

Promo Impulse

Das Magazin für Werbeartikel-Entscheider

MERCHANDISING ZERMATT BERGBAHNEN

Nachhaltig hoch hinaus!

**LOOP®: CORPORATE WEAR
NEU GEDACHT!**

Kreislaufbasierte Bekleidung für den B2B-Markt

BLUU – DIE NACHHALTIGEN WASCHSTREIFEN

Warum die Pandemie kreative Ideen förderte

PANDINAVIA

expect more.

HINTERLASSEN SIE NACHHALTIG EINDRUCK.

SIGG™⁺

FLASCHE AUS
100%
RECYCELTEM ALUMINIUM

VERSCHLUSS AUF BASIS
**ERNEUERBARER
MATERIALIEN**

IHR LOGO

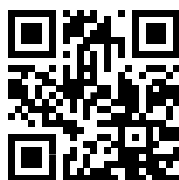
**UNZÄHLIGE
KOMBINATIONS-
MÖGLICHKEITEN
FÜR IHR
WERBEGESCHENK**

BEREITS AB
DER 5. NUTZUNG EINE
**BESSERE
CO₂ BILANZ**
ALS PET-FLASCHEN

**SWISS
MADE**

SIGG™⁺

 **Climate neutral**
Product
ClimatePartner.com/16317-2105-1091



Stellen Sie sich aus einer Vielzahl von verschiedenen Flaschenformen, Materialien, Farben und Verschlussvarianten das für Sie ideale und auf Ihre Marke zugeschnittene Kundengeschenk zusammen.

Lassen Sie den Schweizer Klassiker mit bis zu sechs Farben mit Ihrem eigenen, nach Ihren Vorstellungen gestalteten Layout bedrucken. Das ideale Geschenk für Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter oder für Ihren Firmenanlass. **Mehr erfahren: [sigg.com](https://www.sigg.com)**

Editorial

DIE «BLICK»-TASCHE



Wenn ich unterwegs bin, freut es mich besonders, wenn ich Produkte entdecke, die wir für unsere Kundinnen und Kunden umsetzen durften. Das zeigt mir jeweils, dass «unsere» Produkte den beschenkten Konsumentinnen und Konsumenten einen echten Mehrwert bieten und mit Freude eingesetzt werden.

Kürzlich sass ich bei einem Ausflug neben einem Teenager. Er hatte eine Tasche bei sich, welche wir vor über 17 Jahren für unseren Kunden «Blick» herstellen durften. Die Tasche war also definitiv älter als er und sah immer noch sehr ansehnlich aus.

Die Geschichte zeigt: Bei all den Gedanken, die wir uns rund ums Thema Nachhaltigkeit machen, muss das oberste Ziel immer noch sein, dass Werbeartikel und Merchandisingprodukte so konzipiert und designt sind, dass sie auch intensiv genutzt werden. Eigentlich eine Selbstverständlichkeit, könnte man meinen, aber man sieht leider oft auch andere Beispiele. Heutzutage haben wir in vielen Fällen die Möglichkeit, das durchdachte und gut designte Produkt aus Materialien herzustellen, die an sich auch nachhaltig sind.

Einen pionierhaften Schritt in diese Richtung hat Pandinavia mit der Lancierung der Textilmarke LOOP® getan. Diese Textilien sind spezifisch für die Bedürfnisse des B2B-Markts konzipiert und werden in echter Kreislaufwirtschaft nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip hergestellt und zertifiziert. Ein einzigartiges Konzept, das Ihre Kundinnen und Kunden sicher interessieren wird.

Die ganze Geschichte dazu sowie weitere spannende Stories zum Thema Nachhaltigkeit rund um Werbe- und Merchandisingprodukte bietet das vorliegende Promo Impulse.

Nun wünsche ich Ihnen viel Spass bei der Lektüre!

Kaspar Benz
Managing Director

Pandinavia AG
Industriestrasse 30
CH-8302 Kloten

Tel. 043 266 10 60
www.pandinavia.ch

Content

FOCUS

*Kreislaufbasierte
Bekleidung für den
B2B-Markt*



4

LOOP®: Corporate Wear
neu gedacht!



PARTNER

*bluu – die nachhaltigen
Waschstreifen*

10

Warum die Pandemie kreative
Ideen förderte.

PANDINAVIA DAY

Nachhaltigkeit im Fokus 12

Pandinavia Day 2021 –
ein voller Erfolg!



CASE STUDY

*Merchandising Zermatt
Bergbahnen*

17

Nachhaltig hoch hinaus!

TRENDS

Hot & Spicy

22

Das Neuste vom
Werbeartikelmarkt!



PARTNER

*Kult-Taschen von
Elephbo*

24

Upcycling in Kambodscha

SOLUTIONS

CO₂-Checker

26

Schritt für Schritt zum
nachhaltigen Sortiment!



REFERENZEN

Proudly Produced

28

Spannende Projekte kurz
vorgestellt!

KNOW-HOW

Kreatives Upcycling

30

Von der Idee zum Erfolg!

REFERENZEN

Vorfreude aufs Eidg.

33

Schwing- und Älplerfest

Merchandising Partner Pandinavia





Kreislaufbasierte Bekleidung für den B2B-Markt

LOOP[®]: Corporate Wear neu gedacht!

Wie kann Pandinavia dazu beitragen, die Welt zu verbessern? Diese harmlos wirkende Frage – an einem unserer jährlich stattfindenden Kickoffs von unserem Team aufgeworfen – stand am Anfang von LOOP[®].



Im Anschluss an den besagten Kick-off-Event machte sich ein Projektteam auf, Antworten zu der aufgeworfenen Frage zu finden. Vorerst konzentrierte sich das Team auf einfache und schnell umsetzbare Massnahmen. So wurde der Strombedarf von Pandinavia auf Ökostrom umgestellt, die Wasserspender aus Kunststoff wurden durch einen Hahn ersetzt, der direkt ans Leitungswasser angeschlossen ist.

Alle Mitarbeitenden erhielten wiederverwendbare Wasserflaschen. Unsere Fahrzeugflotte wird Schritt für Schritt auf E-Mobilität ausgerichtet. Das sind sogenannte «Quick Wins». Aber wie sollte es weitergehen? Von welchen weitergehenden Massnahmen würden auch unsere Kunden profitieren?

Anlässlich einer Messe in Köln nahm Kaspar Benz, CEO der Pandinavia, an

einem Workshop zum Thema «Cradle to Cradle®-Prinzip: Denken in Kreisläufen» von Prof. Dr. Michael Braungart teil. Der Ansatz des Prinzips «Kostbare Ressourcen werden nicht verschwendet, sondern wieder verwendet» überzeugte Benz und er stellte das Konzept «Cradle to Cradle®» dem Projektteam vor.

Lange wurde überlegt, welche Produktkategorien von Pandinavia für die Umsetzung geeignet wären.

Nach Abklärungen, was eine Umsetzung und Zertifizierung im Detail für die Produktion bedeuteten, wurde rasch klar, dass dafür in erster Linie ein Projekt mit einer Textil-Linie in Frage käme. Und als sich Sue Spiess, Leiterin Textiles bei Pandinavia, dazu entschloss, die Bachelorarbeit ihres Betriebswirtschaftsstudiums diesem Thema zu widmen, war der Grundstein zum Projekt LOOP® gelegt.

Eine Produktion finden

Nun galt es die richtigen Produktionspartner zu finden, die gewillt waren, mit uns diesen Weg zu gehen, ein Projekt zu verwirklichen, von dessen Inhalt und Konsequenzen für uns und die Firma, die die Textilien herstellen sollte, wir anfangs nur eine grobe Vorstellung hatten.

Um die Anforderungen des biologischen Kreislaufs zu erfüllen, müssen alle Zutaten eines Textilteils wie Garn, Fäden, Knöpfe und Labels und auch die Druckfarbe vollkommen frei von chemischen Schadstoffen sein. Zudem muss der Strom für die Herstellung aus erneuerbaren Energiequellen stammen und der Wasserverbrauch auf ein Minimum beschränkt werden. Und nicht zuletzt haben auch die Arbeitsbedingungen in der Produktion höchsten Standards zu genügen.

Unser langjähriger Produktionspartner in der Türkei war umgehend begeistert und auf einer mehrtägigen Reise in die Türkei fanden wir zudem den richtigen Partner für die Stoffproduktion, der gewillt und motiviert war, sich mit uns auf diesen Weg zu machen.

Die Produktlinie LOOP®

Zwei Jahre und unendlich viel Arbeit, Calls, Mails, Rückschläge und Nervenverlust später war es endlich soweit: Wir konnten unsere Textil-Linie LOOP®, bestehend aus T-Shirts, Polo-Shirts sowie Sweatshirts, erfolgreich nach dem Cradle to Cradle®-Standard zertifizieren lassen. Die «LOOP®-Textilien» lassen sich nun für unsere Kunden im eigenen Design direkt in der Fabrik herstellen und tragen das offizielle Zertifikat des Cradle to Cradle®-Standards.

Für kleinere Stückzahlen bieten wir eine Bedruckung in der Schweiz an, die ebenfalls nach diesem Standard zertifiziert ist.

LOOP®-Textilien für unsere Kunden

Mit LOOP® haben Organisationen und Firmen nun die Möglichkeit, Corporate Wear oder Merchandising-Textilien individualisiert, vollkommen nachhaltig und mit dem überzeugendsten Zertifikat der Textil-Branche herstellen zu lassen. Sie erhalten dafür qualitativ hochwertigste Textilien, die unter schonendsten Bedingungen entstanden und zu 100% im biologischen Kreislauf sind. Produkte, bei denen die Nachhaltigkeit echt ist.



Das Prinzip: Kostbare Ressourcen werden nicht verschwendet, sondern wieder verwendet.



Alle LOOP®-Textilien sind erfolgreich nach dem Label Cradle-to-Cradle zertifiziert worden.

Bessere Welt?

Um auf die Ursprungsfrage zurückzukommen: Hat Pandinavia nun die Welt verbessert?

Nun, nichts liegt uns ferner als dieser Anspruch. Aber wenn immer mehr Unternehmungen ihre bisher herkömmlich hergestellten Textilien auf die schonende und kreislaufbasierte Art von LOOP® umstellen, tragen sie sicher dazu bei, dass die Ressourcen besser genutzt und nachhaltiger eingesetzt werden. Wir freuen uns, zusammen mit Ihnen die Welt zu verbessern!

loop-textiles.ch
info@loop-textiles.ch





Interview mit Sue Spiess

Was war deine Motivation, LOOP® und dem Thema Cradle to Cradle® für eine Zeitlang fast deine gesamte Freizeit zu widmen?

Ich bin naturnah aufgewachsen und das Thema Umwelt und der schonende Umgang mit Ressourcen sind mir sehr wichtig.

Die Modebranche steht wegen mangelnder Nachhaltigkeit stark in der Kritik. Oft werden Textilien in Tieflohnländern billigst hergestellt und schlussendlich kaum getragen. Der Textilbereich von Pandinavia ist zwar vor allem im Corporate-Wear-Bereich tätig und produziert seine Produkte in der Türkei und in Portugal. Aber ich hatte das Gefühl, dass auch wir viel mehr tun können, um unseren Kunden wirklich nachhaltige Produkte anzubieten.

Pandinavia vertreibt ja normalerweise keine Eigenbrands, wieso seid ihr für das Projekt LOOP® davon abgewichen?

Da es in unserem Markt nichts Vergleichbares gibt, fanden wir es naheliegend und glaubwürdiger, dass aus diesem Projekt ein Brand entstehen sollte. «Loop», aus dem Englischen für «Schleife», soll symbolisieren, dass die Rohstoffe theoretisch immer wieder eingesetzt werden können, unendlich

wie eine Schleife. Wenn sich die Kunden für LOOP® entscheiden, wissen sie, dass sie auf die überzeugendste und am weitesten entwickelte Zertifizierung setzen. Echte Nachhaltigkeit eben.

Pandinavia bietet LOOP® nun seit Ende des letzten Jahres im Markt an, wie sind die Reaktionen der Kunden?

Die Kunden, denen wir das Projekt bisher präsentieren durften, waren begeistert und wir haben bereits einige schöne Aufträge umsetzen dürfen. Aber ehrlich gesagt, haben wir Marketing und aktiven Verkauf bisher aus Zeitgründen noch stark vernachlässigt.

Wie sieht LOOP® preislich aus?

Natürlich ist LOOP® etwas teurer als herkömmliche Textilien. Alle Zutaten des Produkts wie Garn, Fäden, Farbstoff, aber auch Labels und die Druckfarbe müssen vollkommen frei von chemischen Schadstoffen sein und werden extra hergestellt. Dies geschieht momentan noch in kleinen Mengen, was die höheren Preise erklärt. Je mehr Kunden sich für LOOP® entscheiden, desto günstiger werden wir die Produkte in Zukunft anbieten können.

Kann man LOOP® auch einzeln beziehen bzw. ist es im Retail erhältlich?

Dies ist momentan nicht möglich, eventuell wird es über unseren Webshop



Sue Spiess

Sue Spiess ist Head of Textiles bei Pandinavia. Für ihre Bachelorarbeit als diplomierte Betriebswirtschaftlerin stellte sie sich der Herausforderung, eine neue und vollständig kreislaufbasierte Corporate-Wear-Linie unter der Dachmarke Pandinavia zu entwickeln. Mit den nachhaltigen und hochwertigen Produkten von LOOP® ist ihr dies gelungen.

möglich sein. Der Retail-Verkauf war aber überhaupt nicht unser Fokus. Wir wollen eine überzeugende Lösung für «unseren» Markt für Berufsbekleidung und Merchandising und für unsere Kunden anbieten.

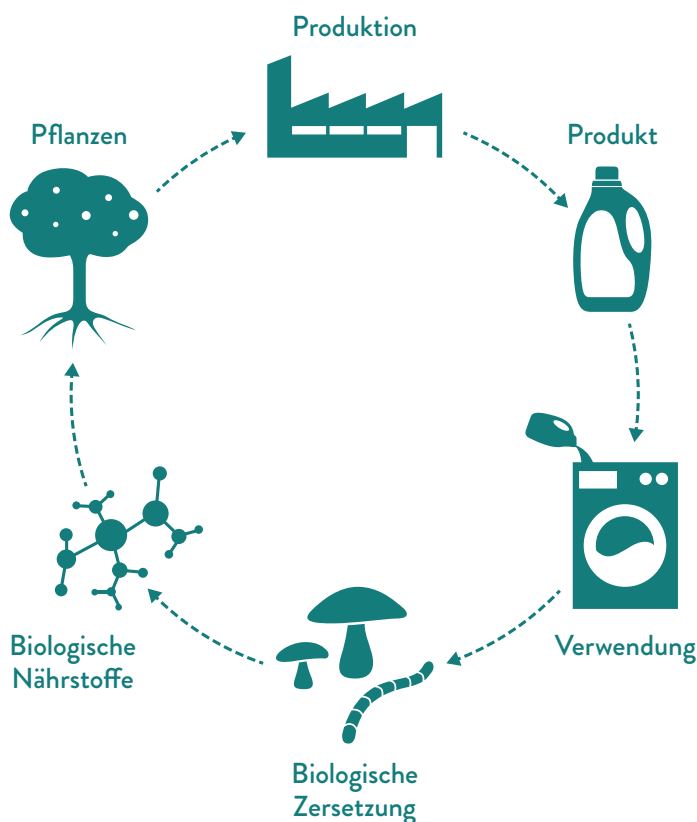
Das dürfte dir gelungen sein! Momentan ist die Kollektion recht schmal, wird die Produktpalette noch erweitert?

Wir haben uns fürs Erste auf den Bereich Strickwaren (T-Shirts, Polo-Shirts, Hoodies) konzentriert, weil wir diese Produkte auch am meisten verkaufen. Mittelfristig ist es sicher das Ziel, noch weitere Produkte anzubieten.

susanne.spiess@pandinavia.ch



Über Cradle to Cradle®



Biologischer Kreislauf



Produkte neu denken

Cradle to Cradle® ist ein Designprinzip, das in den 1990er Jahren von Prof. Dr. Michael Braungart, William McDonough und der EPEA GmbH Hamburg entwickelt wurde. Es steht für Innovation, Qualität und gutes Design. Übersetzt heißt es «Von der Wiege zur Wiege» und beschreibt die sichere und potenziell unendliche Zirkulation von Materialien und Nährstoffen in Kreisläufen. Alle Inhaltsstoffe sind chemisch unbedenklich und kreislauffähig. Müll im heutigen Sinne, wie er durch das bisherige «Take Make Waste»-Modell entsteht, gibt es nicht mehr, sondern nur noch nutzbare Nährstoffe.

Öko-Effektivität statt Effizienz

Im biologischen Kreislauf zirkulieren Verbrauchsgüter, wie z. B. Naturfasern, Reinigungsmittel oder biologisch abbaubare Verpackungen, die nach ihrem Gebrauch sicher in diesen zurückgeführt werden können. Sie werden zu Kompost oder anderen Nährstoffen, aus denen neue Produkte entstehen. Der Abfall eines alten Produktes wird so zur «Nahrung» für ein neues Produkt.

Das Mindset

Für gewöhnlich setzen Unternehmen alles daran, ihren Umwelteinfluss (den ökologischen Fussabdruck) möglichst effizient zu reduzieren – es wird eine «Null-Emission» oder «Frei von»-Strategie angestrebt. Dabei geht es nicht darum, weniger schlecht zu sein, sondern sich positive Ziele zu setzen. Ein öko-effektives Geschäftsmodell hat qualitative Mehrwerte als Ziel. Dies wird durch das Mindset von Cradle to Cradle® ermöglicht.

 **Erfahre mehr über Cradle to Cradle® und die EPEA Hamburg unter www.epea.com**

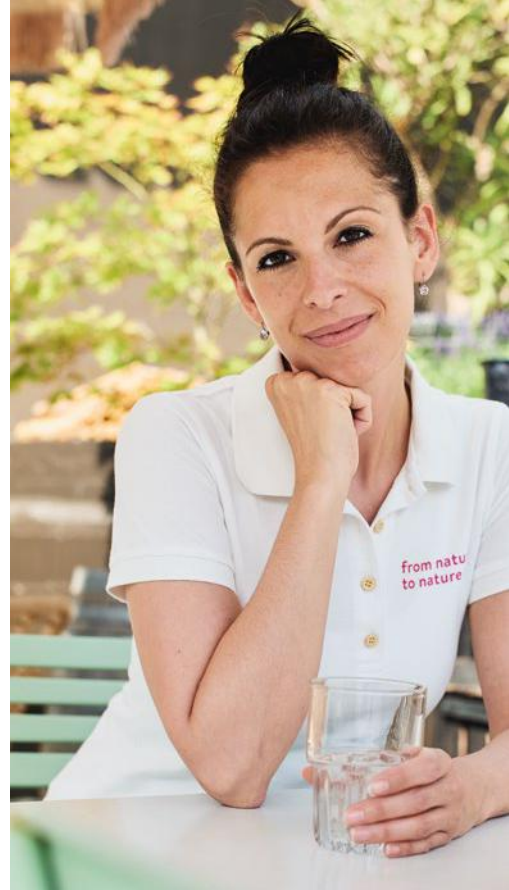


Über LOOP®

Die Textillinie LOOP® ist die einzige kreislaufbasierte Corporate Wear auf dem Schweizer Markt. Schritt für Schritt werden von der Natur geliehene Ressourcen zu hochwertiger Bekleidung verarbeitet.



Weitere Infos unter www.loop-textiles.ch



Loop-Textilien in Custom-Made-Umsetzungen



LOOP® Custom Made T-Shirt

100% BIO-Baumwolle, Single Jersey, 170g/m²
Zertifiziert nach Cradle to Cradle®
Grössen: XS-3XL Damen/Herren
Farben: schwarz, weiss, ab 500 Stück alle Farben möglich

Richtpreise inkl. 3-farbigem Aufdruck
250 Stück: **CHF 19.40 pro Stück**
500 Stück: **CHF 18.30 pro Stück**

NEU: Damen und Herren T-Shirt im Basic ab Lager Schweiz
Farben: schwarz und weiss
Aufdruck nach Wahl

Garantiert bio!

LOOP®-Textilien werden aus 100% Bio-Baumwolle produziert und sind mit dem GOTS-Zertifikat ausgezeichnet. Das bedeutet, dass die ökologischen Anforderungen im Baumwollanbau gewährleistet sind.





LOOP® Custom Made Poloshirt

100% BIO-Baumwolle, Piqué, 210 g/m²
Zertifiziert nach Cradle to Cradle®
Grössen: XS-3XL Damen/Herren
Farben: ab 250 Stück blau, weiss, ab
500 Stück alle Farben möglich

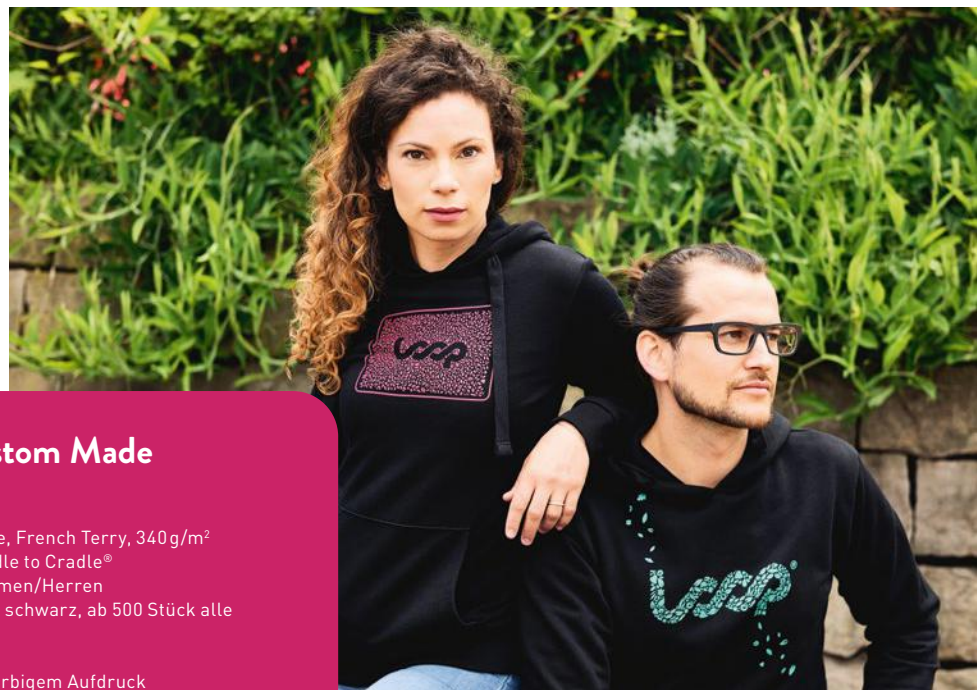
Richtpreise inkl. 3-farbigem Aufdruck
250 Stück: **CHF 26.80 pro Stück**
500 Stück: **CHF 25.40 pro Stück**



LOOP® Custom Made Sweatshirt

100% BIO-Baumwolle, French Terry, 340 g/m²
Zertifiziert nach Cradle to Cradle®
Grössen: XS-3XL Damen/Herren
Farben: ab 250 Stück schwarz, ab 500 Stück alle
Farben möglich

Richtpreise inkl. 3-farbigem Aufdruck
250 Stück: **CHF 35.85 pro Stück**
500 Stück: **CHF 34.75 pro Stück**



Garantiert Zero Waste!

Alle Stoffe, Farbstoffe und Zutaten, wie zum Beispiel Knöpfe und Garne der LOOP®-Textilien, werden nach dem Cradle to Cradle®-Prinzip hergestellt und sind schadstofffrei und im biologischen System.

Garantiert ressourcenschonend!

Die Herstellung der LOOP®-Textilien reduziert den Wasserverbrauch auf ein Minimum. Die Produktionsbetriebe entlang der gesamten Lieferkette verwenden ausschliesslich Strom aus erneuerbaren Energiequellen.

Garantiert verpackungsoptimiert!

LOOP®-Textilien werden für den Versand gerollt und mit einer individuell bedruckbaren rezyklierten Papier-Banderole zusammengehalten. Die Verpackung für den Versand besteht aus rezykliertem Karton.

Garantiert kreislaufbasiert!

LOOP®-Textilien sind zu 100% in den biologischen Kreislauf rückführbar. Solltest du dein Textil nicht mehr tragen, kannst du es verschenken, zur Kleidersammlung bringen oder direkt LOOP® zurückgeben.

LOOP®-Textilien in deinem Firmen-CI!

Unsere Textilien werden nach deinen Vorstellungen produziert! Du wählst die Farbe, den Schnitt, natürlich den Aufdruck und vieles mehr.

Kontakt LOOP®:
info@loop-textiles.ch,
Tel. 043 266 25 88

WAS IST DRIN?

Die Washstreifen bestehen aus Tensiden (waschaktiven Substanzen) und Polyvinylalkohol, im Fall des Produkts «Alpenfrische» kommen noch Duftstoffe dazu. Das Ganze ist zunächst eine schlotzige Masse und wird dann gepresst und getrocknet. Im Wasser löst sich der Washstreifen rückstandslos auf.

bluuwash.com



VOM AHA- ZUM WOW-EFFEKT WÄSCHE WASCHEN 5.0

Dass die Pandemie auch ihre positiven Effekte hatte, zeigt die Geschichte von bluu. Während des Lockdowns war Roman Stämpfli mit seinem Messeunternehmen Man's World zur Untätigkeit gezwungen. Neue Ideen waren gefragt. Mit dem Gedanken, Washstreifen zu vermarkten, rannte er bei seinem Freund Marko Vidmar offene Türen ein.





«Wir evaluieren gegenwärtig europäische Produktionsstandorte.»

Marko Vidmar, Co-Founder

Ein Unternehmen in China zeigte sich flexibel und war in der Lage, das Produkt inklusive Verpackung in den erforderlichen Mengen und Einheiten zu liefern. «China scheint dem Gedanken der Nachhaltigkeit zu widersprechen», erläutert Vidmar. «Aber erstens transportieren wir unsere Ware wenn möglich per Bahn und zweitens sind wir bereits daran, europäische Standorte zu evaluieren.»

EIN START-UP

Die beiden Freunde beschlossen, eine GmbH zu gründen und mit dem Produkt im November 2020 auf den Markt zu gehen. Der sofortige Erfolg gab ihnen recht: Die Verkäufe über die firmeneigene Website hoben ab, weitere Interessenten wollten das Produkt in ihr Sortiment aufnehmen. Bereits im Dezember 2021 wurde bluu eine AG. Heute beschäftigt man sechs Angestellte und ist in 1400 Verkaufsstellen präsent, neuerdings auch in 750 Coop-Filialen. «Seit Markteintritt haben wir über 250000 Boxen verkauft, Tendenz weiterhin stark steigend», erzählt Vidmar.

B2B

Und auch B2B-Kunden haben sich rasch gemeldet. «Unser Produkt lässt sich sehr gut mit einer Nachhaltigkeits-Story verbinden», sagt Vidmar, «und waschen muss schliesslich jede und jeder.» Bezüglich der bereits angelaufenen Zusammenarbeit mit Pandinavia zeigt er sich sehr optimistisch. «Insbesondere lassen sich bluu-Produkte sehr gut in Geschenkssets kombinieren. Innovation, Coolness, Nachhaltigkeit und Zero-Waste gekoppelt, das zieht!»

Kontakt für bluu Waschstreifen mit Co-Branding:
angela.furrer@pandinavia.ch,
 Tel. 043 266 10 60



Die Technologie existierte bereits. In Kanada und in den USA sind Unternehmen mit Waschstreifen durchaus erfolgreich unterwegs. Aber in Europa war die Idee kaum bekannt. «Romans Vorschlag hat mich auf der Stelle überzeugt», erzählt Marko Vidmar. «Die Waschmittelbranche wirkt verstaubt und konventionell, hingegen sind Waschstreifen innovativ, nachhaltig

und können leicht verschickt werden, so dass das lästige Schleppen von schweren Waschmittelpackungen entfällt.»

TESTS BEI FREUNDEN

Muster waren rasch besorgt und die Tests im Freundeskreis ergaben ein erfreuliches Feedback. Auch die Suche nach Produzenten verlief erfolgreich:



Sustainability and Trends

PANDINAVIA DAY 2021

Nach einem längeren Unterbruch hiess es am 5. Oktober 2021 wieder «Pandina- via-Day»; diesmal in der ehemaligen Industriehalle 550 in Zürich-Oerlikon. Trotz Corona und damit verbundenen Sicherheitsmassnahmen folgten rund 300 Besucherinnen und Besucher unserer Einladung und liessen den Tag zu einem vollen Erfolg werden.



Im Zeichen der Nachhaltigkeit

Pandina- via begleitet ihre Kunden Schritt für Schritt auf dem Weg zu einem nachhaltigen und erfolgreichen Werbe- und Merchandisingssortiment. So stand auch der Pandina- via Day voll und ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit. Die Auswahl der Aussteller war entsprechend gezielt, sorgfältig und qualitativ hochwertig. Es erhielten kreative Startups, bekannte Brands sowie Schweizer Produzenten eine Plattform, um News und Trends der Werbeartikelwelt vorzustellen.

Über die Messe-Stände hinaus bekamen die Besucher informative Workshops mit topaktuellen Inhalten geboten. Wer wollte, durfte sich bei Frau Dr. Dagmar Parusel (EPEA GmbH) über die Cradle-to-Cradle-Kreislaufwirtschaft informieren und Fragen dazu stellen. Nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip wurde auch die zertifizierte Textillinie LOOP® TEXTILES by Pandina- via entwickelt. Diese Neuheit ist einzigartig in der Schweizer Werbeartikelbranche und wurde durch Susanne Spiess (Head of Textiles, Pandina- via) als prägende Person

«Ich habe die vielen persönlichen Gespräche sehr geschätzt. Besonders hilfreich war die Kombination aus kompetenter Produktvorstellung und der Möglichkeit des Produkttestings. Vielen herzlichen Dank für die spannenden Momente.»

Deborah Borer, Ricola,
Specialist Corporate Communications



hinter dem Projekt LOOP® TEXTILES vorgestellt. Ein weiteres innovatives Tool aus dem Hause Pandina- via ist der CO₂-Checker. Kaspar Benz (Managing Director, Pandina- via) und Barbara Müller (Einkaufsleiterin, Pandina- via) präsentierten den CO₂-Checker zum ersten Mal einem breiten Publikum und zeigten auf, wie Unternehmungen ihren CO₂-Fussabdruck analysieren bzw. verbessern können.

Auch in kulinarischer Hinsicht wurden die Gäste zu jeder Tageszeit verwöhnt. Soft-Ice-Maschine, ein Tasting bei eau&moi oder ein Curry zum Mittagessen – es fehlte schlicht an nichts. Am späteren Nachmittag lud der Gastgeber zu einem Apéro in entspannter Atmosphäre ein. Bei angeregten Gesprächen klang der Tag gebührend aus.



2

Nicht verpassen
**PANDINAVIA
 DAY 2023**

PIONEERS
 24.05.2023, Halle 550,
 Zürich-Oerlikon



3



4



5



Und wie geht es nun weiter?

Rückblickend war der Pandinavia Day ein voller Erfolg. Der Nachhaltigkeitsaspekt wird zunehmend wichtiger bei der Auswahl der Werbeartikel

«Wir gehen immer wieder gerne zum Pandinavia Day, um uns Inspiration für unsere Kampagnen und Kundengeschenke zu holen. Dieses Jahr sind wir für unser Kundenweihnachtsgeschenk fündig geworden. Danke für die tolle Organisation und wir freuen uns auf den nächsten Pandinavia Day!»

Kim An Duong, Samsung,
 Communication Specialist

und weist auf eine grosse Sensibilität in den Unternehmungen hin. Pandinavia hat mit dem Messe-Tag den Nerv der Zeit getroffen und sich als Pionier für echte «grüne» Lösungen in der Werbeartikelbranche positioniert. Entsprechend positiv fielen auch die Reaktionen der Kunden aus. Der nächste Pandinavia Day wird 2023 folgen. Deshalb unbedingt den 24. Mai 2023 vormerken!

«Mir gefiel die Kombination von interessanten Vorträgen, die im Auditorium stattfanden, mit der Möglichkeit, Händler und ihre Produkte aus der Region im Rahmen einer kleinen Messe kennenzulernen. Der Pandinavia Day ist eine tolle Sache!»

Felix Buschbaum, Chain IQ Group AG,
Sourcing Marketing Consultant



- 1_Halle 550 in Oerlikon
- 2_Swiss-Made-Taschen vor Ort verarbeitet
- 3_ Interessierte Besucher:innen am Pandinavia Day
- 4_Kaspar Benz und Barbara Müller stellen den CO₂-Checker vor
- 5_Tasting bei eau&moi
- 6_Pandinavia's neue, zertifizierte Textillinie LOOP® wird vorgestellt
- 7_Frau Dr. Dagmar Parusel, EPEA GmbH, zur Cradle-to-Cradle-Kreislaufwirtschaft





Aufgefallen am PANDINAVIA DAY



Tide Ocean SA

Mit Hilfe erneuerbarer Energie verwandelt das Schweizer Unternehmen 100% ozeangebundenes Plastik in wertvolles Rohmaterial. Aus dem rezyklierten, ozeangebundenen Kunststoff wird ein wertvolles und hochwertiges Granulat hergestellt. Daraus lassen sich diverse Produkte und Giveaways produzieren.



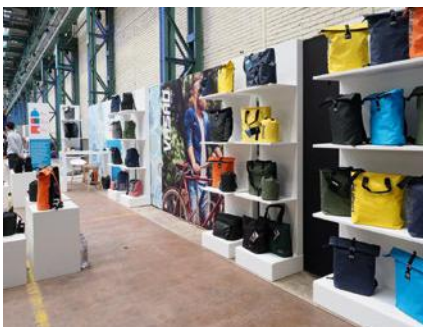
Holzkitz

100% Natur und Handwerk. Dies ist die Philosophie des österreichischen Holzsonnenbrillen-Herstellers. Die Holzsonnenbrillen werden aus 100% natürlichen Werkstoffen gefertigt und sind handgemacht. So ist jede Brille ein Unikat und überzeugt mit Einzigartigkeit, Ästhetik und Langlebigkeit. Alternativ bietet Holzkitz auch Brillen aus recyceltem Kunststoff an. Vom Tragekomfort durften sich die Messe-Besucher des Pandinavia Days gleich selbst überzeugen.



Innique Bulb

Die Schweizer Innovationsfirma für Trinkflaschen stellte am Pandinavia Day die Bulb Flow vor: eine stilvolle Trinkflasche aus hochwertigem Glas und einem dekorativen Deckel aus lokalem Buchenholz. 100% Swiss Made und auslaufsicher. Mit jeder produzierten Flasche wird die CO₂-Emission mit dem Projekt «Waldreservat im Jura speichert CO₂ und fördert die Artenvielfalt» der Klimastiftung myclimate kompensiert.



SL Bags

Wer auf der Suche nach einzigartigen und nachhaltigen Bags war, wurde bei SL Bags fündig. Die holländische Firma setzt bei der Herstellung der Bags auf 100% rezykliertes PET oder rezyklierfähiges Polyester. So entstehen diverse Shopperbags, Rucksäcke und Taschen, welche nicht nur mit einem schönen Design überzeugen, sondern auch in den Kreislauf zurückgeführt werden können.



PS Concepts

Als Gewinner des PSI Sustainability Award 2021 begeisterte PS Concept mit seinem Taschenschirm «Pencil Alpenland» die Besucher des Pandinavia Days. Der Holzgriff besteht aus Eiche, Nuss oder Ahorn (PEFC-zertifiziert) und wird in Österreich handgefertigt. Durch eine gemeinsame Idee bieten PS Concepts und Pandinavia den Pencil Alpenland nun auch in einer Ausführung mit Schweizer Holz an.



Heidi Chocolat Suisse

Für süsse Glücksmomente am Pandinavia Day sorgte der Messestand von Heidi Chocolat Suisse. Mittels traditioneller Handwerkskunst wird in Luzern Bio Schokolade in höchster Qualität hergestellt. Bei den Rohstoffen und deren Verarbeitung handelt es sich um Fairtrade-Erzeugnisse. Überzeugend ist auch die Verpackung aus nachhaltigem Graspapier, welche zu 100% rezyklierbar ist.



A woman with long brown hair, wearing a black blazer over a white t-shirt, is smiling and holding a white water bottle. The bottle has a graphic of a mountain peak and the text 'WE LOVE ZERMATT' and 'MATTERHORN'. She is leaning on a dark wooden counter. The background is a blurred blue and white geometric pattern.

NACHHALTIG HOCH HINAUS

Das Thema Nachhaltigkeit steht bei den Zermatt Bergbahnen seit vielen Jahren im Fokus. Seit Gabriele Leiggener im Bereich Marketing Services wirbelt, hat auch der Souvenirshop diesbezüglich neuen Schub erhalten.



GABRIELE LEIGGENER

Die ursprünglich aus der Region Bayerischer Wald stammende Deutsche lebt seit acht Jahren in Zermatt. Nach einem Praktikum bei der Lufthansa in Kloten kam sie auf ein Stelleninserat hin als Betriebsleiterin zu den Zermatt Bergbahnen und arbeitete lange im Restaurant Matterhorn Glacier Paradise auf 3'883 mü.M. Der dortige Shop gehört auch heute noch zu ihrem Aufgabenbereich, aber inzwischen ist sie verantwortlich für das Merchandise- und Sustainability Management.

IN DER DNA

«Dass wir der Natur gegenüber eine spezielle Verantwortung wahrzunehmen haben, ist in unserer Strategie verankert und im Leitbild ausformuliert», sagt Gabriele. «Es geht darum, unseren ökologischen Fussabdruck gering zu halten und wo möglich zu reduzieren. Das bedeutet beispielsweise, dass wir die Skipisten im Frühling mit Pflanzensamen aus der betreffenden alpinen Region begrünen, dass wir Solarenergie

nutzen oder im Restaurant auf dem Klein Matterhorn das Wasser aus der Küche nochmals für die WC-Spülung verwenden. Das sind nur wenige Beispiele, es gäbe unzählige, Ökologie ist Teil unserer DNA.»

DER SHOP WIRD GRÜNER

Seit 2013 hat Gabriele für den Souvenirshop ein auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Sortiment aufgebaut. «Aber es ist eben manchmal schwierig», erzählt sie schmunzelnd. «Da lässt du einen Lippenpflegestift nachhaltig herstellen, inklusive Röhrchen und alles, und dann wird das in eine Plastikfolie eingeschweisst und die Mühe für mehr Nachhaltigkeit ist dahin. Andere Artikel kamen im Karton, dann in Plastik und das Einzelstück nochmals in Plastik verpackt. Aber nach und nach bekommen wir es in den Griff», erzählt sie, und dabei sei Pandinavia eine wertvolle Unterstützung.



«Es geht darum, unseren ökologischen Fussabdruck gering zu halten und wo möglich zu reduzieren.»

KOLLABORATION

Die Zusammenarbeit mit Pandina via empfindet Gabriele Leiggener als perfekt. Es sei alles eingespielt, die Kommunikation unkompliziert, direkt und offen. Und: «Das Team hört zu und spürt manchmal förmlich, was wir möchten.» Ihr ist es wichtig, dass jeder Artikel ein individuelles Design erhält, das es nur bei den Zermatt Bergbahnen gibt. Dafür bringe sie eigene Ideen und die würden dann auf ihre Realisierungsmöglichkeiten hin untersucht, in der Folge ausgearbeitet und schliesslich umgesetzt. Als Beispiel dafür nennt

sie die Souvenirs und Merchandising-Produkte im Rahmen der im Frühjahr 2023 eröffnenden Bahn Matterhorn Glacier Ride II. Mit dieser modernen 3S-Bahn wird das letzte Teilstück der höchsten Alpenüberquerung per Seilbahn erschlossen und Reisende können ohne Schneessportgerät vom Klein Matterhorn hinunter nach Testa Grigia (Italien) gelangen. Da die Ländergrenze und der Alpenkamm überschritten werden, heisst das Gesamtprojekt Matterhorn Alpine Crossing. Das bereits ausgearbeitete Logo eines X (für Crossing) wird dabei in allen Varianten durchgespielt und umgesetzt. «Der Designprozess läuft, aber die einzelnen Gadgets sind natürlich noch geheim.»



DIE SHOPS

Die Merchandising-Artikel der Zermatt Bergbahnen sind in verschiedenen Shops erhältlich. Zum einen im bereits 2013 konzipierten Flaggschiff auf dem Klein Matterhorn, wo alle der über 100 Artikel erhältlich sind, zum anderen in zwei Kiosken an den Stationen Furi und Blauherd. Und schliesslich ist ein Teil des Sortiments an der Verkaufsstelle Zermatters in der Zermatter Bahnhofstrasse erhältlich. Einige Artikel werden auch im Webshop angeboten, den Gabriele als ein Zusatzangebot sieht, vor allem für Gäste, die im Nachhinein noch eine Erinnerung einkaufen möchten.



MATTERHORN
ZERMATT BERGBAHNEN

«Souvenirs können das Gesamterlebnis abrunden und eine positive Erinnerung ans Matterhorn Paradise verkörpern.»



DAS SORTIMENT

Derzeit unterscheidet sie drei Linien. Eine ist ganz dem Projekt «Matterhorn Alpine Crossing» gewidmet, eine andere ist die Standardlinie. Im Fokus stehen aber die Artikel von «Mountain Care»; das Ziel bestehe darin, immer mehr unter dieser Rubrik anzubieten und die Produkte der Standardlinie abzubauen. Das selbst kreierte Label Mountain Care mit seinem Claim «Think fair – act fair» unterliegt sieben strengen Regeln. Ein Artikel muss mindestens zwei davon erfüllen, um das Label zu tragen. «Die meisten erfüllen aber mehrere», sagt Gabriele. Gemäss diesen Regeln fliesst etwa ein Beitrag in Klimaschutzprojekte oder das Produkt ist regional hergestellt oder aus recyklierten Stoffen bzw. recycelbar oder die Rohstoffe stammen aus Bioanbau usw. «Wir befinden uns in einem Transformationsprozess. Wir sind nicht perfekt – aber stetig daran, uns zu verbessern.»

CRADLE TO CRADLE®

Das von Pandinavia erarbeitete Konzept Cradle to Cradle® sei ebenfalls eines der Kriterien und die daraus abgeleitete Marke LOOP® komme ihr bei diesen Bemühungen sehr entgegen, erzählt Gabriele weiter. So habe man beispielweise ein T-Shirt im Angebot, welches das Zero-Waste-Kriterium erfülle, also unter dem Strich keinen Abfall produziere. «Man muss nachhaltig denken, und dann auch danach handeln», weiss sie, «dann fügt sich das Ganze langsam zu einem Puzzle zusammen.» Mit dieser Haltung wird jetzt nach und nach das ganze Sortiment umgebaut.

DIE RENNER, DIE KUNDEN UND DIE SAISONS

Zu den Highlights des Shops zählen unter anderem eine nachhaltige Seife, ein Schlüsselanhänger und natürlich die perfekt gebrandeten Caps, Skimützen und Bandanas. «Wir haben aber auch Kochlöffel mit einem Loch in Matterhorn-Form im Angebot. Sie laufen sehr gut. Und ein ganz besonderer Renner sind unsere Cookie Cutter.» Zu den Kunden gehören vom Teenager über den Hipster bis zur Rentnerin durchs Band alle Altersgruppen. «Brasilianische Gäste werden vielleicht eher Jacken kaufen, weil sie zu wenig warm angezogen sind», erzählt Gabriele lachend, «beim klassischen Wanderer ist die Trinkflasche besonders beliebt, und das Grosi wird vielleicht ein Mitbringsel wählen. Gäste aus Asien kaufen oft etwas Kleines in grosser Stückzahl, um zu Hause Freunde und Familie zu versorgen.» Und natürlich sind viele Merchandising-Artikel saisonbedingt unterschiedlich stark gefragt. Im Winter laufen die mit Pandinavia entwickelten Bandanas und Sonnenbrillen besonders gut, im Sommer stösst eine cool gebrandete Tasse auf viel Interesse.



«Diana und Susanne von Pandinavia hören zu und spüren manchmal förmlich, was ich will.»





ZERMATT BERGBAHNEN AG

2002 aus einer Fusion der lokalen Bergbahnunternehmen entstanden, sind die Zermatt Bergbahnen AG mit durchschnittlich rund 280 Mitarbeitenden (die Zahl schwankt jahreszeitabhängig) heute das grösste reine Seilbahnunternehmen der Schweiz. Mit 34 Transportanlagen bedient das Unternehmen das «Matterhorn Ski Paradise» mit seinen 200 Pistenkilometern.

Zermatt Bergbahnen versteht sich als moderner Arbeitgeber mit einem vorbildlichen Umweltmanagement.

matterhornparadise.ch



«Man muss nachhaltig denken, und dann auch danach handeln.»

EINE WICHTIGE NEBENROLLE

Das Merchandising spielt für die Zermatt Bergbahnen eine wichtige, aber eben doch nur eine Nebenrolle. «Wir verkaufen in erster Linie ein Premiumprodukt mit Erlebnissen im Wintersport- und Ausflugsbereich rund ums Matterhorn», sagt Gabriele bestimmt, «das ist unser Business.» Aber die Souvenirs können immerhin doch das Gesamterlebnis abrunden, eine positive Erinnerung ans Matterhorn Paradise verkörpern. Genau deswegen sei es ihr so wichtig, sich mit Qualität im Design und in der Verarbeitung abzuheben. Und eben mit Nachhaltigkeit. «Unser Konzept der Fokussierung auf die Mountain-Care-Linie – und natürlich die dazugehörigen Botschaften – werden von meinen Vorgesetzten zum Glück voll und ganz unterstützt.»

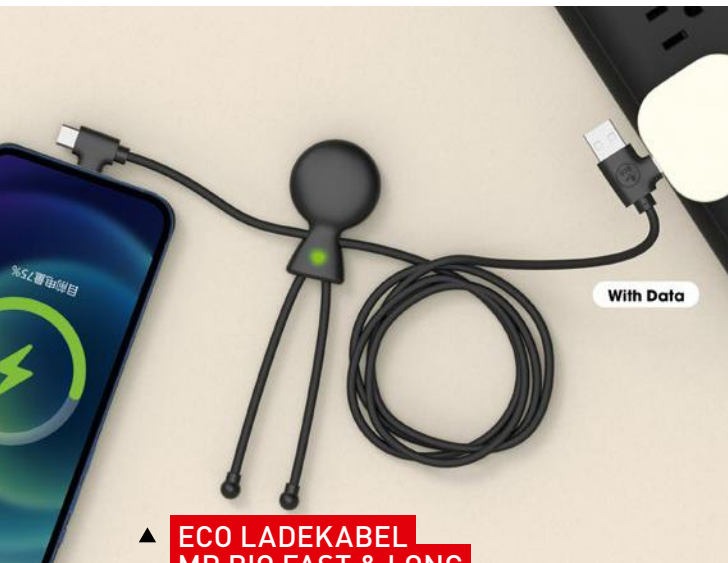
GUTES GEFÜHL

Im Gespräch ist Gabriele Leiggeners Leidenschaft gut zu spüren. Es sei natürlich cool, wenn man in Zürich auf der Bahnhofstrasse jemanden mit einem Matterhorn-Paradise-Cap sehe. «Aber fast am meisten freut es mich, wenn ich in Zermatt Einheimische sehe, die unsere Sachen tragen», erzählt sie zufrieden, «das gibt einem schon ein gutes Gefühl!»



hot & spicy

Einige der spannendsten News aus dem internationalen Werbeartikel-Markt, herausgepickt vom Pandinavia Sourcing Team!



▲ **ECO LADEKABEL MR BIO FAST & LONG**

Umweltfreundliches Multi-Ladekabel zum extra schnellen Aufladen (60W high speed charging) aller Android- und Apple-Geräte, hergestellt aus biologisch abbaubarem Kunststoff und Weizenfasern (Körper) sowie Kabeln aus rPET, mit doppeltem Eingangsanschluss am extra langen Kabel (1M) sowie USB-C-, Micro-USB- und Lightning-Ausgangsanschlüssen

Grösse: 5,4 x 3,5 x 1,8 cm
Farben: schwarz, weiss

Art. Nr. 2089
VP bei 100 Stück: CHF 13.80/Stk.

Kosten für Logo-Anbringung und Staffelpreise im Online-Calculator auf www.pandinavia.ch



▲ **RFID-ETUI CORK**

Stylisches Etui aus natürlichem Kork und RFID-Material, welches die Bankkarten vor elektronischem Diebstahl schützt, mit 3 Kartenfächern sowie einem grossen Fach für weitere Belege, Reisepass oder Tickets

Grösse: 10,5 x 0,8 x 14 cm
Farbe: braun

Art. Nr. 820-459
VP bei 500 Stück: CHF 9.25/Stk.
Kosten für Logo-Anbringung und Staffelpreise im Online-Calculator auf www.pandinavia.ch



BIENENWACHSTUCH

Be(e) the change – die nachhaltige Alternative zur Plastik- und Alufolie! Wiederverwendbares Bienenwachstuch mit Schweizer Bio Bienenwachs, Bio Kokosöl & Baumharz auf 100% Baumwolle in der Schweiz handgewachst, luftdurchlässig und von Natur aus antibakteriell, so bleiben Lebensmittel länger haltbar und frisch.

Auch erhältlich in folgenden Varianten:

Grösse S (ca. 20×20 cm), Grösse L (ca. 30×30 cm) oder als 3er-Set = S+M+L (Preise auf Anfrage)
Grösse: ca. 25×25 cm (M)

Art. Nr. PB-M01

VP bei 100 Stk.: CHF 11.10/Stk.

Kosten für Logo-Anbringung und Staffelpreise im Online-Calculator auf www.pandinavia.ch



CIRCULAR BOTTLE

Upcycling! Nachhaltige To-Go-Flasche (BPA-frei), hergestellt aus alten Einweg-Kaffeetassen, mit thermoisolierter Aussenschicht, welche den Inhalt lange warm oder kühl hält, mit 100% auslaufsicherem Klick-Verschluss und einem 360°-Trinkerlebnis, spülmaschinenfest

Grösse: 600 ml

Farben: braun, grau, grün, navy, rosa, rot, schwarz

Art. Nr. CT-B

VP bei 98 Stk.: CHF 19.10/Stk.

Kosten für Logo-Anbringung und Staffelpreise im Online-Calculator auf www.pandinavia.ch

BLUU WASHSTREIFEN 3ER-SET ALPENFRISCHE

Nachhaltiges und plastikfreies Waschen! Ultra-konzentriertes, 100% biologisch abbaubares Universal-Waschmittel in Streifenform, frei von schädlichen Inhaltsstoffen, für alle Temperaturen (15–95°C), Handwäsche sowie für weisse, bunte oder dunkle Textilien geeignet, 1 Washstreifen reicht für 1 Waschgang, löst sich beim Kontakt mit Wasser sofort auf und hinterlässt keinerlei Rückstände, geliefert im rezyklierbaren Kartonumschlag, Inhalt 3 Streifen (à 11×9×0,1 cm)

Grösse: ca. 0,2×13,4 10,4cm (Couvert)

Farbe Couvert: nature

Art. Nr. BV-AF-03

VP bei 1000 Stück: CHF 2.10/Stk.

Kosten für Logo-Anbringung und Staffelpreise im Online-Calculator auf www.pandinavia.ch



VINTAGE-GESCHIRRTUCH

Hochwertiges Geschirrtuch mit eingewebtem Logo, 100% Baumwolle, Made in Austria, Mindestbestellmenge 120 Stück

Grösse: 50×70 cm

Farbe: alle Farbkombinationen möglich

Art. Nr. CV3740

VP bei 500 Stück: CHF Fr. 6.20/Stk.

Kosten für Logo-Anbringung und Staffelpreise im Online-Calculator auf www.pandinavia.ch





RECYCELTE ZEMENTSÄCKE · FÜR DEN UNTERSCHIED IN KAMBODSCHA · RECYCELTE ZEMENTS

Upcycling in Kambodscha

Aus leeren Zementsäcken, welche auf den Baustellen Kambodschas massenweise anfallen, zaubert die Marke elephbo urbane Rucksäcke, Taschen, Sneakers und anderes mehr. Der neue Partner von Pandinavia ist durch und durch up- und recycling-orientiert. Gründer und Geschäftsführer Nicolas Huxley, Sohn eines australischen Einwanderers, erzählt.

Nicolas, warum gerade Zementsäcke und warum gerade Kambodscha?

Kambodscha, weil ich dort während eines Studienprojekts auf extrem lebenswerte Menschen und eine faszinierende Kultur traf. Ich wollte etwas bewirken und im Rahmen meines Projekts wenn möglich Jobs kreieren. Irgendwann stiessen wir – mein damaliger Tuk-tuk-Fahrer ist inzwischen mein Kommunikationschef – auf diese Zementsäcke, die auf sämtlichen Baustellen achtlos weggeworfen werden, aber aus interessantem

Material bestehen, einem verwobenen Polypropylen. Wegen der dortigen Luftfeuchtigkeit muss so ein Sack sehr widerstandsfähig sein.

Auch dann ist es aber noch keine Tasche...

Richtig, ich nahm ein paar dieser Säcke in die Schweiz und fragte die Designerin Giulia Pasanisi, ob man damit etwas anfangen kann. Man konnte. Und es zeigte sich schnell, dass entsprechende Produkte auf Interesse stossen würden. Das war 2011.

Was geschah dann?

Wir haben damit begonnen, in der Nähe der Stadt Siem Reap ein Recycling-Unternehmen aufzubauen. Dort werden die Säcke bis heute gewaschen und vorgeschnitten. Es sind einfache Aufgaben, mit denen wir vor Ort Jobs schaffen konnten. Heute wird das Material dann per Tuk-tuk zu einem modernen, nachhaltig arbeitenden Produktionspartner in der Stadt selbst gefahren. Vor der Pandemie hatten wir weitere Produktionsstandorte in Portugal, China und Banja Luka, Bosnien. Nur letzteren werden wir für eine unserer Produktlinien beibehalten. Der Rest soll künftig ausschliesslich in Kambodscha hergestellt werden.

Inzwischen produziert ihr eine ganze Reihe von Produkten bis hin zu Sneakers?

Die waren eigentlich eine Guerillamarketing-Aktion, weil man uns ständig mit Freitag verglich. Sie haben aber dann phasenweise 30 Prozent unseres Umsatzes ausgemacht. Aber auch



SÄCKE · FÜR DEN UNTERSCHIED IN KAMBODSCHA · RECYCELTE ZEMENTSÄCKE · FÜR DEN UNTERSCHIED IN



Gründer und Geschäftsführer
Nicolas Huxley



Gebrauchte Zementsäcke werden
sorgfältig gereinigt...



... und danach zu Tasche verarbeitet.

ELEPH · BO

das sind Prä-Covid-Geschichten. Neu werden wir uns vor allem auf Rucksäcke konzentrieren. Dort gibt es ganz aktuell übrigens die spannende Limited Edition Kevin Lütolf. Die besteht aus veganem Lederimitat, welches aus Apfelschalen hergestellt wird.

«Ich wollte etwas bewirken, nach Möglichkeit Arbeitsplätze schaffen.»

Nicolas Huxley, Geschäftsführer

Apfelschalen?

Ja, die fallen in asiatischen Fruchtfabriken in rauen Mengen als Abfall an.

Wer kauft denn eigentlich die Produkte von elephbo?

Es sind vor allem gut gebildete Männer

und Frauen zwischen 25 und 35; natürlich sind sie an Nachhaltigkeit interessiert und eher links-grün orientiert. 60% unserer Kundschaft sind Frauen. Hingegen sind die Sneaker eher ein Männerprodukt.

Und wo kann man die Produkte kaufen?

Aktuell machen wir rund 60% unseres Umsatzes mit dem eigenen Webshop; andere Webshops, etwa von Zalando oder Galaxus, nicht mitgerechnet. Aber es gibt auch rund 20 physische Shops, welche Produkte von uns führen. Wir konzentrieren uns vorderhand auf die Schweiz. Auch das war vor Covid anders, aber wir sind etwas bescheidener geworden.

Welche Möglichkeiten bieten sich im B2B-Bereich?

Grundsätzlich eignen sich viele unserer Produkte als Kundengeschenke, denn sie erzählen eine spannende Story und Nachhaltigkeit liegt zurecht im Trend. Zudem haben wir schon Co-Labeling-Projekte gemacht. Vor

Elephbo

Der Markenname ist eine Wortverschmelzung aus «Elephant» und «Cambodia». Die Idee dazu entstand, weil ganz am Anfang Zementsäcke mit einem Elefanten-Sujet verarbeitet wurden.

Der Brand elephbo steht im Zentrum, ist aber nicht die einzige Aktivität der 2016 gegründeten Zürcher Huxley Design AG (ehemals elephbo GmbH).

elephbo.com

allem aber haben wir mit unserem Produktionspartner in Kambodscha sehr viele Möglichkeiten, auch andere Produktionsaufträge abzuwickeln. Wir arbeiten ja jetzt schon mit verschiedenen Materialien. Es ist nicht so, dass wir nur Zementsäcke können!

Elephbo-Produkte als Kundengeschenk? Lassen Sie uns über die Möglichkeiten sprechen!
info@pandinavia.ch, Tel. 043 266 10 60

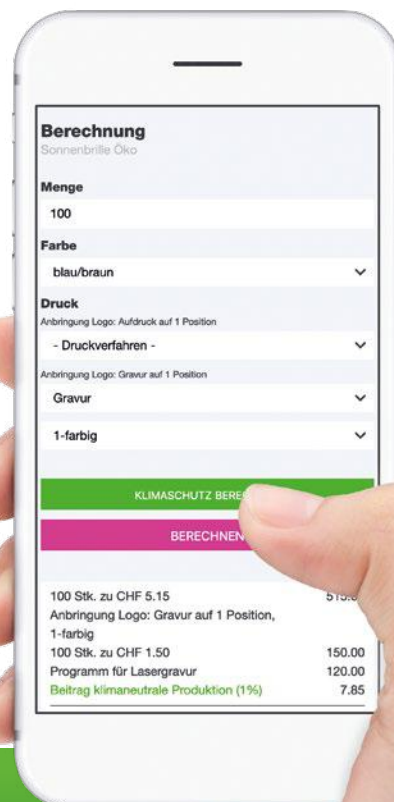


Schritt für Schritt zu einem nachhaltigen Sortiment!

Haben Sie den Schritt zu einem nachhaltigen Werbe- und Merchandising-Sortiment bereits gemacht?

Der CO₂-Checker von Pandinavia durchleuchtet Ihr Sortiment. Mit dem CO₂-Checker haben wir ein wertvolles Tool entwickelt, welches mittels Analyse Ihren aktuellen CO₂-Fussabdruck ermittelt.

In den weiterführenden Schritten können konkrete Massnahmen abgeleitet sowie alternative Werbeartikel mit weniger CO₂-Emissionen bestimmt werden.



Ihre Vorteile



Messbarkeit

Unsere Analyse belegt in Zahlen, wie hoch der CO₂-Ausstoss ist bzw. wie stark er reduziert werden kann.



Expertise

Mittels konkret abgeleiteten Massnahmen stellen wir durch unsere Expertise ein nachhaltiges Werbeartikel-Sortiment mit weniger CO₂-Ausstoss zusammen.



Reduktion CO₂-Fussabdruck

Durch den CO₂-Checker können Sie einen konkreten Beitrag zur Reduktion der CO₂-Emissionen leisten. Entweder durch Kompensation oder umweltbewusstere Produkte.



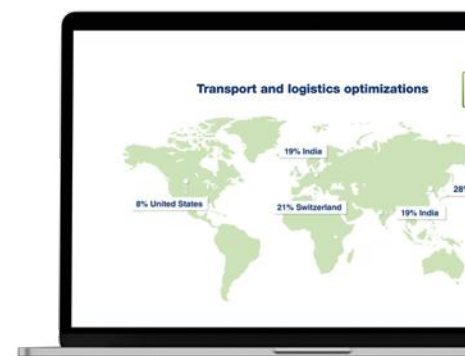
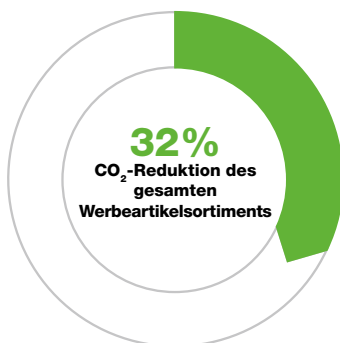
Bewusstsein

Durch den CO₂-Checker unterstreichen Sie gegenüber Mitarbeitern und Kunden Ihr Engagement im Bereich Nachhaltigkeit und leisten einen konkreten Beitrag zur Verbesserung der CO₂-Bilanz der Unternehmung.

Beispiel Berechnung CO₂-Fussabdruck Sortiment

Für ein Schweizer Medizintechnik-Unternehmen analysierte Pandinavia das gesamte Werbeartikel-Sortiment. Daraus erfolgten konkrete Handlungsempfehlungen zur Optimierung des Sortiments in Bezug auf den CO₂-Ausstoss.

Die Unternehmung erhielt durch den CO₂-Check die Möglichkeit, ihren Kohlenstoffdioxid-Ausstoss des Werbeartikelsortiments um 32% zu reduzieren. Zudem wurden konkrete Verbesserungen für den gezielten Einkauf von klimafreundlicheren Werbeartikeln vorgeschlagen.



Leisten auch Sie Ihren Beitrag zur Reduktion des CO₂-Ausstosses beim Werbeartikel-Einkauf. Für mehr Infos oder eine individuelle Beratung kontaktieren Sie Barbara Müller, Tel. +41 43 266 10 00, barbara.mueller@pandinavia.ch

PROUDLY PRODUCED

Stolz präsentieren wir auserwählte und besonders gelungene Kundenprojekte, welche wir umsetzen durften. Lassen Sie sich inspirieren von diesen Umsetzungen, die besonders nachhaltig sind:



Nachhaltiger Coffee-to-go-Becher (BPA-frei), hergestellt aus rezyklierten Karton-Kaffeetassen, für Implenia AG.



Holzturm-Spiel aus FSC-zertifiziertem Birkenholz, umgesetzt für Titlis Bergbahnen.



Hardcover-Kombiset, komplett hergestellt aus Recycling-Papier.



Glas-Trinkhalme aus robustem Glas, 100% recycelbar, umgesetzt für die Industriellen Betriebe Kloten.

Trendiger, urbaner Rucksack aus recycelten PET-Flaschen, hergestellt für Implenia AG.



Feinste Schweizer Bio-Schokolade in einer umweltschonenden Verpackung aus Graspapier, hergestellt für Implenia AG.



Das Duftholz aus Arvenholz (Zirbelkiefer) für unsere Kundin UBS AG. Der Duft in Bioqualität hat eine beruhigende und entspannende Wirkung.

Für den Schutz der Ozeane. Die Ocean Bottle wird aus Plastik-Meeresabfall hergestellt. Jede produzierte Flasche finanziert ausserdem die Sammlung von 1000 Plastikflaschen.



Wie kreatives Upcycling zum Erfolg wird

Die Einführung einer neuen Corporate Identity ist ein spannender Marketing-Prozess. Alles wird neu gestaltet für einen frischen und innovativen Auftritt der Unternehmung. Doch was geschieht mit «altem» Marketing-Material, das sich noch in tadellosem Zustand befindet? Gibt es Alternativen zum Entsorgen? Ja, es gibt sie, die Projekte, wo aus gebrauchtem oder nicht mehr benötigtem Marketing-Material wiederum sinnvolle und kreative Werbeartikel entstehen. Wir haben drei der originellsten Umsetzung herausgepickt, die wir in der Vergangenheit in Zusammenarbeit mit unseren Kunden umsetzen durften.



1.

Poloshirts werden zu beruhigenden Lavendel- und Kirschsteinsäckli

Was macht man mit einer grossen Menge an gebrauchten und aussortierten Poloshirts? Das hat sich auch unsere Kundin, die Rigi Bahnen AG, im Zuge eines Rebrandings gefragt. Mit einem Schweizer Produktionspartner wurden aus grünen und anthrazitfarbenen Poloshirts feindufende Lavendelsäckli und wärmende Kirschstein-Herzen hergestellt.



2.

Edelweisshemden werden zu trendigen Haargummis

Im Rahmen des ESAF Zug 2019 blieben in der Produktion mehrere Laufmeter des eigens entwickelten Hemdenstoffs im Edelweiss-Look übrig. Entstanden sind rund 400 trendige Haargummis, welche zum Renner während des Fanartikel-Verkaufs am ESAF Zug 2019 wurden.



Stück für Stück werden die Edelweiss-Hemden in Haargummis umgearbeitet.



*Konzeption made by Pandinavia:
Was könnte aus den nicht mehr
benötigten Materialien hergestellt
werden?*

3.

Gebrauchte Blachen werden zu einzigartigen Shoppingtaschen

Ein bewährter Klassiker des Upcyclings ist die Transformation von Blachen zu Taschen. Ein solches Upcycling durften wir in Zusammenarbeit mit einer sozialen Einrichtung für unseren Kunden Mammut erfolgreich umsetzen. Aus der atemberaubenden Bildwelt von Mammut auf deren Blachen sind coole und alltagsfähige Unikate an Tragtaschen entstanden.



Taschen





Die Vortreude aufs Eidg. Schwing- und Älplerfest steigt!



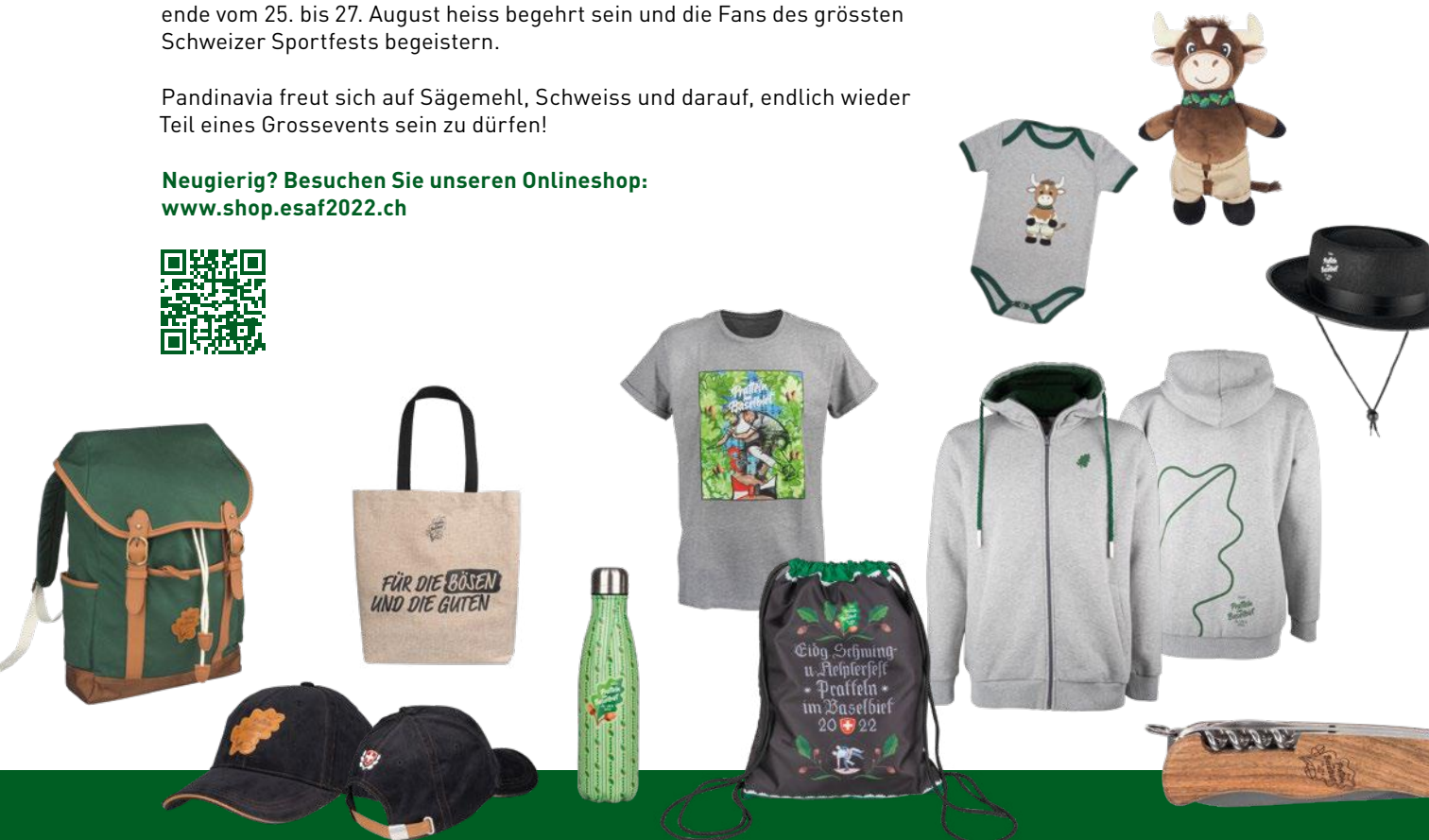
Pandinavia ist wiederum exklusiver Merchandising-Partner des Eidg. Schwing- und Älplerfests, das in diesem Jahr in Pratteln im Baselland stattfindet. Dazu haben wir eine originelle Kollektion aus hochwertigen Artikeln für alle Schwingfans entwickelt.

Zum Warm-up wird Pandinavia bereits an diversen Schwingfesten im Vorfeld einen Merchandising-Verkaufsstand betreiben. Ab dem 12. August 2022 sogar täglich auf dem Festgelände in Pratteln. Im Gabentempel können die Besucher dann nebst den reichhaltigen Gaben auch die ESAF-Kollektion bestaunen und direkt einkaufen.

Die stimmigen und schönen Fanartikel werden vor allem am Festwochenende vom 25. bis 27. August heiss begehrt sein und die Fans des grössten Schweizer Sportfests begeistern.

Pandinavia freut sich auf Sägemehl, Schweiss und darauf, endlich wieder Teil eines Grossevents sein zu dürfen!

Neugierig? Besuchen Sie unseren Onlineshop:
www.shop.esaf2022.ch



STREUARTIKEL

BESUCHEN SIE UNS AN DER NEUEN WERBEARTIKELMESSE TOUCH!

Am 22. September 2022 findet zum ersten Mal der Werbeartikel-Tag «TOUCH» statt und Pandinavia ist mit dabei! Rund 70 verschiedene Partnerlieferanten und 9 Trägeragenturen freuen sich, Ihnen die neuesten Trends und besten Gadgets zum Jahresabschluss zu präsentieren. Lassen Sie sich inspirieren und finden Sie die passenden Artikel für Ihren Brand.

Registrieren Sie sich kostenlos unten mit dem QR-Code oder via unsere Homepage. Alle Besucherinnen und Besucher erhalten einen stylischen Rucksack, um all die guten Ideen auch sicher nach Hause tragen zu können.



TOUCH Werbeartikel neu gedacht

21. September 2022, 10–17.30 Uhr
Umweltarena Spreitenbach,
Parkplätze vorhanden

Tickets unter:



TEAM-AUSFLUG MAISON CAILLER



Am 12.–13. Mai 2022 fand unser Teamausflug statt. Dieses Mal zog es uns in die Westschweiz. Und dies nicht ohne Grund: Schon seit einiger Zeit darf Pandinavia das gesamte Merchandising des Maison Cailler in Broc umsetzen. Nun wollten wir uns vor Ort ein Bild von unserem tollen Kunden machen! Bevor es aber soweit war, gab es ein kulinarisches Highlight im nahegelegenen Gruyère. Am Tag darauf durften wir dann in die faszinierende Erlebniswelt des Maison Caillier eintauchen und Schokolade selber herstellen. Ein eindrückliches und sehr schmackhaftes Erlebnis. Mit einer Prise Stolz durften wir auch die von uns produzierten Fanartikel im Caillier-Shop bestaunen. Rundum glücklich traten wir die Heimreise an.

PRODIR: EINSATZ VON REZYKLAT BEI ALLEN MODELLEN



Ab sofort ist die Verwendung von Rezyklat bei Prodir, CH-Lamone, Standard: Zukünftig werden alle Kugelschreibermodelle des Schweizer Unternehmens aus regeneriertem und recyceltem ABS gefertigt – schwarze und weisse Gehäuse zu 100%, farbige Gehäuse zu 50%. Prodir möchte damit nach eigener Aussage einen weiteren Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft gehen. Das Rezyklat stammt aus eigenen Produktionsabfällen oder von regionalen Produzenten in der Nähe der Schweizer Produktionsstandorte von Prodir. Das soll nicht nur die hohe Qualität des Materials, sondern auch seine umweltfreundliche Herstellung und Logistik garantieren. Alle Prodir-Schreibgeräte aus ABS tragen das internationale Recycling-Symbol auf dem Gehäuse. Sie werden zu 100% mit klimaneutraler Wasserenergie in der Schweiz gefertigt und sind standardmässig mit bleifreien, umweltfreundlichen und auswechselbaren Floating Ball®-Minen ausgestattet.

In der nächsten Ausgabe:

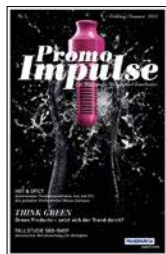
Lokale Produktion – im Trend!

Promo Impulse stellt Partner vor, die sich mit Leib und Seele der lokalen Produktion verschrieben haben.



Collect them all!

Bestellen Sie die früheren Ausgaben direkt unter info@pandinavia.ch



No. 1 | Special:
Ökologische
Produkte



No. 2 | Special:
Coole Werbetaschen



No. 3 | Special:
Weihnachtsgeschenke



No. 4 | Special:
Swiss-Made-
Werbeartikel



No. 5 | Special:
Winterliche Produkte



No. 6 | Special:
Megatrends im
Werbeartikelmarkt



No. 7 | Special:
Gadgets für Eltern
und Kinder



No. 8 | Special:
Die Macht der ess-
baren Give-aways



No. 9 | Special:
Gottardo 2016



No. 10 | Special:
Textilie



No. 11 | Special:
Outsourcing



No. 12 | Special:
Nachhaltigkeit

Impressum

Promo Impulse erscheint einmal im Jahr und ist kostenlos bei Pandinavia AG erhältlich.

Herausgeber: Pandinavia AG, Industriestrasse 30, CH-8302 Kloten, Tel. 043 266 10 60, info@pandinavia.ch, www.pandinavia.ch

Layout und Druckvorstufe: weiss communication+design ag, www.wcd.ch

Text: Pandinavia AG, Kaspar Benz, Anja Zanoni, Mitarbeit: Jürg Freudiger

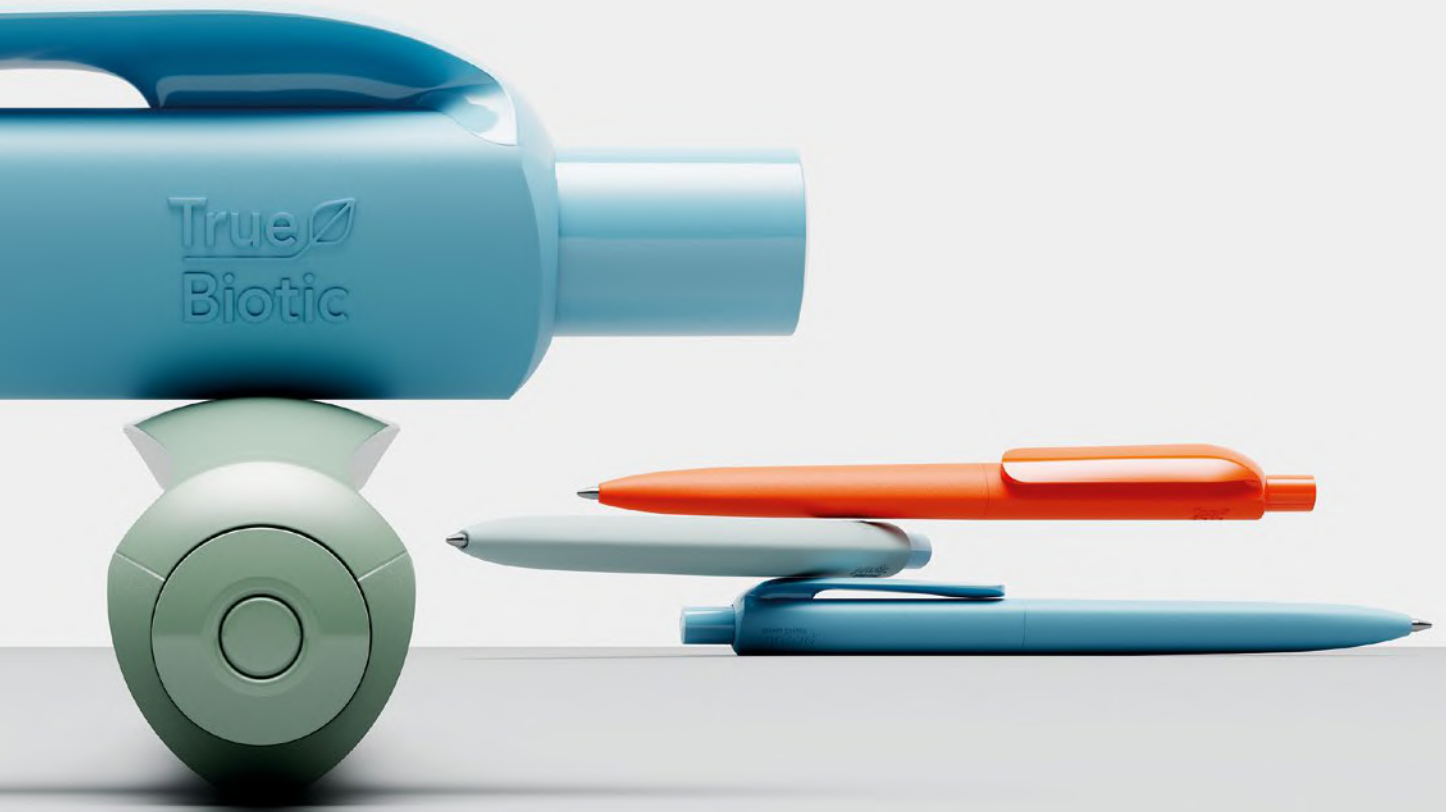
Bilder: Pandinavia AG, weiss communication+design ag, Nicolas De Nisco

Nach Redaktionsschluss können sich an den Produkten Änderungen ergeben haben. Die Angaben in diesem Magazin sind als annähernd zu betrachten. Farbabweichungen sind drucktechnisch bedingt. Copyright 2022 für alle Beiträge liegt bei der Pandinavia AG. Alle Rechte vorbehalten. Nachdrucke nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers.

Dieses Magazin wurde auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt.

PANDINAVIA

expect more.



Prodir is a brand of Paganini Pens SA.

**Wir wollen Fische im Meer,
keinen Müll.**

New DS8 True Biotic.

Gehäuse aus Biopolymeren (PHA), biologisch
abbaubar in Erde, Salz- und Süßwasser.

Personality pens.
Swiss made.

prodir[®]

Erhältlich bei:

Pandinavia AG
Industriestrasse 30
8302 Kloten
Switzerland

Telefon +41 (0)43 266 10 60
Telefax +41 (0)43 266 10 69
www.pandinavia.ch
info@pandinavia.ch

PANDINAVIA

expect more.