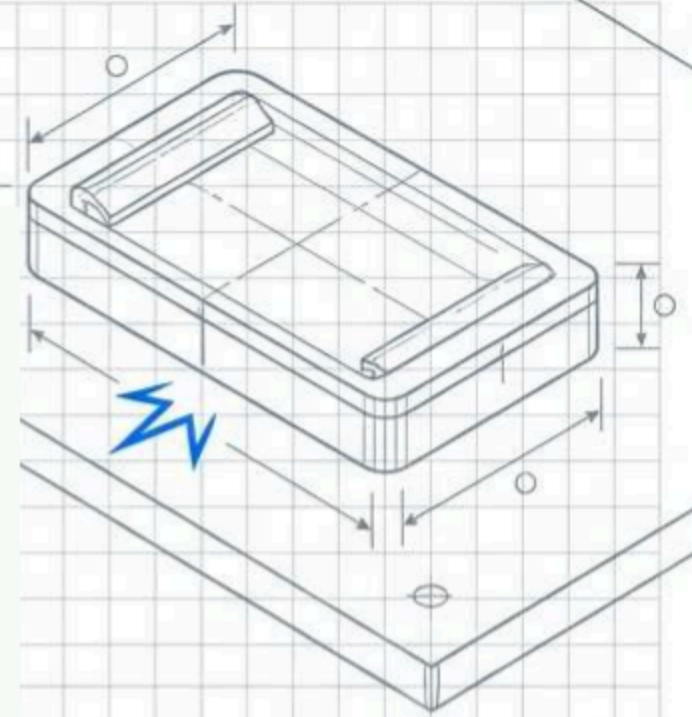


INDIVIDUELLE MAGNETE: EINKAUFS- UND BESCHAFFUNGSLEITFADE N

Strategischer Rahmen für Materialwahl,
Druckdaten und Angebotsanfragen bei ZIGPAC.



Entscheidungspfad für die Beschaffung



SCHRITT 1: EINSATZ FESTLEGEN

**Fahrzeug oder
Kühlschrank/Einzelhandel
bestimmen.**



SCHRITT 2: MATERIAL UND OBERFLÄCHE WÄHLEN

**Markenwirkung mit
sechs Materialien
abstimmen.**

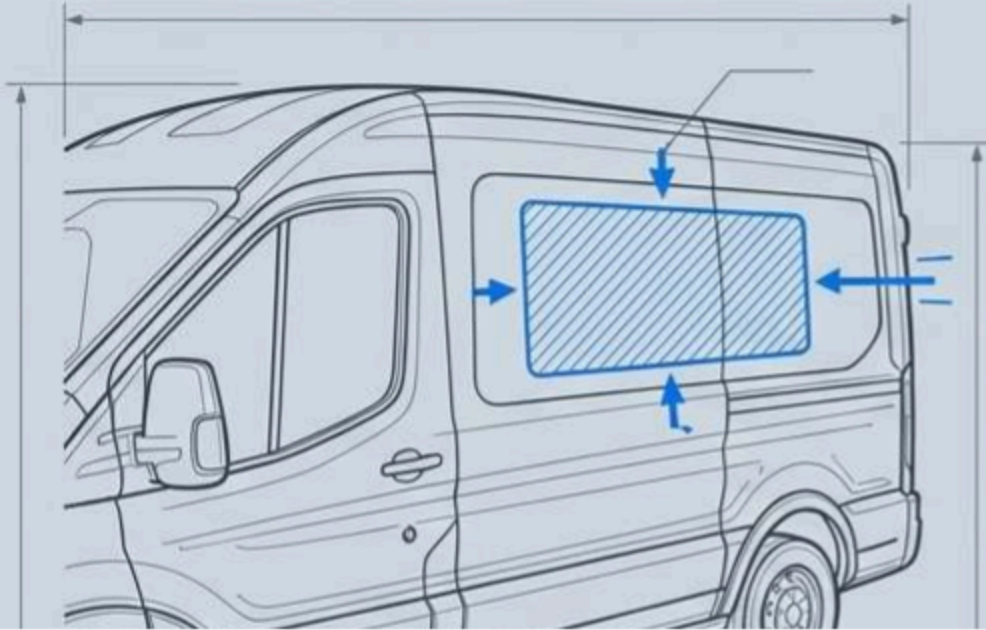


**SCHRITT 3: DATEN
UND RISIKEN
PRÜFEN Motiv,
Größe und
Verpackung an
physische Grenzen
anpassen.**

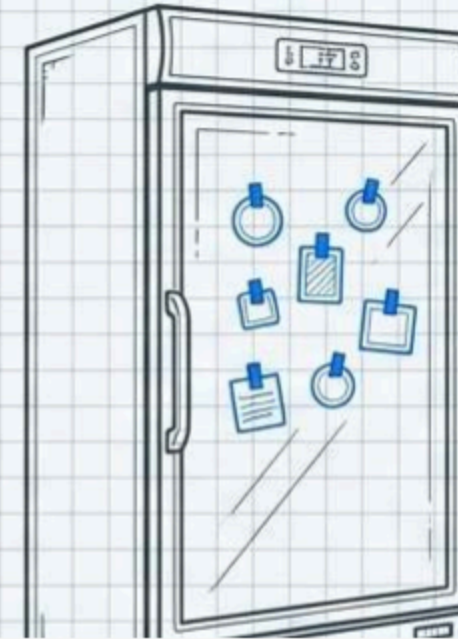


**SCHRITT 4:
ANGEBOT
VORBEREITEN
Projektdaten für
ZIGPAC
vervollständigen.**

SCHRITT 1: HAUPTANWENDUNG FESTLEGEN



FAHRZEUGWERBUNG Mobile Marke und zeitweise Aktionen. Wichtig: Außenhaltbarkeit, Wetter, Ablösbarkeit, Oberfläche und Magnetkraft.



HANDEL, GESCHENKE UND AKTIONEN Souvenirs, Beilagen und Events. Wichtig: Oberfläche, Haptik, Markenbezug und Motivdetails.

SCHRITT 2: MATERIALMATRIX FÜR KÜHLSCHRANKMAGNETE

KLASSISCH

HOLZ — WARM
Natürliche Struktur für
Kulturprodukte und
handwerkliche
Geschenke.

MODERN

EPOXID — GLÄNZEND
Klare Kuppel für Logos
und farbige
Illustrationen.

RÄUMLICH

GUMMI — FLEXIBEL
Flexible Schichten für
Maskottchen, Figuren
und Symbole.

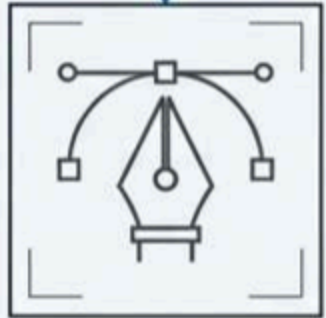
METALL — PREMIUM
Wertige Wirkung für
Gedenkstücke und
Markengeschenke.

ACRYL — KLAR Helle
Darstellung für Fotos
und modernen Handel.

HARZ — MODELLIERT
Starre 3D-Form für
Wahrzeichen und
Themengeschenke.

SCHRITT 3: MOTIV UND GRÖSSE ABSTIMMEN

MOTIVPROFIL



VEKTORLOGOS
Ideal für präzises
Formen in Gummi
oder Harz.



VOLLFARBILD
Braucht eine ebene
Fläche: Acryl oder
Epoxid.

GRÖSSEN- UND FORMSTRATEGIE

SONDERKONTUR Zu
feine, komplexe oder
zerbrechliche Spitzen
vermeiden.

MAGNETFLÄCHE
Genügend Fläche für
schweres Harz oder
Metall vorsehen.

SCHRITT 3: PRODUKTIONS- UND UMWELTRISIKEN

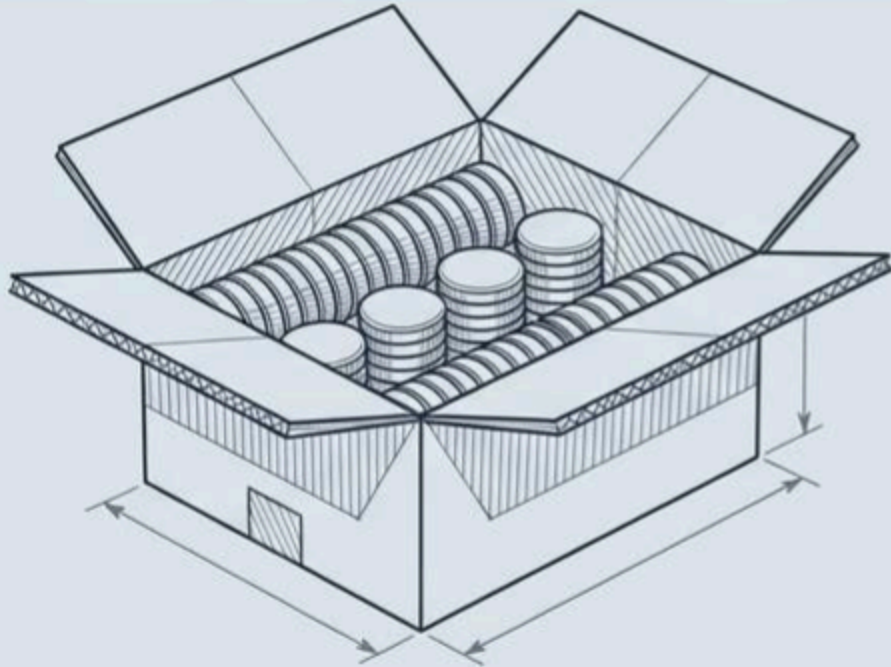
AUSSEN / FAHRZEUG — Risiko durch Wetter, Verblassen oder Ablösen. Fahrzeugmagnet und höhere Magnetkraft angeben.

SCHWERES MATERIAL — Rutschrisiko. Rückseite und Größen-Gewichts-Verhältnis bei Angebot und Muster prüfen.

KOMPLEXE 3D-FORMEN — Detailverlust möglich. Maskottchen, Figuren und Logos vereinfachen.

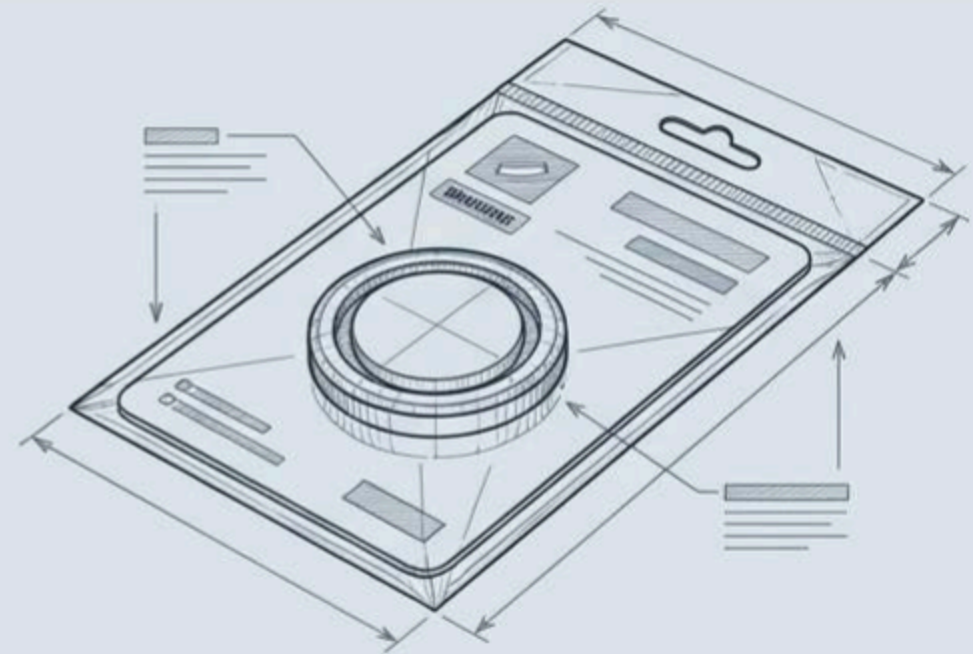
SCHRITT 3: MENGE UND VERPACKUNG

GROßPACKUNG



WERBEAKTIONEN Kostengünstig und abfallarm für Events, Direktmailing und E-Commerce-Beilagen.

VERKAUFSVERPACKUNG



SOUVENIRS UND GESCHENKE Wertig und geschützt; Karte, Einzelbeutel oder Karton erhöhen Gewicht und Volumen.

UMFANG: MOQ und Lieferzeit hängen von Material und Verpackungskomplexität ab.

SCHRITT 4: CHECKLISTE FÜR DAS ANGEBOT

Vor Kontakt mit ZIGPAC bestätigen:

EINSATZ — Fahrzeug außen oder Kühlschrank innen?

MATERIAL — Holz, Metall, Epoxid, Acryl, Gummi oder Harz?

MOTIV — Einfach und räumlich oder flach in Vollfarbe?

GRÖSSE UND FORM — Geschätzte Maße und Kontur?

VERPACKUNG — Lose oder verkaufsfertig?

PROJEKT — Menge und fester Termin?

BEREIT FÜR DAS ANGEBOT