



BERATUNG MIT PLAN

Wer gut „plant“, ist stets einen Schritt voraus. Insofern ist der Name **Plan Concept** der Essener Werbeartikelagentur Programm. Seit seiner Gründung vor mehr als 30 Jahren strebt das Familienunternehmen kontinuierlich nach Innovation und gehört zu den Vorreitern der Branche im Bereich On-Demand-Personalisierung oder Online-Shops. Das Serviceportfolio umfasst alle denkbaren Bereiche von der Beratung zu einem Messe-Giveaway bis hin zur Lageroptimierung, der Kundenstamm reicht vom kleinen mittelständischen Betrieb bis zu den Biggies der Energie- oder Touristikbranche.

Taschen aus alten Capri-Sonne-Verpackungen? Eine intensive Beratung zu Nachhaltigkeitszertifikaten? Oder gleich ein eigener B2B-Shop mit Chatbot? Dafür benötigt es nicht unbedingt zahlreiche Hersteller und Agenturen. Bei Plan Concept erhält man all diese Serviceleistungen aus einer Hand.

Vor über 30 Jahren legte Christoph Ruhrmann in Essen den Grundstein für eine Agentur, die heute zweifelsohne zu den versiertesten und größten Playern im Werbeartikelhandel Deutschlands zählt. „Wir sind eine der wenigen Agenturen, die wirklich alles aus einer Hand anbietet“, so Geschäftsführer Ruhrmann. „Wir machen alles, und wir machen alles gern: vom Design einzelner Artikel bis hin zur Großproduktion außerhalb Eu-

ropas, von der Gestaltung eines Web-Auftritts bis zum Print-On-Demand-Auftrag.“

Insgesamt 80 Mitarbeiter – Kundenbetreuer, Grafiker und Designer, IT-Spezialisten, Logistikmitarbeiter und Veredler – an sieben Standorten (Essen, Hamburg, Oldenburg, Münster, Paderborn, München, Stuttgart) sorgen dafür, dass jeder Kundenwunsch erfüllt wird. Und trotz des Wachstums ist das Familienunternehmen stets seinen Wurzeln treu geblieben und stark vom Spirit geprägt, den die Familie Ruhrmann ins Unternehmen einträgt. Neben Ruhrmanns Sohn Arian Reimann, der als COO und Prokurist gemeinsam mit seinem Vater und CFO Ulf Paschwitz das Unternehmen leitet, sind auch Ruhrmanns Frau Antje sowie seine Schwestern Natalie und Nicole Teil der Plan

Concept Group. Stephan Speckbruck hatte in seiner Funktion als Geschäftsführer und Teilhaber von 2001 bis Ende 2021 einen großen Anteil am Erfolg.

Ein Erfolgskriterium des Familienunternehmens ist die Flexibilität, um auf alle Kundenwünsche eingehen zu können. „Das klassische Streckengeschäft für einzelne Artikel ist uns genauso lieb und wichtig wie der Fullserviceauftrag oder die Konzeption von Kampagnen mit haptischen Verstärkern“, betont Ruhrmann. Dank eigener Produktentwicklung stehen nahezu alle Möglichkeiten

offen. Bestes Beispiel ist eine Sonderanfertigung für den Wendlinger Elektrowerkzeughersteller Festool, die auch mit einem Promotional Gift Award 2023 ausgezeichnet wurde. „Zur Markteinführung der Tauchsäge TS 60 K haben wir eine originalgetreue Nachbildung als Pizzaschneider entwickelt und auf den Markt gebracht“, freut sich Prokurist Reimann. Nicht weniger originell verlief die Zusammenarbeit mit BASF. Zusammen mit dem Chemie-Riesen führte Plan Concept in Malaysia ein Charity-Projekt durch, bei dem aus alten Farblechdosen Modellautos als Sonderserie hergestellt wurden.

Zu den größten Kunden der Agentur zählt zudem der Reiseveranstalter TUI Cruises *Mein Schiff*. Von der Gestaltung der Kalender mit Abbildungen der Kreuzfahrtschiffe bis zum Relaunch des Onlineshops (B2B und B2C) ist Plan Concept in alle Prozesse rund um die haptische Werbung des Touristikriesen als langjähriger Partner gesetzt.

IT-KOMPETENZ TRIFFT AUF PERSÖNLICHE BERATUNG

Für die Realisation solcher Großprojekte kommt dem Unternehmen zugute, dass es früh einen Schwerpunkt auf den Ausbau der Online- und IT-Kompetenz gelegt hat. 20 IT-Experten arbeiten bei dem Schwesterunternehmen connect.io. Sie erstellen Online-Shops für Kunden – übrigens nicht nur im Bereich haptischer Werbung –, die angepasst an die jeweiligen Bedürfnisse modular aus dem IT-Baukastensystem zusammengestellt werden. Und sie arbeiten zusätzlich daran, den Digitalisierungsgrad von Plan Concept stets auf ein höheres Level zu heben. So wurde ein KI-gestützter Chatbot entwickelt, der die interne Fehlerquote minimieren und die Mitarbeiter bei der Beratung unterstützen soll. Dass das nicht zu Lasten der persönlichen Beratung geht, ist dem Gründer sehr wichtig: „Unser Business ist sehr stark Face-to-Face-orientiert. Wir setzen daher weiter auf persönliche Betreuung und fahren auch gerne zu unseren Kunden heraus, aber wir unterstützen den Beratungs- und Entwicklungsprozess durch digitale Werkzeuge, um noch mehr Informationen vorab bereitzustellen“, so Ruhrmann.

Auch mit seinem eigenen Online-Angebot gehört Plan Concept zu den Vorreitern der Branche. Unter www.werbeartikel.tv finden sich rund 40.000 gelistete Werbeartikel. Aufgrund der Komplexität des Bestellvorgangs mit Individualisierung dient der Shop jedoch vor allem als Schaufenster und Anlaufstelle im Internet. „Der Kunde wird wie in einem normalen Online-Shop durch einen Bestellvorgang geführt, jedoch wird am Ende keine Bestellung gesendet, sondern eine Anfrage“, erläutert Arian Reimann. „Dadurch kommt es wieder zu einem persönlichen Kontakt mit dem Kunden, der uns die Möglichkeit gibt, ihn optimal zum Artikel und den geplanten Einsatzzweck zu beraten.“

Dass sich diese Kombination aus aktiver Kundenansprache, persönlicher Kundenbeziehung und Nutzung modernster Technologien auszahlt, belegt die hohe Kundentreue. Manche der über ganz Deutschland verstreuten Marken werden seit fast drei Jahrzehnten von der Plan Concept Group in Sachen haptischer Werbung beraten und betreut. Viele von ihnen sind auch Stammgäste auf der Messe, die Plan Concept seit 17 Jahren jährlich im Februar veranstaltet und die zu den etablierten Events der Branche zählt. Der nächste Newday in der Essener Philharmonie findet übrigens am 18. Februar 2025 statt.

FOKUS AUF TRANSPARENZ

Ein Faktor, der im Laufe der 30-jährigen Firmengeschichte immer wichtiger geworden ist, ist das Thema Nachhaltigkeit. Ruhrmann legt Wert darauf, Kunden keine umweltfreundliche Haltung vorzuspielen, die nicht real ist. Das Stichwort ist Transparenz: „Wir haben auch an unserem Standort Maßnahmen ergriffen, um den CO₂-Verbrauch zu senken, und setzen als EcoVadis zertifiziertes Unternehmen unser eigenes Nachhaltigkeitskonzept um. Aber viel wichtiger ist es ja, dem Kunden zu helfen, die Produkte einzukaufen, die zu seiner eigenen Nachhaltigkeitsphilosophie passen, und dabei nicht irgendeiner Form von Greenwashing aufzusitzen. Wir sehen es als unsere Hauptaufgabe, dem Kunden transparent zu zeigen, wel-



Als langjähriger Partner von TUI Cruises *Mein Schiff* ist Plan Concept in alle Prozesse rund um die haptische Werbung des Touristikriesen gesetzt.

che Nachhaltigkeitsaspekte mit der Produktion und Beschaffung der jeweiligen Artikel tatsächlich verbunden sind. Nicht alles, was ein grünes Siegel auf der Verpackung trägt, bedeutet, dass auch wirklich nachhaltig gearbeitet wird“, erklärt Ruhrmann, der mit seinem Team an einem Tool arbeitet, das bei jedem Produkt sofort den mit dem Kauf verbundenen CO₂-Fußabdruck anzeigt.

Ebenso wichtig ist eine sorgfältige Auswahl der Artikel und das Vermeiden von Überproduktion. Deswegen wird im unternehmenseigenen Veredlungsbetrieb Plan Concept Works auch nur kosten- und ressourcensparend „On Demand“ produziert – das jedoch innerhalb weniger Werkzeuge, um kurze Lieferzeiten zu garantieren.

Bei Plan Concept ist eben alles durchdacht, steckt hinter jedem Schritt ein ausgeklügeltes Plan. Nomen est Omen. // MG

www.werbeartikel.tv

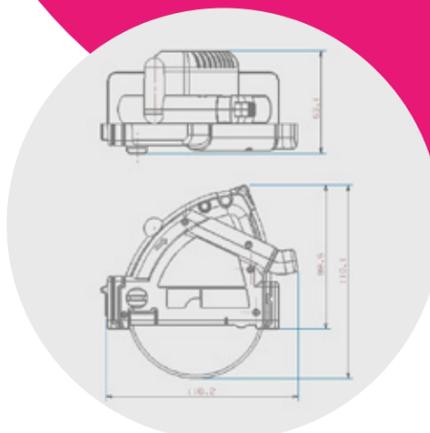


Gemeinsam mit BASF kreierte Plan Concept ein Modellauto aus recycelten Farbdosen.

Sinnvolles Upcycling: Aus den Verpackungen des Kultgetränks Capri Sonne wird kurzerhand ein nachhaltiger Trendgegenstand.



Bildquelle: Plan Concept



Gemeinsam mit Festool kreierte Plan Concept das perfekte Produkt für Feinschmecker und Handwerker. Die Pizzasäge räumte nicht umsonst einen Promotional Gift Award ab.

