

FIRMENJUBILÄUM 40 Jahre Gollnest & Kiesel

Wie viele erfolgreiche Unternehmen fing auch Gollnest & Kiesel klein an. Die beiden Gründer Gerhard Gollnest und Fritz-Rüdiger Kiesel begannen 1981 gemeinsam, Spielzeug zu verkaufen. Im Laufe der Jahre ist aus dem kleinen Zwei-Mann-Betrieb in Hamburg Norddeutschlands größter Spielwarenhersteller geworden. Heute sitzt das Unternehmen im schleswig-holsteinischen Güster und beschäftigt weltweit über 450 Mitarbeiter. Mit einem lieferfähigen Sortiment von 2000 Artikeln und fünf eigenen Fabriken ist es zudem einer der großen Holzspielwarenproduzenten. Bis zu 150 Produktentwicklungen erblicken jedes Jahr das Licht der Welt. 20 Mio. Spielzeuge werden jährlich in über 80 Länder ausgeliefert. Das vielfältige Programm aus qualitativ hochwertigem Holzspielzeug setzt sich aus den Marken goki, Heimes, Holztiger und Peggy Diggleday zusammen, wobei mit goki der Löwenanteil des Umsatzes erwirtschaftet wird.

Zahlreiche Auszeichnungen wie „Das Goldene Schaukelpferd“, der „ToyAward“ 2020 oder der „German Brand Award“ für erfolgreiche Markenführung zeigen, dass Gollnest & Kiesel die Wünsche seiner Kunden erfüllt. Anlässlich seines runden Firmenjubiläums bietet Gollnest & Kiesel dem Handel ein Geburtstagsdisplay an, bestückt mit den erfolgreichen Geburtstagszügen, Kerzen und weiteren Mitnahmeartikeln.

Über die Grenzen hinaus

Der Nachhaltigkeit fühlt sich das Unternehmen im Besonderen verpflichtet. Schon 2004 pflanzte es zum ersten Mal Bäume. Unter dem Motto „Jedem Neugeborenen in Schleswig-Holstein einen Baum“ war es das Anliegen von goki, das waldärmste Bundesland etwas grüner zu machen. Mittlerweile sind es über 400.000 Bäume geworden. Aber auch bei der Produktion spielt Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle. So sind die europäischen Werke entweder mit Photovoltaik-Anlagen ausgestattet oder beziehen Ökostrom. Europaweit kann das Unternehmen bereits auf eine klimaneutrale Energiebilanz verweisen.

Darüber hinaus engagiert sich Gollnest & Kiesel für den Bau von Schulen in der Dritten Welt. In Zusammenarbeit mit den Kinderhilfswerken „terre des hommes“ und „Kinder in Afrika“ sind so bisher zehn Schulen entstanden. Aktuell baut Gollnest & Kiesel gemeinsam mit Arise e.V. in Ghana seine elfte Schule.

Zum 40-jährigen Firmenjubiläum steht für den Handel ein attraktives Geburtstagsdisplay zur Verfügung.



MTS ÜBERNIMMT CROSSBOCCIA

Das im oberbayerischen Wolfratshausen ansässige Familienunternehmen MTS Sportartikel hat nach über zehn Jahren Vertriebspartnerschaft die Markenrechte von Crossboccia übernommen. „Die seit 2009 bereits im MTS-Portfolio befindliche, in Wuppertal gegründete Trendsportmarke ‚Crossboccia‘ hat im letzten MTS-Jahrzehnt wichtige Impulse gesetzt und wir sind sehr stolz, die neuen Besitzer zu sein. Nun liegt es an uns, die Marke weiterzuentwickeln und voranzutreiben“, so Firmeninhaber Jean-Marc von Keller.

ZWEI GERMAN BRAND AWARDS FÜR SUPER RTL/TOGGO

Zum sechsten Mal haben der Rat für Formgebung und das German Brand Institute Marken mit dem German Brand Award ausgezeichnet. Super RTL wurde in zwei Kategorien ausgezeichnet. Der Toggo-Markenrelaunch konnte die Jury in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy and Creation: Brand Strategy“ überzeugen. Im Sinne einer ganzheitlichen Customer Journey wurden die beiden Kinderunterhaltungsmarken Toggo und Toggolino optisch und inhaltlich näher zusammengeführt, wobei Toggo die Dachmarke und somit Absender des gesamten Markenuniversums ist. Für die Idee und Umsetzung des Toggo Erlebnis-park-Rangers erhielt Super RTL den Markenpreis in „Gold“ in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy and Creation: Internal Branding & Brand Academies“.

TY MIT CHARITY-KAMPAGNE

Ty ist für seine Charity-Aktionen bekannt – meist verbunden mit dem Verkauf eines seiner Beanie Boos. Im Zentrum der diesjährigen Kampagne steht der Verein „Next for Autism“. Eine limitierte Edition des Beanie Babys „Max the dog“ wird weltweit auf den Markt gebracht (in Europa ab September). 100 % des Verkaufs gehen als Spende an die Organisation, die autistische Menschen fördert und unterstützt. „Die Partnerschaft mit Ty Warner wird unser Engagement unterstützen, benötigte Ressourcen aufbauen, die Inklusion, Chancen und Wahlmöglichkeiten fördern und wirklich grundlegende Veränderungen für autistische Menschen bewirken“ freut sich Gillian Leek, CEO von „Next for Autism“.