

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/13314/1576450/promotion-world-2010-fachmesse-fuer-werbeartikel-und-incentives-bietet-ausstellern-parallel-zur> abgerufen werden.

Deutsche Messe AG Hannover

PROMOTION WORLD 2010: Fachmesse für Werbeartikel und Incentives bietet Ausstellern parallel zur HANNOVER MESSE einzigartige Plattform

11.03.2010 - 16:21 Uhr, Deutsche Messe AG Hannover

Hannover (ots) -

Vorbereitungen laufen auf Hochtouren: neue Produkte, schärferes Profil, mehr Fachvorträge

- Vier Fachbesuchertage garantieren qualitativ hochwertige Geschäftskontakte
- Aussteller setzen auf bewährte Klassiker und trendige Neuheiten Innovative Produkte, originelle Ideen: Die PROMOTION WORLD 2010 vom 19. bis 23. April in Hannover zeigt die neuesten Trends bei Werbemitteln. Der Besucher erfährt, welcher Artikel der richtige für welchen Kunden und zu welchem Anlass oder für welche Marketing-Maßnahme ist. Die Aussteller zeigen, wie verkaufsfördernde Maßnahmen, Kampagnen und die Markenführung zielgerichtet durch Werbeartikel unterstützt werden können. Die PROMOTION WORLD, die internationale Fachmesse für Werbeartikel und Incentives, wird erneut parallel zur HANNOVER MESSE ausgerichtet. Die direkte Nachbarschaft zur weltgrößten Industrieschau verschafft den Ausstellern ideale Möglichkeiten, neue Kunden zu akquirieren. Erstmals vier Fachbesuchertage garantieren eine hohe Qualität der Geschäftskontakte und bieten ein erweitertes Forumsprogramm.

Hohe Konzentration:

Die Welt der haptischen Werbung zeigt sich in Halle 18 Vom hochwertigen Designerprodukt bis zum Streuartikel: In Halle 18 präsentieren die Aussteller ihre Produkte von A wie Audio und Autozubehör über Büroartikel, Computerzubehör, Electronics, Foto/Optik, Körperpflege, Lederwaren, Outdoor-, Sport- und Freizeitartikel, Schreibgeräte sowie Tischkultur bis hin zu Schmuck, Uhren und Wellnessartikeln. Darunter finden sich jede Menge Neuheiten, die der Kundenbindung und geplanten Marketingkampagnen neue Impulse geben können.

Mit neun internationalen Leitmessen und mehr als 1°000 Informationsveranstaltungen, Kongressen und Vorträgen bietet die HANNOVER MESSE, die im vergangenen Jahr rund 210 000 Besucher verzeichnete, ein ideales Umfeld für die Aussteller der PROMOTION WORLD.

Neu: mehr Fachbesuchertage, erweitertes Forumsprogramm

Die PROMOTION WORLD hat in diesem Jahr ihr Profil geschärft. An vier von fünf Messetagen haben ausnahmslos Fachbesucher Zutritt. Arno Reich, Projektleiter PROMOTION WORLD: "Mit den Ausstellern haben wir das Konzept des Fachbesuchertages ausgebaut, um die Veranstaltung noch attraktiver zu gestalten. Die PROMOTION WORLD wird vom Messedienstag bis zum Messefreitag dem Fachpublikum vorbehalten sein." Die Aussteller haben Gelegenheit, ihre Produkte dem Fachpublikum zu präsentieren. Im vergangenen Jahr hatte es erstmals zwei Fachbesuchertage gegeben, die bei den Ausstellern auf eine sehr positive Resonanz gestoßen sind.

Auch das Forumsprogramm wird erweitert. Vorträge zu den Themen Werbepsychologie, Markeneinführung und haptische Werbung sollen noch mehr Marketingverantwortlichen die Möglichkeit bieten, sich zu informieren. "Wir möchten den Besuchern mit unserem neuen Forum ‚PROMOTION IN MOTION‘ einen Mehrwert bieten. An den Fachbesuchertagen wird das Forum unterschiedliche Herausforderungen im Marketing aufgreifen, darunter Best-Practice-Kampagnen und neue Handlungsstrategien. Der Werbeartikel wird dabei als wichtiger haptischer Teil des Mix berücksichtigt", sagt Arno Reich.

Der ideale Werbeartikel: hohe Aufmerksamkeit, enormer Nutzwert Unter dem Leitmotto "Move your Business" setzen die Aussteller auf Klassiker und Neuheiten. Mit Anti-Rutsch-Pads kommt das Unternehmen Lellinger zur PROMOTION WORLD. Die Anti-Rutsch-Pads erreichen einen Aufmerksamkeitswert, verbunden mit hohem Nutzwert: Sie vermeiden Gefahrensituationen durch umherrutschende Gegenstände im Auto, Boot, Wohnmobil. "Das Anti-Rutsch-Pad haftet auf allen glatten Oberflächen, ist abwaschbar und wiederverwendbar - und ist kein Magnet! Es ist geeignet für Handy, Brille, Münzen, Zigaretten, Parktickets. Die Pads werden durch Logo-Druck personalisiert", sagt Inhaber Detlef Lellinger.

Firmenbär oder samtweiches Porzellan: Logo wird aufgedruckt Den neuen Firmenbär stellt die Firma Margarete Steiff auf der PROMOTION WORLD vor. Der hochwertige Teddybär ist mit unterschiedlichen Accessoires lieferbar, zum Beispiel mit T-Shirt, Halstuch oder Schärpe, die mit dem Firmenlogo bedruckt werden. Außer diesem Produkt können sich die Kunden auch ein individuelles Tier als Firmenmaskottchen kreieren lassen.

Fahnen aus Niedersachsen für die ganze Welt zeigt das Unternehmen HanseFlag. Flaggen mit Aufdruck für Firmen, Länder und unterschiedlichste Anlässe im Einzeldruck oder in hoher Auflage - darauf ist die HanseFlag spezialisiert. "Wir sind Aussteller vom ersten Jahr an in Hannover. Für uns ist diese Fachmesse im Norden von enormer Bedeutung", sagt Geschäftsführer Marco Dreyer. "Die Besucher wollen sich inspirieren lassen, brauchen aber auch ihre Standardprodukte."

Die Firma Kahla zeigt so genanntes Touch-Porzellan mit samtweicher Oberfläche. "Auf den Tassen und Bechern kann das Firmenlogo als Druckbild aufgebracht werden, die Motive lassen sich aber auch mit Lasertechnologie eingravieren", erklärt Katja Endler, Projektmanagerin Marketing. Das Unternehmen aus Thüringen stellt seit vielen Jahren auf der PROMOTION WORLD aus. "Wir erreichen dort viele interessante Kunden", betont Endler.

Auf der Eco-Line: Kulis aus Cellulose

Die Firma Ritter-Pen aus Brensbach hat in diesem Jahr ihre Eco-Line weiter ausgebaut und präsentiert neue Kugelschreiber-Modelle aus nachwachsenden Rohstoffen. "Der Bedarf an nachhaltigen Werbemitteln wächst zunehmend. Immer mehr Unternehmen suchen gezielt nach sinnvollen Werbemitteln, um ihr positives Umweltimage zu kommunizieren - von der Agrartechnik über erneuerbare Energien bis hin zum Maschinenbau und der Automobil-Industrie", sagt Beate Kärgel von Ritter-Pen. Die Schreibgeräte-Modelle Bio-Pen und Bio-Star sind aus Bio-Kunststoff auf Cellulose-Basis hergestellt. Die Besucher können sich am Messestand von Haptik und Qualität der Minen überzeugen - ein Schreibpult lädt zum Testen ein!

Werbeartikel mit Aha-Effekt: Pocketsprays und prämierte Tassen

Als Neuheit zeigt das Unternehmen Mahlwerck Porzellan seinen Coffee-2-go-Porzellanbecher - ausgezeichnet mit dem Promotional Gift Award 2009. Zudem gibt es weitere Verbesserungen wie einen perfekten Deckel in besonderer Haptik. Dazu gesellt sich die Thermoversion dieses Werbeartikels - doppelwandig für perfekte Isolation. Eine weitere Neuheit ist die "Inside Handle" - ausgezeichnet mit dem Promotional Gift Award 2010. Die Tasse hat einen innenliegenden Henkel. "Die PROMOTION WORLD 2010 hat für unser Haus eine große Bedeutung. Sie ist eine Plattform, auf die wir nicht verzichten können, da wir die Entscheider, Einkäufer und Marketingabteilungen der Aussteller der HANNOVER MESSE über unser Werbeporzellan informieren und es ihnen präsentieren können", erläutert Marketingleiterin Ursula Will.

ars design aus Köln zeigt den Besuchern ein Einwegtuch zur Hand- oder Bildschirmreinigung. Mit dem Firmenaufdruck versehen, erweist es sich als Werbegeschenk, das in jede Jackentasche passt. ars design stellt auch seine Hauptproduktpalette aus dem kosmetischen Bereich vor: Pocketsprays mit Düften sowie Mund- und Sonnensprays für die Handtasche. Geschäftsführerin Kerstin Schmitt freut sich besonders über das neue Konzept der PROMOTION WORLD: "Positiv auf der PROMOTION WORLD sind für uns die vier Fachbesuchertage. Da können wir eine gute Beratung anbieten, unsere Produkte präsentieren und eventuell auch gleich ein Projekt besprechen."

Ansprechpartnerin für die Redaktion:

Brigitte Mahnken-Brandhorst
Tel.: +49 511 89-31024
E-Mail: brigitte.mahnken@messe.de

Originaltext: Deutsche Messe AG Hannover
Pressemappe: <http://www.presseportal.de/pm/13314/deutsche-messe-ag-hannover>
Pressemappe als RSS: http://presseportal.de/rss/pm_13314.rss2