere Zeiten erfordern besondere und erfolgreiche Produkte sowie innovative Ideen. Daher blicken wir positiv in die Zukunft und freuen uns schon auf die Reaktionen des Marktes auf unsere neue PBS-Kollektion.

www.nostalgic-art.de

www.weloveretro.de