

# Promodoro Corporate Wear: „Für uns ist auch Langlebigkeit ein Aspekt der Nachhaltigkeit“

Interview mit einer der erfolgreichsten deutschen Werbetextil-Marken

Qualitätsbewusstsein, Nachhaltigkeit und Kundenorientierung treiben Promodoro, Spezialist für Corporate Wear und Merchandising, an. Das Unternehmen mit der knallroten Tomate im Logo zählt zu den erfolgreichsten deutschen Werbetextil-Marken. PRINT+ sprach mit Melanie Schuster, Head of Sales und Marketing, über Zielgruppen, Materialentwicklung und die Herausforderungen des Marktes.

**Welche Zielgruppen und welche Branchen spricht Promodoro im Bereich Workwear an?**

Grundsätzlich jedes Unternehmen, das Corporate Fashion im Einsatz hat – wir arbeiten für sehr unterschiedliche Branchen. Gemeinsamer Nenner ist das Interesse an hochwertiger und langlebiger Arbeitskleidung – darauf legen unsere Kunden großen Wert.

**Wie und über welche Kanäle erreichen Sie Ihre Zielgruppen? Und wie lauten die wichtigsten Messages, die Sie transportieren?**

Wir erreichen unsere Zielgruppen über Anzeigen und Newsletter, sind auf Messen präsent

und haben einen aktiven Außendienst. Darüber hinaus beliefern wir Einkaufsverbände. Unsere Botschaften unterstreichen die Aspekte, die Workwear von Promodoro auszeichnen: Premium-Qualität, Widerstandsfähigkeit und Haltbarkeit. Auch die Messages, dass die Kleidung bis 60 Grad waschbar ist und wir Übergrößen anbieten, sind für Kunden wichtig.

**Was sind die größten Herausforderungen des Marktes, welche Anforderungen haben Kunden?**

Zwei sehr gegensätzliche Herausforderungen sind kennzeichnend: Einerseits überschwemmen Billigtextilien den Markt. Andererseits steigt das Interesse an Nachhaltigkeit und Zertifikaten. Insgesamt fehlt es aber an Qualitätsbewusstsein. Dieses Thema besetzen wir gezielt.

**Was zeichnet die neue Kollektion X.O. Collection aus?**

Ihr erstklassiges Material – für die X.O. Collection haben wir einen auf dem Markt bisher einzigartigen Stoff entwickelt: Er hat eine ungewöhnlich



Melanie Schuster, Head of Sales und Marketing, mit den Vertriebsmitarbeiterinnen Elke Bobek und Melanie Floch (v.l.n.r.)

glatte Oberfläche und feine Struktur, fällt weicher und ist sehr elastisch. Ein dermaßen seidiges Finish und eine solch hohe Dehnbarkeit gab es zuvor bei Baumwolle noch nicht. Dabei lässt sich der Stoff sehr gut bedrucken.

**Welche Vertriebskanäle nutzen Sie?**

Wir vertreiben unsere Produkte sowohl B2B als auch B2C. Für den B2B-Bereich arbeiten wir im Direktvertrieb und über Großhändler.

**Sie haben verschiedene Produktbereiche – was sind Ihre Schwerpunkte?**

Unser Fokus liegt im Bereich Corporate Wear und Merchandising.



**Promodoro engagiert sich in unterschiedlichen Nachhaltigkeitssegmenten – welchen Stellenwert hat das Thema Sustainability für das Unternehmen?**

Das Thema Nachhaltigkeit liegt uns sehr am Herzen. Wir arbeiten daher mit Produzenten zusammen, die in diversen Bereichen der Produktionskette zertifiziert sind. Angefangen bei sozialen Standards über Umweltschutz und Materialien bis zum Herstellungsprozess. Für alle Phasen und Segmente gibt es mittlerweile Vorgaben, Bewertungsmaßstäbe

und Kontrollen. Für uns ist aber auch gerade die Langlebigkeit der Produkte ein wichtiger Aspekt der Nachhaltigkeit.

**Sie arbeiten mit BasseDruck zusammen – was sind für Sie die wichtigsten Aspekte dieser Zusammenarbeit?**

Für Promodoro stehen Partnerschaft und Kundenservice an oberster Stelle. Diese Werte vertritt auch das Unternehmen BasseDruck. Verlässlichkeit und Vertrauen entstehen nur in langjährigen Partnerschaften – genau das schätzen wir sehr an der Zusammenarbeit.



Das Unternehmen mit der knallroten Tomate im Logo zählt zu den erfolgreichsten deutschen Werbetextil-Marken

www.promodoro.com