We are Promotion Pets.

Cuddly all around.

Our services

May we present: your popular mascot!

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

No matter what you require – at the end you will hold your very own popular mascot which will perfectly convey your brand message to your audience.
Or in their arms. Perfectly in line with our promise:

Cuddly all around.

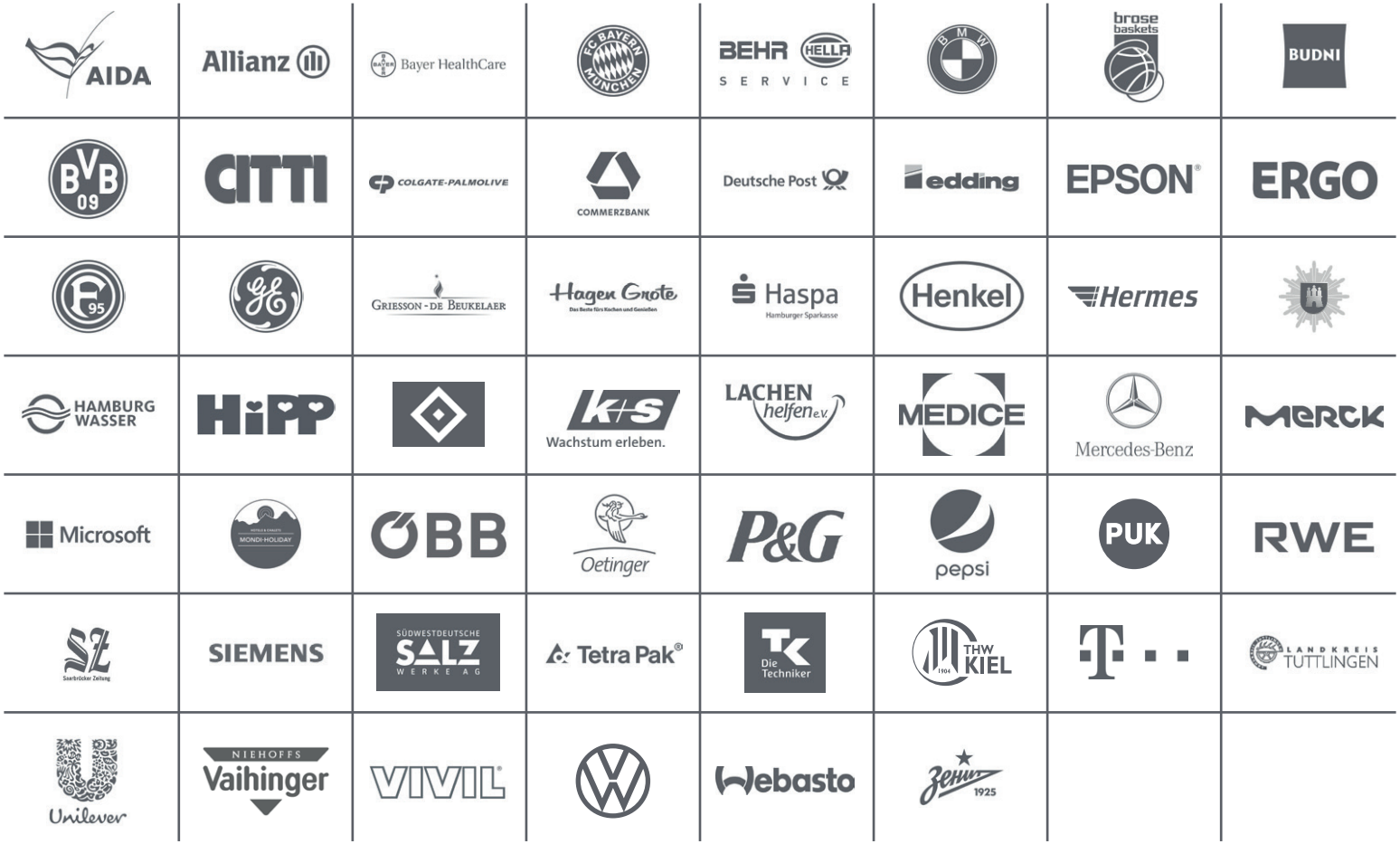
© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Our customers

Brands that have already cuddled with us:

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

… and that have been placing their trust in us, our products and our quality for years.
Whether global brand manufacturer or association for animal protection – we are proud of all.



© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Our products

From hobby-horse to rocking horse.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

A lot has happened since the founding in 2007.

While we started at specialists for stuffed animals,
our product range has expanded several times over since the early days.

And not without reason!

Because plush, which usually ends up in the hands of babies and children,
is subject to the highest safety and quality standards.

And if you have the expertise to manufacture that, you can also do anything else!
Hence it made sense to continuously expand our range.

And in the meanwhile, we offer, design and produce almost
everything that makes your merchandising heart beat a little faster.

Do not hesitate to contact us!

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Our team

Trained specialists.
And especially friendly.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Eleven full-time employees at our main office in Hamburg take care of all
your wishes and challenges –
using their know-how, passion and greatest care.

Because the Promotion Pets Team knows:
quality sets us apart.

And hence we have specialists for each area:
for concept and design development, packaging design, production,
project management, quality control
and customer-specific logistics and sales solutions.

And by now we even have a TÜV-certified specialist for toy safety.
When managing director Jan Basjmeleh couldn‘t find one,
he had an employee trained as one in short order.

All in the name of one goal: great quality that you can feel.

From the consultation in Hamburg to the manufacturing facilities and long-term partners
in Asia to you and your complete satisfaction.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Our quality

It's Cuddly all around – even concerning social and environmental standards:

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Even if you weren‘t familiar with our name before,
you have most certainly already held one of our products.

Because leading companies have been relying on our quality for years.
Not only because we have the highest standards for the processing of our products,
but also for social and environmental standards.

This is why our commitments go far beyond
compliance with European specifications.

From production under fair working conditions, sustainable packaging and climate-friendly delivery
to efficient processing – we take our social and environmental responsibilities very seriously.

Our audits according to ISO 9001:2015 and ISO 14001:2015
also reflect this. In 2015, for example, we became members of amfori BSCI.

So rest assured:

Your customer and the environment will both be happy with
our products in the end.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

If desired, we can also
provide further certifications, for example:

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Let’s go!

From the idea to the mascot

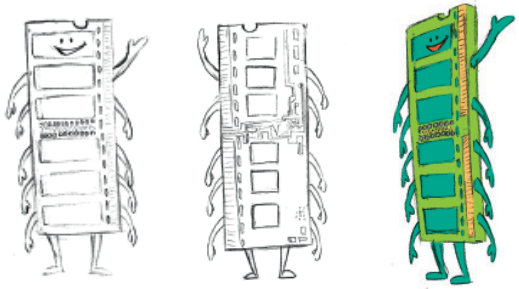
Mascots can be many things: cute, funny, friendly, one-off production for an event or recognisable brand ambassadors. But mascots are always one thing: popular characters.
They convey lasting positive brand values and make their way purposefully and reliably – straight into the customers’ hearts.

No idea as to what your brand ambassador should look like?
Then you just had a pretty good thought for coming straight to us!
Because with our team of consultants, designers and purchasers, we develop exactly the charismatic figure that fits to you and your task.

We scan your brand values, coordinate a common brand message and transfer it into custom design proposals. From the first ideas and scribbles through the concrete character design to the final artwork and possible sample productions you will get closer to your mascot step by step. To then embrace it with your arms and heart at the end.

We would very much enjoy making you a non-binding offer!

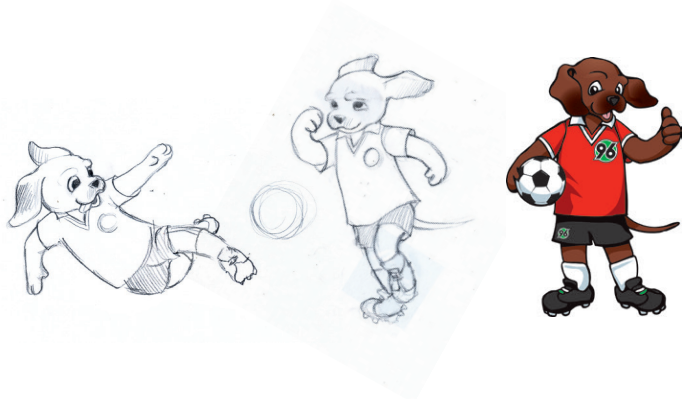
© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020



DATEV eG

In order to introduce children to the topic of data security, we developed several likeable characters for DATEV eG – like Speedy, the plush memory unit.
From the conception of several characters and scribbles to this finished mascot and buyout rights, we did everything in-house. With great success!
Since then, Speedy has been playfully introducing even the youngest children to the DATEV world and the topic of data protection.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020



Hannover 96

A football team needs a mascot!
That's what Hannover 96 thought when they searched for a new figurehead via a competition. And then found us shortly thereafter!
Because after analysing the brand values, the region and special characteristics, we finally came up with him: Eddi, as he was officially named by the youngest fans.
A young Hanoverian limer dog, who received his unmistakable appearance in several stages and took the hearts by storm.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Nix Productions

Easy language support!
Using our movable dolls made of soft plush, we brought the heroes of the story 'Sproochschatz' to life for the city of Basel.
In the future, children will be able to immerse themselves in the stories and worlds of languages not only through games and audio books, but also through role-playing with Rico, Edgar and Lea, while expanding their vocabulary.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Daimler AG

TV star you can touch: For the launch of the new Mercedes Benz X-Class, we not only created the monster from the CGI film with great attention to detail, but also manufactured it in compliance with the various product safety standards of different countries. And we also took care of the direct sales at the same time.

ZDF

A tiger at the Winter Olympics?
We make that possible! In 2018, we developed Chingu, the charming Olympic mascot including illustrations and prototyping, for ZDF. We also took care of the shipping to different countries such as Korea.
So that Tiger Chingu could then be presented to the ZDF Sportstudio guests as a gift.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Hamburger Sparkasse

More of a mammoth than a mouse production: our stuffed animal for the Hamburger Sparkasse. We produced Manni Maus not only in very large quantities and four different sizes, but also as a key fob, as an 80cm decorative figure and even as a performing costume.

Hamburg Police Department

The police for your home! The plush police bear was distributed by the Hamburg police at children's festivals and events. And even had a (almost) real police star embroidered on the bear's cap.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Nasivin-Bär

A mascot for the nasal spray Nasivin?
We followed our noses correctly on this one!
The coati (‘nose bear’ in German) with cap and scarf has been Nasivin‘s funny and cuddly brand ambassador for the cold season.

Knorr-Bremse

One brand ambassador, two versions.
For the world market leader Knorr-Bremse from Upper Bavaria, we had the traditional plush bear fitted with two items of clothing matching the brand: blue overalls and a traditional costume.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Boehringer Ingelheim

All clean! For an internal event of the pharmaceutical company Boehringer Ingelheim we developed Debbie Chemie, a custom plush toy with an unusual design and typical white clothing.

Hamburger SV

Who doesn't know him? Dino Hermann, the mascot of the HSV. In this case as a 35 cm-tall, identical plush adaptation of the performance costume model.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Mondi-Hotelgruppe

You sleep as soft and sound as a marmot at the mondi Hotel Group in the Alps. No wonder it became their brand ambassador. For our customer, we designed them as skiers for the winter and as hikers for the summer.

Oetinger Verlag

Now any girl (or boy) can be as strong as Pippi Longstocking! And lift her horse Lil Uncle up into the air as if it was nothing! Because we produced it true to the original in a small, plush version for the Oetinger Verlag. And a matching POS counter display with it.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Amalyze

For the Amazon analysis tool Shield from Amalyze more than just any mascot was desired. Instead, one was sought that perfectly explains Shield. No problem! And even possible as a performance costume. After multiple steps of coordinating with concepts and illustrations, our Schildi was chosen as the new popular figure. And now brings customers closer to the product as a stuffed animal and life-sized mascot.

Rheinpark-Center

King of the animals? Not enough for our stuffed lion Louis! That is why he is also the king of the Rheinpark-Center in Neuss – as a mascot with an elaborately shaped mane. Whether in small or as a performing costume, Louis enjoys his shopping safari at the Center.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Nordwest-Zeitung

Flux and Fluse are not only cuddly and soft, they are also quite clever. So it is no wonder that these qualities make them the ideal mascots of the KidsClub of the Nordwest-Zeitung newspaper. They explain the world to kids in a comprehensible and exciting way. Always together, the pair is sent to new subscribers as cuddly stuffed animals. Or can be seen as a performance costume.

Behr AG

At Behr organic vegetable production, the name says it all. So of course a bear had to become the plush mascot for the organic company. And shows how natural vegetable production works as an organic Behr wearing a hat, dungarees and holding a shovel.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Senner Medien GmbH & Co. KG

What a proper canard! Because Paula, the canard, ensures fun and joy instead of false reports. Whether as a big mascot or as a performance costume, Paula travels a lot and visits many interesting people and places for the sake of thrilling stories.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Pillows

You can never go wrong – with comfortable pillows in your custom brand design.
Whether traditional or unusual shapes, as a neck pillow or using a special
mixture of materials – anything is feasible.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

FC Bayern München AG

The Champions League standard at
FC Bayern not only refers to football.
The proper logo and colour conversions were just
as obligatory for these pillows as the promise to
test each item.

Borussia Mönchengladbach

For Borussia Mönchengladbach, the idea was
to make their logo's special diamond shape
possible as a pillow. No sooner said than done,
and then made to snuggle!

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

FC Bayern München AG

Bayern fans really love this:
the team bus pillow of 1. FC Bayern. Whether as a companion on trips to away games or as a cosy lucky charm on the couch at home – you are always on the safe side with this embroidered pillow.

Borussia Mönchengladbach

Now the famous team bus of the foal team can also stop by the homes of fans. As a pillow with original sublimation print. Perfect way to start dreaming about the title in a relaxed way.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Universal Music GmbH

For Bravado Merchandise we developed
the Josie cushion in 40 x 40 cm
and in two colours. What makes it so special:
the mixture of materials used.

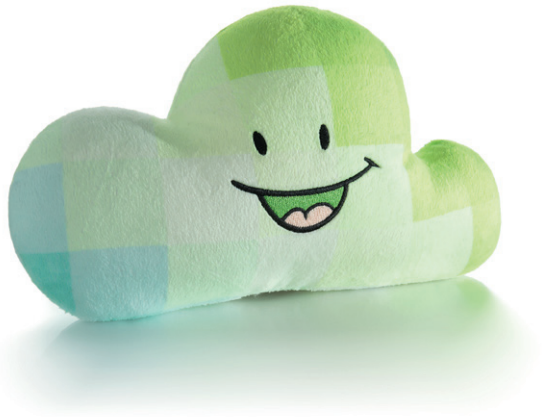
Köln Tourismus GmbH

The shaped cushion souvenir is as special as the
Cologne Cathedral, made for Köln Tourismus
GmbH. Manufactured in two different sizes.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Hauptstadt Helden

Hip hip, hurray! Because a hood is hidden behind the zipper of Hipporhino neck pillow for Hauptstadt Helden merchandising.



DATEV eG

Following our successful character design:
The Cloudia pillow for DATEV.
As a cuddly cloud, it is not only extremely comfortable and useful, but also conveys the storage capacity, security and timeliness of DATEV's cloud software.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Movement toys + baby items

We do not compromise when it comes to product safety.
Not only regarding baby and kids' items. With us you can always rest assured:
Our materials and products have all been tested and approved – with additional certifications on request. Hence it is not a problem for them to land in a toddler's hands or mouth.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

1. FC Köln

Rocking horse goes rocking billy goat!
Children can actually ride Hennes,
the mascot of the 1. FC Köln with this.
Manufactured with FSC-certified wood, provided
as a building set to assemble at home. The fan
favourite in the fan shop!

BVB Merchandising GmbH

The fan shop runs itself – with the motion toys for
the BVB. The high-quality wooden training bike
was made with 4/0 printed sales packaging, the
push-and-slide car was made of metal with a
special paint finish.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

St. Pauli und Claas

Admiring the look is nearly as entertaining as riding the thing. For the cool wooden wheels are unbeatable in terms of custom design.
And they come with height-adjustable seats, CE-tested and in a practical package with a carrying strap.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

1. FC Köln

Perfectly bedded, the little ones are optimally set for a great game. Because billy goat Hennes provides all the fun with this activity arch for babies.
And we ensure the highest quality and safety standards are met.
You just have to become a major fan then!

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Schalke 04 e.V.

Thanks to our products, even the smallest kids can cheer on Schalke 04 with mascot Erwin – because the cuddly grab toy
includes an integrated squeaker.

Gladbach & Union

These football clubs know what babies like! A round rattle that not only looks like its mascot, but also features a rubber part for teething babies to bite.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

1. FC Köln

The famous mascot of the 1. FC Köln as a small comfort blanket for the little ones – and without that barn smell! Perfect to cuddle or fall asleep with. And easy to wash.

BVB Merchandising GmbH

BVB fans really like it: ring in the first steps! With these plush slippers for babies that include small, integrated bells. This easily takes care of the next football generation…

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

PVC key fobs

Always a (dangling) option: PVC key fob.
The popular merchandising item can be custom designed
and is a popular giveaway.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Universal Music and others

We have already produced the popular plastic key rings for various customers.
They offer a perfect way to implement a popular mascot
as a giveaway.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Rubber ducks

Not only popular amongst kids: rubber ducks.
Popular as a collector's item and as a single found in
bathrooms and kids' rooms around the world.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

MD Handelskontor GmbH

The seagull among rubber ducks! We completely developed the rubber seagulls for MD Handelskontor – including the illustration, product development and sales packaging – and manufactured them as collectible items.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Plaster sets

A real consolation – not only for the little ones.
Custom-printed plaster sets are popular, useful and brand ambassadors at the same time. Made in Europe – and as a medical product of course manufactured under hygienic conditions.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

FC Bayern and others

Medically treated like footballers! Well alright, sort of …
We have already produced the band-aid sets in the size 7 x 2 cm for various football clubs. And they are fan accessories and a handy aid in one.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Lampshades

A great party feeling you can hang up!
Whether for private parties or brand events – paper lampshades
are always a great idea. And when featuring a custom print,
let the respective motto shine.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

BVB Merchandising GmbH

For your BVB party at home: BVB Merchandising GmbH ordered a paper lampshade as mascot Emma printed in 4 colours.

1. FC Köln

You can now bring that stadium feeling home. With the paper lampshade from the fan shop of the 1. FC Köln. Produced without fitting and bulb.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Items made of plastic

The possibilities are manifold, the advertising impact long-term.
Because high-quality items made of plastic usually
remain on shelves or desks for a long time.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

BVB Merchandising GmbH

This fan item is a real mic drop! The BVB Nobby Dickel sound figure was produced for BVB Merchandising GmbH, is 19 cm tall and made of ABS and vinyl. Fitted with a sound module, Nobby Dickel can make five different stadium announcements.

Universal Music

Piggie bank Josie by Sascha Grammel proves: saving money can be fun. For Universal Music GmbH, we produced the 20 cm merchandising item out of polyresin.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Bags and backpacks

When travelling, shopping or doing sports – bags and backpacks are not only a highly visible advertising medium, but above all very useful and popular.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Ergo Versicherungen

It‘s good to have ERGO Insurance behind you.
In this case, as a handy backpack made of waterproof material.

Friedrich Oetinger Verlag

The Ogglies love rubbish. But this backpack swallows everything else, too …
We manufactured the spacious backpack as a licensed product for the Oetinger Verlag.
Using high-quality details such as fly knobs on the zips, nets on the side and adjustable straps.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Stationery items

It's groundhog day here –
just with your advertising mascot greeting you each morning!
Pencil cases and wallets are daily and much used companions and offer years
of joy that is manufactured with a high quality.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Borussia Mönchengladbach

Suitable for pencils and cheat slips:
we produced the soft pencil case for Borussia Mönchengladbach with a length of 24 cm.

Friedrich Oetinger Verlag

You feed money instead of rubbish to these Ogglies. We implemented the Ogglies wallets for the publishing house Friedrich Oetinger GmbH according to exact CI specifications.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Other items

But that is not all.
There are almost no limits to the imagination of our customers. Just like our options. As long as it always remains something slightly special.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Chefboss towel

When Chefboss appears at the Deichbrand Festival, the roof is pretty much on fire! Or should we say, the whole place goes wild? Because in cooperation with the sponsor Jägermeister, we produced 10,000 towels and distributed them to the spectators as giveaways, to wave around as they pleased. And turn the performance into a legendary experience.
But first, a Jägi!

NDR / Studio Enterprises

A bobble head for the one and only crime scene cleaner, Schotty? Yesyesyes! Who totally resembles Bjarne Mädel? Yesyesyes! 5,000 of which were sold out in only 10 days? Yesyesyes! Where the demand was so great that everyone is now hoping for a new edition? Yesyesyes! Who nods like we do when the job is done? You can imagine the answer: Yesyesyes!

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Hamburger Abendblatt

Cherry pit cushion Paul not only helps with stomach aches etc., but also supports youth projects in Hamburg. Because with every sale the proceeds go to the Hamburger Abendblatt initiative called ‘Kinder helfen Kindern’.
Paul can be heated up in the oven and used as a heating cushion. Or frozen in the freezer for cooling.

1. FC Köln

You can make nearly everything taste good with the bamboo dishes of the 1. FC Köln. Lovingly designed using the club’s colours and mascot Hennes, made of real bamboo fibre and without toxins and tested and confirmed by the Intertek.
So then: Loss gonn, ich han Hunger!

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

BVB Merchandising GmbH

In addition to BVB fan items, you can also fish for the hearts of BVB fans here. For the high-quality wooden fishing game is not only a classic game for young and old. It is also lovingly crafted down to the smallest detail: The frame is modelled after the stadium, fan accessories are fished out and everything is completely tested for harmful substances and is deemed safe.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Our products mostly speak for themselves.
But so does the press as well.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Extrovertiert und beliebt Vor allem Maskottchen der Fußballbundesliga sind alles andere als introvertiert. Ihr Hauptauftrag: die Fans von morgen begeistern

MARKENKOMMUNIKATION

„Wie Testimonials – nur ohne Skandale“

INTERVIEW: **Ben Krischke**

Maskottchen bekommen niemals schlechte PR, auch wenn sie übertreiben. ***Jan Basjmeleh***, Chef von Promotion Pets, über deren Werbewirkung, kleine Eurofighter aus Plüsch und Genderdebatten bei Stofftieren

Herr Basjmeleh, für welche Unternehmen ergeben Maskottchen, oder wie Sie es nennen, Sympathieträger, denn überhaupt Sinn – und für welche nicht?
Wir sind der Meinung, dass Sympathieträger für jeden Anbieter von Marken Sinn ergeben. Sie sind ähnlich wie Testimonials Markenbotschafter und sind in der Lage, seriös und nachhaltig positive Markenwerte zu transportieren. Der große Vorteil: Maskottchen haben keine Skandale.

Dürfen sich Maskottchen sogar Dinge erlauben, die sich menschliche Testimonials nicht erlauben sollten? Provozieren, Anecken und so weiter …
Das ist richtig. Es gibt Maskottchen, die sehr ruhig daherkommen, teilweise auch gebildet erscheinen wie das Tetra-Pak-Maskottchen, das die Recyclingkette erklärt. Maskottchen können aber auch sehr extrovertiert sein und mal über die Stränge schlagen.

Haben Sie ein konkretes Beispiel?
So funktionieren beispielsweise die Maskottchen der Fußballbundesliga, die sich an den Fan von morgen richten und teilweise sogar zu Auswärtsspielen mitfahren. Sie spielen in der gesamten visuellen Kommunikation eine wichtige Rolle, vom Einlauf der Teams bis zum Bedanken bei den Fans hinterher. Gerade beim Torjubel treten sie sehr emotional auf, zum Beispiel durch auffällige Gesten und Bewegungen wie Siegerposen, Tanzen oder Klatschen.

Bundesliga ist ein gutes Stichwort. Sie haben vor der Saison den Dino des Hamburger SV relauncht. Können Sie anhand dieses Auftrags erklären, was Promotion Pets genau macht?
Der HSV hat einen Walking-Act, der im Stadion herumläuft. Das Marketing war der Meinung, dass das Plüschtier, das man im Laden kaufen kann, keinen kompletten Wiedererkennungswert hat. Wir haben dafür gesorgt, dass es eine Stringenz innerhalb der Darstellung gibt, sodass es sich nicht nur um irgendein Maskottchen handelt, sondern um ein einzigartiges.

Mit was für einer Art von Team realisieren Sie das?
Wir haben beispielsweise eine eigene Illustrationsabteilung im Haus. Insgesamt lässt sich wohl sagen: Wir arbeiten mit Leuten zusammen, die im Storytelling und in der Konzeption stark sind. Unsere Aufgabenbereiche sind dabei ganz verschieden: Beim HSV haben wir ein bestehendes Maskottchen in seiner Visualität überprüft. Wir haben aber auch für andere Bundesligaclubs gearbeitet. Für Hannover 96 haben wir beispielsweise die komplette Maskottchenentwicklung inklusive Charaktererstellung und Darstellung von Markenwerten übernommen. Ob Einzelleistung oder Gesamtpaket: Unser Kunde muss bei uns nicht durch den ganzen Zug laufen, sondern kann sich einfach auf seinen Platz setzen und mitfahren. →

Fotos: Image/Oliver Ruhnke; Douglas Antonio; Unternehmen

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Bleiben wir beim Beispiel Hannover 96. Wie lief hier die Zusammenarbeit?
Der Verein kam mit der Aufgabenstellung auf uns zu, ein Maskottchen für seinen Kids-Club zu entwickeln. Wir haben uns diverse Charaktere überlegt, die eine Verbindung zur Stadt Hannover haben. Dabei herausgekommen ist Eddi, ein Hannoverscher Schweißhund. Die Hunderasse gibt es übrigens wirklich.

Auch mal über die Stränge schlagen Der „kleine Hunger" imitierte für Müller-Milch verschiedene Politiker, darunter Angela Merkel

Wieso heißt der Hund Eddi? Wie funktioniert die Namensgebung bei Maskottchen überhaupt?
Das ist eigentlich wie bei der Geburt eines Kindes. Oft bekommt es seinen endgültigen Namen ja erst, wenn es auf der Welt ist. Bei der Namensfindung von Maskottchen binden die Unternehmen gern Konsumenten ein. In Hannover wurde auf Basis der Zeichnung eine Umfrage gemacht, bei der Kinder einen Namen vorschlagen konnten. Und jetzt heißt der Hund eben Eddi. Gerade bei Sportvereinen haben die Namen häufig auch einen historischen Bezug. Die Biene Emma von Borussia Dortmund wurde nach Lothar „Emma" Emmerich benannt, der Dino Hermann vom HSV nach Hermann Rieger.

Woran lässt sich dann erkennen, dass ein Maskottchen gut funktioniert?
So eine Messbarkeit ist auf vielen Ebenen möglich. In den sozialen Medien beispielsweise bekommen wir direktes Feedback von den Konsumenten. Da merken wir schnell, wie ein Maskottchen ankommt. Das liegt wohl daran, dass Maskottchen verschiedenste emotionale Reaktionen auslösen. Darüber hinaus merkt man auch anhand der Verkäufe, ob ein Maskottchen gut ankommt.

Gibt es so etwa wie eine Mutter aller Maskottchen? Also ein Paradebeispiel von „gut gemacht"? Oder sind die Sympathieträger ebenso dem Zeitgeist unterworfen wie Mode, Musik und Kunst?
Ein Paradebeispiel, oder wie Sie sagen, eine „Mutter aller Maskottchen", gibt es nicht. Aber es gibt schon welche, die einfach sehr gut funktionieren, weil sie sehr gut gemacht sind. Grundsätzlich ist es ja so, dass Maskottchen schon immer eine große Strahlkraft haben. Ich glaube, dass jeder von uns Figuren aus seiner Kindheit kennt, die heute noch Emotionen oder Erinnerungen hervorrufen, zum Beispiel in Verbindung mit Gerüchen, Geschmack, Geräuschen, Umgebung. Bei mir ist es der Frosties-Tiger von Kellogg's, das Michelin-Männchen oder der Bärenmarke-Teddy, die mich in meiner Kindheit begleitet haben.

„Maskottchen funktionieren auch im Krisenmanagement oder in der Vermittlung unangenehmer Nachrichten"

Wann hat es Sinn, Maskottchen männlich, weiblich oder geschlechtsneutral zu machen?
Das kommt auf die Themen an. Die Konzeption muss zunächst einmal auf die Markenwerte und Kommunikationsziele abgestellt werden. Man kann auch damit spielen und bewusst Spannungsfelder schaffen: Sagen wir mal, ganz platt, man macht ein weibliches Maskottchen und steckt es in einen Blaumann. Das ist auch eine Botschaft. Zur WM 2006 wiederum gab es das Maskottchen Goleo, das keine Hose anhatte. Dadurch, dass es offenbar kein Geschlecht hatte, gab es diverse Diskussionen. Der englische Fußballclub FC Chelsea wiederum hat sogar zwei Maskottchen, Stamford und Bridget *(eine Anspielung auf das Stadion an der Stamford Bridge; Anm. d. Red.)*, also ein männliches und ein weibliches. Insgesamt sollte das Geschlecht aber nicht überbewertet werden.

(Un)angenehme Nachrichten Für die Kölner Verkehrsbetriebe hat Promotion Pets dieses versöhnliche Kerlchen entwickelt, das unter anderem über Baustellen informiert

Entwickelt so eine Figur in ihrer Entstehung eigentlich eine Art von Eigendynamik, wodurch sich am Ende beispielsweise das Geschlecht von selber herausstellt?
Auf jeden Fall. Was aber definitiv immer funktioniert, ist, Maskottchen einfach geschlechtsneutral zu halten. Ich habe aktuell einen Entwurf für einen Tourismusverband in Österreich auf dem Tisch liegen: ein Erdmännchen, das mal wandert, mal Ski fährt. Ein offensichtliches Geschlecht hat es nicht, es ist einfach eine coole Socke und richtig süß.

Beschäftigen Sie eigentlich Genderdebatten irgendwie in Ihrer Arbeit? Anders formuliert: Wenn, nur als Beispiel, Vorwerk ein Maskottchen für seinen Thermomix möchte, und zwar eines, das eine Schürze trägt und eine Pfanne in der Hand hat: Hätten Sie da irgendwelche Bedenken?
Ein schönes Beispiel, das Sie gewählt haben. Vor allem, weil wir hier als Promotion Pets auch einfach sagen könnten:

Ja, wir machen ein Maskottchen mit Schürze und Pfanne, machen es aber männlich, weil wir damit einen Farbtupfer setzen. Von einem weiblichen Maskottchen würde ich in der Konstellation aber wohl tatsächlich abraten, weil es zu klischeebeladen ist. Mit Genderdebatten hat das weniger zu tun, sondern damit, dass es einfach nicht originell wäre.

Wie alt sind Maskottchen eigentlich?
Das lässt sich pauschal nicht sagen. Klar ist: Das Alter spielt eine riesige Rolle in der Charakterdarstellung und damit auch in der Glaubwürdigkeit von Aussagen. Einem jungen, kindlichen Charakter lassen sich keine weisen Aussagen in den Mund legen. Der wäre dann eher flippig und würde so ein bisschen für Erneuerung stehen. Man kann aber auch wunderbar mit dem Generationenthema arbeiten, also einen jungen und einen alten Charakter machen, womit man Alt und Jung dann auch anspricht.

Selbst gezeichnete Gesichter Eines der Kissen, die Promotion Pets für die Drogeriekette Budnikowsky entwickelt hat

Aber die Zielgruppe sind schon Kinder, oder?
Absolut. In der Beratung ist der häufigste Einwand: „Aber Kinder kaufen doch unsere Produkte nicht." Da muss man aber differenzieren. Zum einen geht es darum, früh eine Verbindung zum Konsumenten von morgen herzustellen. Zum anderen ist nachgewiesen, dass Kinder Kaufentscheidungen maßgeblich mit beeinflussen. Ein Erfolgsmerkmal für Maskottchen ist aber auch, dass sich Erwachsene nicht genervt abwenden – nach dem Motto: „Nicht schon wieder so ein Kinderkram", sondern dass sie lächeln und sich darüber freuen. Beide, Jung und Alt.

Gibt es auch Maskottchen, bei denen Sie sagen würden: Nein, die haben überhaupt nicht funktioniert?
Also von uns nicht *(lacht)*.

Gute Antwort. Was können Maskottchen denn noch leisten, außer „nur" für eine Marke oder ein Produkt zu werben?
Maskottchen funktionieren auch im Krisenmanagement oder bei der Vermittlung komplizierter Themen oder unangenehmer Nachrichten. Baustellen beispielsweise. Die Deutsche Bahn hat ein Maulwurf-Maskottchen, das über Baustellen informiert. Hier sollen durch ein sympathisches, anfassbares Maskottchen Stress und Unannehmlichkeiten aufgefangen und Informationen beschwichtigend vermittelt werden. Für die Kölner Verkehrsbetriebe haben wir etwas Ähnliches entwickelt.

Sie sagten bereits, dass Maskottchen eigentlich immer gehen. Aber gibt es dennoch Firmen, bei denen Maskottchen aufgrund des unternehmerischen Backgrounds nicht funktionieren können? Sagen wir mal, der Rüstungskonzern Krauss-Maffei Wegmann will ein Panzer-Maskottchen namens „Panzi", oder ein Atomkraftwerk will einen „Atomi"?
Ich glaube, da gibt es tatsächlich keine Grenzen, vorausgesetzt natürlich, dass alles im Einklang mit Recht und Gesetz steht und mit den Markenwerten konform geht. Wir haben für EADS beispielsweise einen Eurofighter aus Plüsch gemacht. Der Konzern hat auch einen eigenen Shop, indem unter anderem Flieger-Teddys verkauft werden. Warum auch nicht?

Ahoi, Matrose Dieser Hai diente als Maskottchen für BMW Yachtsport und war zwischen 2010 und 2012 weltweit im Einsatz

Wie teuer ist ein Maskottchen für eine Firma?
Kommt tatsächlich darauf an, was der Kunde alles möchte oder was nicht. Sagen wir mal, von einem niedrigen fünfstelligen Bereich bis oben offen.

„Was der Kunde möchte" passt ganz gut zu meiner letzten Frage: Was war denn der verrückteste Auftrag, den Sie bisher übernommen haben?
Das war für so eine – ähm – „Erlebnislokalität". Die wollten Sexspielzeug aus Plüsch haben. Aber ganz bestimmt nur als Deko *(lacht)*.

marketing@wuv.de

Rundum-sorglos-Agentur

Bei der Firma Promotion Pets in Hamburg werden Maskottchen gezeichnet und haptisch produziert, aber auch im Bereich Storytelling konzipiert und in digitaler Form animiert. Zu den Kunden gehören zahlreiche Vereine der 1. und 2. Bundesliga, darunter der FC Bayern München, der Hamburger SV und Borussia Dortmund, außerdem Unternehmen wie Westermann, Haspa, Hipp, Allianz und BMW sowie Prominente wie der Bauchredner Sascha Grammel und der Comedian Mario Barth.

Promotion Pets ist aus Gulf Hanseatic hervorgegangen, einem 1983 in Hamburg gegründeten Handelsunternehmen für Freizeitequipment und Spielwaren, sowie Teil eines indonesischen Textilunternehmens in fünfter Generation. Laut Gründer und Geschäftsführer Jan Basjmeleh geht der Trend bei Promotion Pets immer stärker hin zu einer Rundum-sorglos-Agentur, die das komplette Portfolio abdeckt – von den ersten Entwürfen eines Maskottchens bis zum produzierten Sympathieträger aus Plüsch oder Stoff.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Ein Mann, viele Maskottchen: Jan P. Basjmeleh inmitten seiner Kreationen. In Hamburg ist besonders Dino Hermann bekannt

Die plüschige Seite der Bundesliga

Kaum ein Fußballklub ohne Maskottchen: Bei dem Millionengeschäft setzen viele Vereine auf „Promotion Pets" aus Hamburg

Sie sind die Identifikationsfiguren ihrer Klubs, die Gute-Laune-Beauftragten und oftmals Publikumslieblinge: Die tierischen Maskottchen der Fußball-Bundesligisten. Ob Dino „Hermann" beim HSV oder auch Biene „Emma" bei Borussia Dortmund. Im besten Fall sind die plüschigen Figuren dann auch noch heiß begehrt beim jüngeren Publikum, so hoffen es jedenfalls die Marketingstrategen der Klubs. Die Zielgruppe ist dabei breit gefächert: Beim Hamburger SV etwa können die zahlungswilligen Anhänger Dino „Hermann" sogar als plüschigen Babybeißring kaufen. Einer, der sich um solch ausgefallene Wünsche der Profiklubs kümmert, ist der Hamburger Jan Basjmeleh.

VON JAKOB KOCH

Mit seiner Firma Promotion Pets mit Sitz im Stadtteil Uhlenhorst mischt der 40-Jährige im großen Geschäft der Fanartikel mit: 24 der 36 Profiklubs der ersten und zweiten Bundesliga haben bereits die Dienste des Hamburgers in Anspruch genommen, die von der künstlerischen Konzeption bis zur Produktion reichen. Zwei Million Euro Umsatz erwirtschaftet das Unternehmen bei etwa einer halben Million produzierter Plüschtiere jährlich. Dabei ist speziell der Heimatmarkt Hamburg ein schwieriges Pflaster: Die tierischen Begleiter des insolventen HSV Handball, Gorilla „Michel" oder auch Hornisse „Horni", sind längst Geschichte. Dasselbe gilt für Löwe „Stanley" von den vom Spielbetrieb abgemeldeten Hamburg Freezers. Eine bewegende Maskottchenhistorie hat auch der FC St. Pauli: Der Kiezklub, heute ohne plüschigen Begleiter, versuchte es in den 60er- und 70er-Jahren mit Ziegenbock „Jockeli" oder Pony „Paulchen" – beide hatten aber keine dauerhafte Heimat am Millerntor. Ein besonders hartes Schicksal widerfuhr „Wumbo" im Jahr 1990 bei seiner Vorstellung: Bei der 0:2-Niederlage gegen Kaiserslautern musste der Bär eine Bierdusche über sich ergehen lassen. Für ihn war es der erste und einzige Auftritt am Millerntor.

„Zu St. Pauli passt einfach kein Maskottchen", sagt sogar Experte Jan Basjmeleh. Und selbst Scherze mit dem Thema kommen überhaupt nicht gut an, wie St. Pauli-Geschäftsführer Andreas Rettig im vergangenen Jahr feststellen musste. Pünktlich zum 1. April präsentierte er ein angeblich neues Maskottchen des Vereins: „Zecki", die Zecke. Ein offensichtlicher Spaß, der dennoch zu massivem Protest der Anhänger führte.

Mit seiner Firma Promotion Pets hat sich Basjmeleh lieber auf den Erzrivalen der Kiezkicker konzentriert: Für den HSV hat Basjmelehs Firma Dino „Hermann" überarbeitet, Gleiches gilt für Biene „Emma" vom BVB. Besonders stolz ist er über den „Glücksfall" Hannover 96: „Wir haben dort das Maskottchen ‚Eddi', ein Hannoverscher Schweißhund, komplett neu erschaffen – vom Konzept bis hin zum Produktionsauftrag", sagt der geschäftsführende Gesellschafter. Zuvor habe sich sein Unternehmen im Wettbewerb mit zwei anderen Firmen durchgesetzt. Mehr möchte er über die Details des Auftrags nicht preisgeben, nur so viel: Man habe aus den Markenwerten des Vereins heraus ein authentisches Maskottchen erschaffen und damit überzeugt.

„Promotion Pets" sei der führende deutsche Anbieter für individuelle Markenmaskottchen und in diesem Segment die Nummer eins im Sportmerchandising, heißt es in der Selbstbeschreibung.

Verantwortlich für den Erfolg ist ein achtköpfiges Team, von dem die Tiere erdacht und entworfen werden: „Hier erstellen wir die Zeichnungen neuer Figuren, die dann unser Designer in Indonesien bekommt. Dort wird dann ein Muster erstellt, das wiederum mit dem Kunden abgestimmt wird. Das fertige Muster ist dann die Vorlage für die Produktion", erklärt der 40-Jährige, dessen Eltern bereits Anfang der 80er-Jahre ein Handelsunternehmen für Spielzeug in Hamburg gründeten. Das Angebot seiner Firma reicht vom kleinen Plüschtier bis hin zu Maskottchenkostümen, den sogenannten Walking-Acts. Der Wettbewerbsdruck der Branche sei zwar enorm, Basjmeleh betont dennoch den Anspruch seiner Firma: „Wir können zwar nicht Preisführer sein, dafür wollen wir Qualitätsführer sein."

Diesem Anspruch versucht Basjmeleh, der sein Unternehmen vor zehn Jahren gegründet hat, auch mit der Produktion im Billiglohnland Indonesien gerecht zu werden. „Westliche Standards dergestalt, dass über ergonomische Stühle gesprochen wird, gibt es zwar noch nicht. Aber bei Produktionsbedingungen geht es ja auch um Details, wie etwa Recht auf Versammlungen, Meinungsfreiheit oder die Absicherung im Krankheitsfall. Bei uns gibt es das alles", betont Basjmeleh. Sein Unternehmen halte sich an die Vereinbarungen mit den Gewerkschaften, was nicht immer üblich sei in diesen Ländern. „Zudem arbeiten wir ständig daran, die Arbeitsbedingungen weiter zu verbessern."

Er belege mit seinen Aufträgen eine externe Produktionsstätte mit 600 Mitarbeitern, so Basjmeleh. „Mit unseren Partnern vor Ort können wir unseren Standard bei Produktqualität und Produktion erreichen." Sein Unternehmen sei Mitglied in der Organisation Business Social Compliance Initiative (BSCI), die sich für die zur Verbesserung von Arbeitnehmerrechten einsetzt.

… find out more on our website
promotion-pets.com

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Our passion for finding the right product for your tasks is as great as the possibilities.
That is why we can of course only give you a brief glimpse into a whole world of what is feasible.
We will gladly also design a totally bespoke product just for you.
Be it an entire new design, a further development or something simply adapted to you – our team of consultants, concept developers, designers, purchasers and logistics experts is ready to help.
And together with you, we will find the perfect item that optimally suits your briefing and target audience.

We look forward to your order.

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Contact

Your contact person:

Jan Basjmeleh
Managing Partner
Phone: +49-40-429 49 67-101
E-Mail: jb@promotion-pets.com

Jessica von Karger
Key Account Manager
Phone: +49-40-429 49 67-214
E-Mail: jvk@promotion-pets.com

Carlos Flores
Project Manager
Phone: +49-40-429 49 67-123
E-Mail: cf@promotion-pets.com

Rebecca Best
Senior Key Account Manager
Phone: +49-40-429 49 67-124
E-Mail: rb@promotion-pets.com

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020

Disclaimer

Hello quality, hello Promotion Pets!

All parts of this presentation including words and images are the property of Promotion Pets GmbH. They may not be reproduced in whole or in excerpts or otherwise used without permission.
Any sharing with third parties is also not permitted.

Promotion Pets GmbH
Winterhuder Weg 80
22085 Hamburg
Germany

www.promotion-pets.com

© Promotion Pets GmbH, Hamburg 2020