

20.04.2006 – 12:44 Uhr

## **PROMOTION WORLD 2006 (24. bis 28. April) / Fachmesse für Werbeartikel und Incentives präsentiert neue Wege der Kundenbindung**

*Hannover (ots) -*

- Werbeartikel bilden feste Größe im Kommunikations-Mix
- Vorträge, Händlerlounge und Happy Hour: Attraktives Programm lädt Marketingspezialisten der Industrie zu einem Besuch in Halle 10 ein

Hannover hat eine neue Messe: Die PROMOTION WORLD 2006 - Internationale Fachmesse für Werbeartikel und Incentives - öffnet erstmals vom 24. bis 28. April 2006 ihre Pforten. Parallel zur HANNOVER MESSE präsentieren insgesamt 144 Aussteller auf 3 670 Quadratmetern in Halle 10 Anregungen und Ideen zur kreativen Kundenbindung und -pflege.

Im Fokus der PROMOTION WORLD steht der Werbeartikel - als wesentlicher Bestandteil des Marketing-Mixes. Durch seine unmittelbare und nachhaltige Werbewirkung übernimmt der Werbeartikel eine bedeutende Funktion im Gesamtkommunikationskonzept jedes Unternehmens. In Zeiten knapper Marketing-Budgets kommt es besonders auf eine hohe Effektivität des Werbemediums an - und hier ist der Werbeartikel nachweislich kaum zu schlagen.

Werbeartikel ist führendes Werbeinstrument

Branchenstudien ergaben, dass der Werbeartikel das mit Abstand am häufigsten eingesetzte Werbeinstrument ist. Entsprechend positiv sieht die Umsatzentwicklung in der Branche aus: Trotz deutlich sinkender Werbebudgets konnte die Werbeartikelwirtschaft seit Mitte der 90er Jahre ihre Umsätze nahezu konstant halten. Zu dieser positiven Branchensituation trägt auch ein weiterer Faktor bei: Gerade in kleinen und mittelständischen Unternehmen stellen Werbeartikel häufig die wichtigste, wenn nicht sogar die einzige Werbemaßnahme dar.

Tonangebend in der Werbeartikelbranche ist der Business-to-Business-Bereich, aber auch in der Business-to-Consumer-Kommunikation wird der Werbeartikel zunehmend eingesetzt. "Renner" unter den Werbeartikeln sind Schreib- und Büroartikel sowie Textilien. Große Chancen messen Branchenkenner vor allem individuell zugeschnittenen Produkten von hochwertiger Qualität und hohem Nutzwert zu.

PROMOTION WORLD - Die Werbeartikelbranche von ihrer besten Seite. Von einfach bis hochwertig, von bewährt bis außergewöhnlich - die PROMOTION WORLD 2006 bietet die gesamte Bandbreite der Werbeartikel. Ziel der Messe ist es, den Werbeartikel verstärkt in das Bewusstsein der Marketing-Entscheider zu bringen und gleichzeitig Möglichkeiten des erfolgreichen Einsatzes aufzuzeigen. Unter den Ausstellern der Auftaktveranstaltung befinden sich zahlreiche hochwertige Markenartikelhersteller wie z. B. Bree, Rosenthal, Pelikan, Villeroy & Boch, Faber Castell, WMF, Victorinox oder Lamy. Ebenso attraktive Namen finden sich unter den ausstellenden Importeuren und Lieferanten: Prodir, Koziol, Nici, Rastal, Terminic und Zwiesel sind nur einige Beispiele aus einer umfangreichen Ausstellerliste.

Ergänzt wird das Ausstellungsprogramm durch ein praxisorientiertes Vortrags- und Seminarprogramm. Experten aus den Bereichen Marketing und Verkaufsförderung zeigen anhand innovativer Praxisbeispiele die nachhaltige Wirkung des Werbeartikels im Marketing-Mix auf.

Zahlreiche weitere Best-Practise-Beispiele bietet die erstmals im

Rahmen der PROMOTION WORLD vorgenommene öffentliche Preisverleihung des internationalen "Promotional Gift Award". Der Preis würdigt Produkte, die durch ihre Funktion und ihr Design besonders gut geeignet sind, wirtschaftliche Sachverhalte, Werbebotschaften und Marketinginhalte zielgruppengerecht zu vermitteln. In Hannover werden am Messedienstag, 25. April, ab 17.30 Uhr insgesamt 30 Unternehmen ausgezeichnet, viele davon sind Aussteller der PROMOTION WORLD 2006.

Die Händlerlounge bietet fünf Tage lang die Möglichkeit, in entspannter Atmosphäre Kontakte zwischen Marketing- und Werbeexperten der Industrie und dem Werbemittelhandel zu knüpfen. Insgesamt neun Werbemittelhändler und Händlerverbände informieren über innovative Vermarktungsideen und arbeiten mit den Industriekunden maßgeschneiderte Konzepte für jedes Unternehmen aus.

HANNOVER MESSE und PROMOTION WORLD - zwei, die sich hervorragend ergänzen

Die Deutsche Messe AG als Veranstalterin der PROMOTION WORLD sowie die ideellen Trägerverbände, der Arbeitskreis Werbemittel (AKW), Merzig, und der Bundesverband der Werbemittellieferanten (BWL), Köln, sehen in der Parallelität von HANNOVER MESSE und PROMOTION WORLD zahlreiche Vorteile: "Rund 30 000 Besucher der HANNOVER MESSE kommen aus den Bereichen Marketing, Werbung und Verkaufsförderung. Für diese Besucher, ebenso wie für die 5 175 Aussteller der HANNOVER MESSE, bietet die PROMOTION WORLD einen echten Zusatznutzen", so Sepp D. Heckmann, als Vorsitzender des Vorstandes der Deutschen Messe AG verantwortlich für beide Veranstaltungen.

Die PROMOTION WORLD wird von der Deutschen Messe AG zwar als eigenständige Veranstaltung durchgeführt, sie ist aber logistisch voll in die HANNOVER MESSE eingebunden. Für das weltweit führende Industrieereignis und die Fachmesse für Werbeartikel und Incentives gelten die gleichen Eintrittskarten und die gleichen Services rund um den Messebesuch.

Viel Zeit für erfrischende Gespräche

Nach einem turbulenten Tag auf der HANNOVER MESSE sorgt die PROMOTION WORLD schließlich für den entspannten Ausklang: Von Montag, 24. April, bis Donnerstag, 27. April, jeweils zwischen 17.30 und 19 Uhr sind alle Besucher und Aussteller herzlich zur "Happy Hour" in die Halle 10 eingeladen. Bei einem kostenlosen Getränk, entspannter Musik und interessanten Gesprächen lässt es sich gemütlich durch die Markenwelt der Werbeartikel bummeln, um dann in Ruhe den Heimweg anzutreten.

Pressekontakt:

Inga Waldeck  
Pressereferentin PROMOTION WORLD  
Tel.: +49-(0)5 11 - 89 31026  
Fax: +49-(0)5 11 - 89 39695  
E-Mail: [inga.waldeck@messe.de](mailto:inga.waldeck@messe.de)

Weitere Presstexte und Fotos finden Sie unter:  
[www.promotion-world.de/presseservice](http://www.promotion-world.de/presseservice).

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001485/100507981> abgerufen werden.