

## PRESSE-INFORMATION

Mainz, 14. April 2026

### **Bartenbach Werbemittel stellt sich neu auf** **25 Jahre Erfahrung als Fundament für den Werbemittel** **Fullservice der Zukunft**

Bartenbach Werbemittel hat sich umfassend neu aufgestellt und richtet sein Geschäft konsequent auf Fullservice im Werbemittel-Management aus. Im Jahr seines 25-jährigen Firmenjubiläums setzt das Unternehmen damit ein bewusstes Zeichen: Die Verbindung aus gewachsener Erfahrung und konsequenter Zukunftsorientierung bildet die Grundlage für den nächsten Entwicklungsschritt. In einem sich deutlich wandelnden Marktumfeld und vor dem Hintergrund einer angespannten konjunkturellen Lage setzt das Unternehmen damit ein klares Zeichen für Zukunftsfähigkeit und Relevanz.

Eine zentrale Rolle spielt dabei Jörg Grünewald, der seit drei Jahren Teil der Geschäftsführung ist und das Fullservice-Geschäft in seiner heutigen modernen Form maßgeblich aufgebaut hat. Er wurde von den Gründern Anne und Tobias Bartenbach gezielt ins Unternehmen geholt, um den Bereich strategisch weiterzuentwickeln. Mit dem Einstieg von Christopher Evers als weiterem Geschäftsführer (Vertrieb) zum 1. November 2025 wurde dieser Kurs weiter geschärft und die Transformation konsequent vorangetrieben.

Die Werbemittel-Branche befindet sich seit längerem im Wandel: Das klassische Streckengeschäft verliert zunehmend an Bedeutung, es etablieren sich digitale Plattformbetreiber als zusätzliche Marktteilnehmer. Sie ermöglichen zwar eine schnelle Beschaffung von Standardartikeln, bleiben jedoch in den Bereichen Beratung, Kreativität und individuelle Lösungen stark limitiert. Aktuell nehmen die Anforderungen auf Kundenseite spürbar zu: Gefragt sind integrierte Lösungen, individuelle Kreativleistungen und ganzheitliche Markeninszenierungen. Die Erwartungen an Effizienz, Geschwindigkeit und Internationalisierung steigen ebenso wie die Anforderungen an Prozessoptimierung, konsequente Markenkonformität und

fundierte Consulting-Leistungen. Zudem stagniert das Volumen des Gesamtmarktes seit der Corona-Pandemie.

Bartenbach Werbemittel begegnet dieser Entwicklung mit einer klaren strategischen Entscheidung: Wachstum. Fullservice wird zum zentralen Leistungsversprechen. Ziel ist ein vollumfängliches Werbemittel-Management – von der strategischen Beratung einer Werbemittel-Strategie zum passenden Sortiment über Kreation und Produktentwicklung bis hin zu Beschaffung, weltweiter Logistik und digitalen Lösungen.

„Wir haben unser Geschäft in den vergangenen Monaten konsequent neu gedacht und neu aufgestellt. Fullservice bedeutet für uns nicht nur ein erweitertes Leistungsangebot, sondern vor allem mehr Verantwortung für einen messbaren Erfolg unserer Kunden“, sagt Christopher Evers.

Im Zuge der Neuausrichtung wurde die Organisation von Grund auf weiterentwickelt und deutlich geschärft. Bestehende Strukturen wurden hinterfragt, neue Bereiche aufgebaut und gezielt in Personal und Kompetenzen investiert.

Zentrale Funktionen wie Einkauf, Customer Care sowie Key Account Management und Vertrieb wurden klar strukturiert und gezielt gestärkt. Das Grafikteam wurde unter neuer Leitung ausgebaut und enger mit Beratung und Umsetzung verzahnt. Auch Import- und Beschaffungsprozesse hat das Unternehmen weiter professionalisiert, um Qualität und Effizienz entlang der gesamten Lieferkette sicherzustellen. Als nach ISO 9001 und ISO 14001 zertifiziertes Unternehmen sind die Anforderungen an Qualitäts- und Umweltmanagement dabei fest in allen Prozessen und in der Unternehmensstrategie verankert.

Ein besonderer Fokus liegt auf dem Ausbau von Produktmanagement und -entwicklung, unter anderem mit Blick auf innovative Merchandise-Ansätze und eigenständige Lösungen für Kunden.

Neu geschaffen wurde zudem der Bereich E-Commerce, der eine zentrale Rolle im Fullservice-Ansatz einnimmt. Die Bartenbach Gruppe hat hierfür eine mandantenfähige E-Commerce-Plattform für B2C und B2B entwickelt, die ein

weltweit markenkonformes Werbemittel-Management sicherstellt. Von der kreativen Idee über die passende Sortimentserstellung für interne Kommunikation (Employer Branding) sowie externe Partner, Kunden und Stakeholder bis hin zu Business-Konzepten für Merchandising sowie Finanzierungs- und Inkassomodellen ist ein skalierbares Serviceangebot entstanden.

Das datengetriebene Outsourcing-System schafft Synergien, sichert zertifizierte Prozesse und reduziert Opportunitätskosten. In Kombination mit der haptischen Expertise eines Produkt-, Sortiments- und Werbemittel-Großhändlers sowie der Anbindung an eine rund 70-köpfige Kreativagentur entsteht so für Bartenbach ein Alleinstellungsmerkmal. „Die Anforderungen unserer Kunden haben sich stark verändert – und wir haben darauf die passende Antwort entwickelt. Mit unserer neuen Aufstellung können wir deutlich tiefer in die Wertschöpfung einsteigen und echten Mehrwert liefern“, so Jörg Grünewald.

Die Neuausrichtung von Bartenbach Werbemittel ist damit mehr als eine strukturelle Anpassung – sie ist ein grundlegender Schritt hin zu einem integrierten, zukunftsfähigen Geschäftsmodell. Mit einem klaren Fokus auf Fullservice, gestärkten Teams und erweiterten Kompetenzen sieht sich das Unternehmen bestens aufgestellt, um auch in einem herausfordernden Marktumfeld deutlich und gegen den Trend zu wachsen. So steht das 25-jährige Jubiläum von Bartenbach Werbemittel im Jahr 2026 nicht nur für eine erfolgreiche Unternehmensgeschichte, sondern zugleich für den klaren Anspruch, die Zukunft des Werbemittel-Geschäfts aktiv mitzugestalten.

4.804 Zeichen (ohne LZ und BU)

