



Das gutgelaunte Maxim-Standteam auf der PSI 2014 (v.l.): Michael Uwarow, Renata Kaczor, Arkadiusz Ratajczak, Kamila Czeszak, Stephan Horlebein, Magdalena Gallina, Zbigniew Kaczor, Franco Piovesan, Magdalena Samulska.

PORCELIN BY MAXIM

EDLE WERBEKERAMIK AUS POLEN

Das Unternehmen Maxim ist Hersteller und Importeur von Werbekeramik und einer der ersten Lieferanten des polnischen Werbeartikelmarkts, der sich entschieden hat, seine Produkte nur über den Werbeartikelfachhandel zu vertreiben. Wir haben Maxim für Sie am Firmensitz in Wolkowo besucht.

Angefangen hatte die Erfolgsgeschichte von Maxim im Jahre 1998 mit der mutigen Entscheidung des Gründers und Inhabers Zbigniew Kaczor, im polnischen Örtchen Wolkowo die Produktion von Keramik für den Werbemittelmarkt zu starten. Man begann zunächst mit einem kleinen

Brennofen und einer manuellen Druckmaschine, Rohware zu veredeln. Handwerkliches Verständnis und unternehmerisches Geschick trugen dazu bei, dass sich Maxim ebenso kontinuierlich wie zielstrebig weiterentwickelte. 2001 ging der noch junge Betrieb mit seiner ersten Website online

und heimste beim polnischen Brauereiuunternehmen Tyskie den ersten Großauftrag mit 100 000 personalisierten Krügen ein.

WERBEARTIKELBRANCHE IM FOKUS

Weitere Erfolge ließen nicht lange auf sich warten und so wuchs Maxim mit klugen Investitionen in gesundem Tempo. Stück um Stück vergrößerte man den Maschinenpark und mit beständiger, vom Kundenkreis mehr und mehr geschätzter Qualitätsarbeit auch das Auftragsvolumen. 2002 entschied sich Maxim für eine Mitgliedschaft im PSI Netzwerk und erweiterte so seinen unternehmerischen Radius in die europäische Werbeartikelbranche hinein. Idee und Prinzipien des PSI sowie die daraus resultierenden Geschäftskontakte überzeugten Zbigniew Kaczor und sein Team, so dass sie sich letztlich dazu entschlossen, sich ganz auf den Werbeartikelmarkt zu konzentrieren und die eigenen Produkte ausschließlich über dessen professionelle Wiederverkäufer zu vertreiben.

AUSGEZEICHNETE ARBEIT

Qualitätsarbeit und Zuverlässigkeit zahl-



Im neuen Firmengebäude steht auch der nagelneue Tunnelofen, der auf dem neuesten Stand der Technik arbeitet. Im Bild der schicke Bürotrakt.



ten sich aus und wurden von Kunden und der Branche honoriert. Regelmäßig wurden Maxim und seine Produkte mit Auszeichnungen des Marktes bedacht. Dies jedoch war und ist dem rührigen Unternehmensteam stets Ansporn, sich weiter zu verbessern und so arbeitet Maxim an der ständigen Optimierung seiner Produktion, seiner Produkte und seiner Services im Hinblick auf den Kundenkreis, wobei man ausgesprochenen Wert auf eine loyale wie langfristig angelegte Partnerschaft mit den Auftraggebern legt.

QUALITÄT UND DESIGN

„Was unsere Produkte betrifft, sind für uns eine hohe – vom Fresenius Institut geprüfte – Qualität und innovatives Design die wichtigsten Kriterien. Eine bestimmte Anzahl von Produkten ist das Resultat einer Zusammenarbeit mit renommierten Designern“, erklärt Zbigniew Kaczor und führt



Das neue Hochregallager bietet Platz für über 3,7 Millionen Tassen und Becher.

aus: „In unserem Produktprogramm unter der Eigenmarke ‚PorceLine by Maxim‘ verfügen wir über 30 eigene Designs von Bechern und Tassen, die uns in ganz Europa vorbehalten und geschützt sind. PorceLine haben wir zudem in vier Produktgruppen untergliedert, welche es dem Kunden ermöglichen, auf einfache Weise seine bevorzugten Modelle zu finden. Dank eines modernen Maschinenparks garantieren wir ein günstiges Preisniveau und zugleich eine hohe Druckqualität.“

PRODUKTIVITÄT ERHÖHT

Um den eigenen hohen Ansprüchen adäquat gerecht zu werden, zog Maxim im Herbst 2013 in ein neues Firmengebäude um. Dort bietet ein neues Hochregallager Platz für über 3,7 Millionen Tassen und Becher. Dort auch wurde ein weiterer Tunnelofen nach dem neuesten Stand der Technik in Betrieb genommen, der die Produk-



Ein kompetentes Team arbeitet im neuen Firmengebäude unter optimalen Produktionsbedingungen.



Maxim war auf der PSI 2014 mit einem schicken Stand vertreten.



tivität um rund 50 Prozent erhöht und die Durchlaufzeiten nochmals erheblich verkürzt. Die tägliche Produktionskapazität liegt derzeit bei ca. 15.000 Stück und kann bei Bedarf nach oben angepasst werden.

72-STUNDEN DRUCKSERVICE

„Die Leistungssteigerung unseres Maschinenparks, der erst jüngst durch eine neue und technologisch hochmoderne Direktdruckmaschine für bis zu sechs Farben ergänzt wurde, erhöht zusätzlich die Wertschöpfung unseres Geschäfts. Ab sofort bieten wir einen 72-Stunden Druckservice an. Das bedeutet, wir können nach Auftragsfreigabe innerhalb drei Tagen ausgewählte Modelle fertigen“, so Arkadiusz Rajczak, Marketing Direktor bei Maxim. Bei der Personalisierung der Produkte stehen sechs Veredelungstechniken zur Verfügung, die auch über die Firmenwebsite per Video ausführlich erklärt werden. Damit aber

nicht genug, denn Maxim stellt auch die Kartonagen und Umverpackungen für seine Ware am Standort Wolkowo selbst her und kann so auch individuelle Verpackungen realisieren, inklusive Bedruckung.

DER KUNDE IM ZENTRUM

Neu ist auch der 2014 eingeführte „SMARTclub“: „Für das Team von Maxim zählt nicht allein der Umsatz, vielmehr ist uns an einer steten und dauerhaften Partnerschaft mit unseren Wiederverkäufern gelegen. Umso mehr bedanken wir uns hierfür mit interessanten Händlerrabatten. Die Basis hierfür sind die Aufträge der Kunden. Zu den Vorzügen des SMARTclub zählen unter anderem gemeinsame Marketingaktivitäten, Schulungen, eine priorisierte Auftragsbearbeitung bis hin zu unseren Fast Track-Produktionen innerhalb 72 Stunden“, erläutert Stephan Horlebein, Geschäftsführer der 2012 gegründeten Ma-

xim-Tochter Maxim Ceramics GmbH, die für den Vertrieb der Maxim-Produkte in der Region D-A-CH zuständig ist. So arbeiten die Experten von Maxim stetig an neuen und modernen Informationsmodulen, die ihren Kunden die Kommunikation mit dem Endkunden aus Industrie und Handel erleichtern. „Zum Beispiel stellen wir neben unserer eigenen Website für unsere Kunden einen virtuellen Katalog, personalisierte Webseiten inklusive Kalkulator sowie neutrale Verkaufsunterlagen zur Verfügung“, so Horlebein. Maxim wird seiner Philosophie auch in Zukunft treu bleiben und den Kunden weiterhin im Zentrum seiner Aktivitäten halten. In dieser Hinsicht darf man auf die weitere Entwicklung des Leistungsspektrums der polnischen Werbekeramiker gespannt sein. <



Das Inhaber-Ehepaar Renata und Zbigniew Kaczor vor einem Bild, das ihnen die Mitarbeiter zur Eröffnung des neuen Firmengebäudes schenken.

MAXIM CHRONOLOGIE

- 1998 Start mit einem kleinen Brennofen und einer manuellen Druckmaschine.
- 2001 Erste Website geht online. 100000 Krüge werden für Tyskie personalisiert.
- 2002 Inbetriebnahme des ersten Tunnelofens zum Brennen von 3000 Einheiten pro Tag. Erstmals Ankauf von Ware in China. Vertrag mit Tchibo zur Produktion des bis dahin größten Tassenauftrags. Mitgliedschaft beim PSI.
- 2003 Erste Maschine für 1c-Direktdruck.
- 2004 Mitglied beim Programm „Solid in Business“.
- 2005 Modifikation des ursprünglichen Firmenlogos.
- 2006 Entscheidung, eigene Produkte nur über den Werbeartikelhandel zu verkaufen. Erste Ausgabe des Newsletters „Maxletter“.
- 2007 Einführung eines modernen Kalkulationsprogramms auf der Firmenwebsite. Erste Vertretung in Skandinavien. Betrieb des ersten Tunnelofens zum Brennen von 10000 Einheiten pro Tag.
- 2008 Auszeichnung „The Golden Crown of Advertising“ in der Kategorie „Hersteller für Werbeartikel“ bei den RemaDays Warschau. Übernahme des Wettbewerbers „Multigrafika Blue Ceramics“.
- 2009 Erneute Auszeichnung „The Golden Crown of Advertising“ in der Kategorie „Hersteller für Werbeartikel“ bei den RemaDays Warschau. Einführung zweier neuer Dekorationstechniken (Art Print und Magic Mug).
- 2010 Baubeginn des neuen Hauptsitzes (Lager, Produktion, Büros). Dritte Auszeichnung „The Golden Crown of Advertising“ in der Kategorie „Hersteller für Werbeartikel“ bei den RemaDays Warschau.
- 2011 Mitarbeiterstand auf rund 90 Personen angewachsen.
- 2012 Auszeichnung „The Golden Crown of Advertising“ in der Kategorie „Hersteller für Werbeartikel“ bei den RemaDays Warschau. Gründung der Tochtergesellschaft Maxim Ceramics GmbH (verantwortlich für die Geschäfte in D-A-CH).
- 2013 Weitere Auszeichnungen beim jährlichen „Gifts of the Year“: Das Produkt „Handy Supreme“ gewinnt den ersten Preis in der Kategorie „markenstärkendes Produkt“ bei den Rema Days in Warschau; in der Kategorie „Impulse Gifts“ bei den RemaDays in Nürnberg gewinnt der Artikel „Fusion“ den zweiten Preis als „Werbeartikel des Jahres“. Zum sechsten Mal in Folge Auszeichnung „The Golden Crown of Advertising“. Erneute Senkung der Mindestmenge pro Auftrag von 36 auf 24 Stück, bezogen auf das Maxim-Standardsortiment. Umsiedlung von Produktion und Administration in das neue Firmengebäude. Eröffnung des neuen, 5000 qm großen Hochregallagers. Inbetriebnahme eines weiteren modernen Tunnelofens. Einführung der Eigenmarke „Porceline by Maxim“.
- 2014 Erfolgreiche Teilnahme an der PSI 2014, u.a. bei PSI FIRST.
- 2014 Auszeichnung mit „The Golden Crown of Advertising“ (zum siebten Mal).

Kontakt:
MAXIM Ceramics GmbH
 Tel. +49 6061 979 8780
 info@maxim.com.de
 www.maxim.com.de