

Nostalgic-Art: 30 Jahre Design mit Geschichte

14. Januar 2026, 17:30

Alte Werbeplakate auf Blech zu drucken und daraus ein Geschäftsmodell zu machen, galt Mitte der 1990er-Jahre nicht gerade als naheliegende Idee. Genau damit begann 1995 die Geschichte von Nostalgic-Art. Drei Jahrzehnte später ist aus dieser Leidenschaft für klassische Werbung ein international erfolgreiches Unternehmen geworden, dessen Produkte heute in über 50 Ländern erhältlich sind.

Was mit einer Reise nach England und dem ersten Verkauf auf einem Straßenfest in Berlin-Tegel begann, entwickelte sich Schritt für Schritt zu einer eigenständigen Kollektion hochwertiger Merchandising- und Lifestyleprodukte: dreidimensional geprägte Blechschilder, praktische und dekorative Dosen, kultige Lieblingstassen oder liebevoll gestaltete Pfefferminz-Dosen. Produkte, die bewusst nicht kurzlebigen Trends folgen, sondern auf Wiedererkennbarkeit, Qualität und emotionale Wirkung setzen.



Retro ist kein Trend – sondern ein Lebensgefühl

Nostalgic-Art hat den Retro-Look nicht neu erfunden, ihn jedoch früh als eigenständige Designrichtung etabliert, maßgeblich geprägt und konsequent weiterentwickelt. Gründer Teja Engel brachte die Idee aus England nach Berlin und baute gemeinsam mit seiner Frau eine Marke auf, die heute zu den führenden Anbietern nostalgischer Lifestyle-Produkte in Europa zählt.

Der Erfolg basiert auf Konsequenz: im Design, in der Produktqualität und in der Zusammenarbeit mit starken Marken. Zu den langjährigen Lizenzpartnern zählen unter anderem Coca-Cola, Mercedes-Benz, BMW, Harley-Davidson, Vespa, Kellogg's, John Deere und viele weitere. Was diese Marken verbindet, ist ihre Geschichte und der Anspruch, diese visuell hochwertig weiterzuerzählen. Genau darin liegt die DNA von Nostalgic-Art.

Wo Gestaltung Raum bekommt

Entwickelt werden die Produkte in der denkmalgeschützten Kanonenhalle in Berlin-Tegel. In dem historischen Industriegebäude entstehen jährlich hunderte neue Motive und Produkte – entworfen mit viel Liebe zum Detail und einem feinen Gespür für Markenidentität.

Alle Produkte sind 100 Prozent designed in Berlin, circa 50 Prozent Made in Germany. Nachhaltigkeit ist dabei kein Zusatz, sondern fester Bestandteil des Konzepts: recycelbare Materialien, kurze Lieferketten und rund 70 Prozent Energie aus eigenen, erneuerbaren Quellen unterstreichen diesen Anspruch.

Jubiläumskampagne

Zum 30-jährigen Jubiläum startet Nostalgic-Art eine internationale Kampagne mit aufmerksamkeitsstarken POS-Konzepten für den Fachhandel. Die Jubiläumsartikel präsentieren sich bunt, kreativ und selbstbewusst – genau so, wie es der Markenwelt von Nostalgic-Art entspricht.

„Unsere Produkte erzählen Geschichten, oft mit einem Augenzwinkern“, sagt Geschäftsführer Teja Engel. „Retro ist für uns kein Rückblick, sondern eine bewusste Entscheidung für Beständigkeit. Und genau das feiern wir.“

30 Jahre später: etabliert – und marktführend mit unverwechselbarer Handschrift

Heute ist Nostalgic-Art ein verlässlicher Partner für den internationalen Handel: mit hoher Lieferfähigkeit, klarer Wiedererkennbarkeit am Point of Sale und durchdachten Verkaufskonzepten. Das Unternehmen bleibt sich treu und entwickelt sich zugleich kontinuierlich weiter.

nostalgic-art.de

