

25.04.2008 – 12:49 Uhr

PROMOTION WORLD 2008 (21. bis 25. April) / Messe für Werbeartikel und Incentives glänzt mit neuem Konzept

Hannover (ots) -

- Zufriedene Fachbesucher informieren sich vor Ort
- Aussteller zeigen innovative und kreative Werbeartikel

Kunden werben - aber wie? Jedes zweite Unternehmen setzt Werbemittel in der Unternehmenskommunikation ein und steht vor der Frage, welcher Artikel der richtige für das eigene Unternehmen ist. Antworten darauf lieferte die PROMOTION WORLD 2008. Die internationale Fachmesse für Werbeartikel und Incentives endete heute parallel zur HANNOVER MESSE.

Rund 170 Aussteller präsentierten auf 3 900 Quadratmetern in Halle 18 attraktive Werbemittel zur Kundenpflege und nachhaltigen Kundenbindung. Mit einer veränderten Aufplanung und dem neuen Konzept des Fachbesuchertags am Messesfreitag stieß die Werbeartikelmesse auch in diesem Jahr auf große Resonanz bei Ausstellern und Besuchern. Insgesamt fanden rund 36 000 Besucher den Weg in die Halle 18.

"Das neue Konzept ist äußerst positiv aufgenommen worden", bestätigt Sepp D. Heckmann, Vorsitzender des Vorstands der Deutschen Messe AG. "Bei der PROMOTION WORLD überzeugt nicht nur die große Vielfalt der Produkte, sondern auch die Nähe zur HANNOVER MESSE. Viele Marketingverantwortliche nehmen sich die Zeit, um sich auf der PROMOTION WORLD über neue und kreative Produkte im Werbemittelbereich zu informieren."

Innovative und kreative Produkte

Hochwertige Textilien, Schreibwaren, Süßigkeiten, Porzellanwaren, Kalender, Leder- und Metallwaren, Werkzeuge und Freizeitartikel sowie Schmuck und Uhren - für jeden Geschmack und jeden Anlass war ein passendes Werbemittel dabei. Teure Designerartikel für Premiumkunden gehörten ebenso dazu wie einfache Streuartikel. Die Besucher der PROMOTION WORLD konnten sich über eine bunte Reihe unterschiedlichster kreativer Erzeugnisse informieren, um künftig ihr Unternehmen noch besser nach außen zu vermarkten.

Ein Taschenrechner, der mit einer Wasserzelle betrieben wird, Reisetrolleys aus Karton, wieder aufladbare Batterien mit USB-Schnittstelle, Mini-Ventilatoren, die auf ihrem Propeller einen Text projizieren, oder Uhren, die anstelle eines Zifferblatts eine magnetisierte Kugel besitzen - auf der PROMOTION WORLD 2008 wurden auch in diesem Jahr zahlreiche Neuheiten ausgestellt. Besonders innovative Produkte wurden mit dem Promotional Gift Award 2008 ausgezeichnet: darunter der "Magic Floater", ein durch Magnete schwebender Bilderrahmen, und Äpfel mit eingewachsenen Firmenlogos.

Internationale Aussteller und Besucher

Die Anbieter lobten die guten Möglichkeiten, in unmittelbarer Nachbarschaft zur HANNOVER MESSE mit Entscheidern der Investitionsgüterbranche direkt in Kontakt treten zu können, und so neue Geschäftsbeziehungen zu knüpfen. Eine Tatsache, die inzwischen auch immer mehr ausländische Aussteller zu schätzen wissen. Auf der PROMOTION WORLD 2008 präsentierten sich in diesem Jahr so viele internationale Unternehmen wie noch nie zuvor.

"Wir freuen uns, dass in diesem Jahr erstmals viele internationale Unternehmen auf der PROMOTION WORLD ausstellen," sagt Klaus Rosenberger, Vorsitzender des Arbeitskreises Werbemittel. "Unter den Ausstellern herrscht große Zufriedenheit." Im Vergleich zum Vorjahr

habe sich die Besucherfrequenz bereits am Montag deutlich verbessert
- wie auch das gesamte Ambiente in der Ausstellerhalle durch die
offenere Gestaltung.

"Die Größe und die internationale Bedeutung der PROMOTION WORLD
waren der Grund, weshalb wir zum ersten Mal als Aussteller daran
teilgenommen haben. Wir konnten viele Kontakte zu Neukunden knüpfen
und haben uns sehr wohl gefühlt", sagte Flemming Kjaersgaard,
Verkaufskordinator von Eskesen, einem Werbemittel-Unternehmen aus
dem dänischen Taastrupvej. Ähnlich sieht das Matthias Harder,
Geschäftsführer des Arbeitskreises "Ideen und Marken". "Die PROMOTION
WORLD ist für unsere Branche die einzige Fachmesse internationalen
Formats. Entscheidend sind die Synergie-Effekte durch die HANNOVER
MESSE. Ich bin davon überzeugt, dass dieses Konzept auch in der
Zukunft Erfolg haben wird."

Service- und Ideenpark bietet Beratung

Ausgesprochen gut wurde der Service- und Ideenpark auf der
PROMOTION WORLD angenommen. Hier präsentierten sich 18
Werbeartikelhändler, die den Kunden eine ganzheitliche Beratung vor
Ort anboten. Unterstützung erfuhr der Service- und Ideenpark durch
den BWG (Bundesverband der Werbemittel-Berater und Großhändler), der
mit einem eigenen Gemeinschaftsstand vertreten war.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Ansprechpartnerin für die Redaktion:

Brigitte Mahnken-Brandhorst

Tel.: +49 511 89-31022

E-Mail: brigitte.mahnken@messe.de

Weitere Presstexte und Fotos finden Sie unter:

www.promotion-world.de/presseservice

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001485/100560021> abgerufen werden.