

druckt und stickt, ist un schwer aus dem Firmennamen abzulesen: Feuerwehr-Textildruck.de „Ob sich die Arbeit heute noch lohnt, entscheidet sich wohl vielmehr im Marketing und im Vertrieb als an der Stickmaschine oder Textilpresse“, sagt der Firmeninhaber. „Für die von Technikern und Handwerkern dominierte Branche mag das eine schmerzhaft Erkenntnis sein. Wer aber nur den üblichen Bauchladen vor sich herträgt, kann sich nicht ernsthaft wundern, dass sich die Kunden auf das Merkmal beschränken, das den einzig wahrnehmbaren Unterschied zwischen den unzähligen Anbietern ausmacht: Den Preis.“

Durchaus pessimistisch sieht Hans Christian Morgner

von der Ludwig Lockamp oHG die derzeitige Lage am Markt. „Der Preiskampf geht weiter“, prophezeit er. „Leider haben wir preismäßig wieder ein Erlebnis gehabt, welches mich am Verstand unserer Mitbewerber zweifeln lässt. Warum halbiert jemand ohne Not bereits relativ niedrige Preise bei Textilsiebdruckfarben? Wollen diese Menschen kein Geld verdienen oder bekommen sie ihre Lebensmittel bei Edeka geschenkt?“, fragt er sich. Wie er von seinen Kunden weiß, herrscht auch unter Druckereien und Stickereien ein derartiger Preiskampf. Morgner: „So wie es scheint, leiden wir an einem Überangebot auf jeder Ebene und jeder versucht sein Geschäft schnell zu machen. Das geht

leider nur über den Preis. Ich bin auf den nächsten Abschwung gespannt.“

Christian Heinrichs, Senior Sales Manager von foil direct, beobachtet am Markt, „dass viele Laien glauben, sie könnten T-Shirts ‚buntmachen‘ und hätten damit eine brillante Geschäftsidee. Das reicht aber nicht, um erfolgreich zu sein.“

Profis haben es seiner Meinung nach nicht nötig, „ihre handwerklich gute Arbeit unter Wert zu verkaufen. Denn schließlich gilt auch hier: wer billig kauft, kauft zweimal.“

Heinrichs: „Die Erfahrung zeigt, dass sich Qualität, die mit der Zeit geht, nicht nur durchsetzt, sondern dauerhaft am Markt bestehen kann. Dem Preisdruck im Handel sind durch reale Kosten Grenzen gesetzt. Wer immer bei



Christian Heinrichs

dem Billigsten kauft, wird bald merken, dass dies nur zu Lasten der Lieferfähigkeit und des Services möglich ist.“ Ob sich die Arbeit heute lohnt? Hierzu fällt die Antwort Heinrichs eindeutig aus: „Arbeit lohnt sich nicht nur in Zeiten des Aufschwungs, gute Arbeit lohnt sich immer!“

Slim-Fit weiter im Trend

Der Trend zu körpernahen, figurbetonten Schnitten ist auch im Markt der Werbetextilien weiterhin gefragt. Daher bietet Promodoro ein kleines und feines Sortiment an ausgewählten Slim-Fit-

Styles für Sie und Ihn an. Die Angebote des Familienunternehmens aus Düsseldorf überzeugen durch praktischen Material-Mix, hohen Tragekomfort und ausgeprägte Formstabilität, die nach Angaben des Herstellers auch nach oftmaligem Waschen erhalten bleibt.

Eng anliegende Schnitte finden sich in der Sport- und Street-Fashion ebenso wie im Business oder in der Freizeit. Dies schlägt sich auch in den Kollektionen für Werbetextilien nieder. Die zehn Slim-Fit-Oberteile von Promodoro

decken diese Einsatzbereiche passend ab: Vom Neckholder-Top für Sie über diverse T-Shirt-Variationen bis hin zum Rundhals-Longsleeve für Ihn. Alle Produkte wurden dabei stets mit Blick auf eine optimale Bedruckung entwickelt, wie es seitens Promodoro heißt. Und sie sollen auch nach vielen Wäschen ihre Qualität und Formstabilität beibehalten. Der Materialmix fühlt sich angenehm weich an und sorgt zusammen mit dem körpernahen Schnitt für ein gutes Tragegefühl. Dies gilt auch für wärmere Sommertage. Denn die Baumwoll-



Elasthan-Mischung sorgt für einen erfrischenden Kühleffekt. Zudem unterstützen das Material und die hohe Verarbeitungsqualität die Strahlkraft der frischen Frühling- und Sommerfarben.

www.promodoro.de

