

Werbemittelmesse München, 25. und 26. Januar 2017

Mitmachaktionen und Einblicke hinter die Kulissen

MÜNCHEN - Fast 1.300 (+ 8%) Führungskräfte und Marketingentscheider aus Industrie und Mittelstandsunternehmen nutzten Süddeutschlands größte Werbemittelmesse zur Ideenfindung für 2017.

103 Aussteller präsentierten auf knapp 4.000 qm Innovatives und Bewährtes aus der bunten Welt der Werbemittel. Produzenten, Marken-Hersteller und Importeure überraschten mit den Werbemittelideen und überzeugten die Besucher von den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten haptischer Werbung. Einige Aussteller lockten zudem mit besonderen Aktivitäten auf ihre Messestände und gaben dem begeisterten Publikum Einblick hinter die Kulissen. So konnten Fragen „Wie sieht das Innenleben eines Plüsch-Teddys aus?“ durch geschultes Fachpersonal geklärt werden und interessierte Besucher hatten sogar die Möglichkeit, aktiv an den Messeständen mit anzupacken (Schon mal einen Fußball selbst genäht?).

Emotionale und packende Vorträge rund um die Themen Kommunikation, Marketing und Werbung vermittelten eindrucksvoll die Geheimnisse wirkungsvoller Kommunikation und verblüfften mit interaktiven Experimenten, welche die Besucher zu neuem Denken und Handeln ermutigen sollen.

Infotainment auf höchstem Niveau bot auch der Aktionsstand Picco's 3-D World. Zum ersten Mal auf einer Werbemittelmesse präsentierte ein Team vor Ort die zukunftsweisende 3-D-Drucktechnologie.

Wie schon die Jahre zuvor schaffte die detailorientierte Organisation die von allen



gelobte ungezwungene Atmosphäre und bot somit erneut eine perfekte, stilvolle Bühne für das Werbemedium „Werbeartikel“.

www.werbemittelmesse-muenchen.de

Schülbe Werbeartikelmesse, 31. Januar 2017

Einer für alles

NÜRNBERG - Zum bereits 24. Mal fand die Werbeartikelmesse im Mövenpick-Konferenz-Center im Flughafen Nürnberg statt. 26 Aussteller präsentierten ca. 200 Besuchern ihr umfangreiches Werbeartikel-Sortiment.

Die Familie Schülbe legte viel Wert darauf, thematisch und preislich Aussteller aus jedem Bereich auf der Messe dabei zu haben, um den Besuchern einen größtmöglichen Überblick zu verschaffen. Dabei schätzten die Kunden vor allem die persönliche Beratung durch die Mitarbeiter und Lieferanten-Partner.

Eine Besonderheit stellten die vielen Markenartikel-Aussteller dar. „Mit Reienthel, Faber-Castell, Lamy, Adhoc, Menu, Richartz, Troika, Fare, Led Lenser, Leatherman und Halfar, hatten wir auch dieses Jahr wieder viele starke Marken bei uns zu Gast, die in den Punkten Qualität und Werbewirkung besonders überzeugen“, so Moritz Schülbe.

Mit besonderen Messe-Sonderaktionen hatten die Kunden die Möglichkeit, die neuesten Artikel zu einem besonders günstigen Preis zu erwerben. Dabei werden stets Artikel ausgesucht, die potentiell für möglichst viele Kunden in Frage kommen.

Auch ein Trendthema, wie nachhaltige Mehrweg-Becher, finden sich in den Aktionen wieder.

Ca. 3 Mrd. Einweg-Becher werden jährlich weggeworfen. Um dem entgegen zu wirken, geht der Trend weltweit zu Mehrweg-Bechern für Kaffee, Tee und Co. Unternehmen, wie McDonald's und Starbucks bieten ihren Kunden bereits einen Preisnachlass an, wenn diese ihre eigenen Mehrweg-Becher zum Befüllen mitbringen. Auch in vielen Kantinen in großen Unternehmen werden immer mehr praktische Mehrweg-Becher eingesetzt.

„Unsere Messe-Sonderaktion Thermo2go ist ein doppelwandiger Thermobecher aus BPA-freiem

Kunststoff, geeignet für jedes Getränk und dazu ein echter Hingucker. Unternehmen, die diesen Artikel einsetzen, profitieren somit gleich von zwei Trendthemen - Nachhaltigkeit und Kaffeegenuss für unterwegs“, so Moritz Schülbe.

Weitere Sonderaktionen zu Trendthemen begleiten Schülbe Werbemittel das gesamte Jahr über, wovon natürlich auch die Kunden profitieren.

www.schuelbe.de

