

Werbeartikel auf Roadshow-Tour

Trends und Neuheiten zum Anfassen: Auf der Newsweek als einer der führenden Werbeartikelfachmessen in Deutschland, die ab Ende Mai in acht Städten Station macht, haben Einkaufsverantwortliche und Marketingentscheider die Möglichkeit, sich qualifiziert beraten zu lassen.

Werbeartikel sind allgegenwärtig: ob der Kugelschreiber auf dem Schreibtisch, der Regenschirm im Unwetter oder der USB-Stick am Computer. Der Erfolg dieser dreidimensionalen Werbebotschafter mit Zweitnutzen ist unbestreitbar. Die etablierte Messe zum Thema „gegenständliche Werbung“ heißt Newsweek und zeigt mit rund Hundert Ausstellern, welche Innovationen der Werbemittelmarkt 2016 zu bieten hat.

Auch in diesem Jahr haben damit Marketingentscheider und interessierte Werbefachleute inzwischen bereits zum 14ten Mal die Möglichkeit, mit namhaften Vertretern der Werbeartikelbranche in Kontakt zu treten. Mit der Kompetenz aus Werbeartikellieferanten und Werbeartikelberatern ist es bereits vor Ort möglich, sich grundlegende Anregungen zu verschaffen bzw. neue Kampagnen und passgenaue Werbekonzepte zu entwickeln. Viele Besucher schätzen zudem die Möglichkeit, sich in entspannter Atmosphäre von Best-Practice-Beispielen inspirieren zu lassen. Die Newsweek profitiert dabei von dem gesteigerten Informationsbedarf: Innerhalb der vergangenen



Informationsplattform mit kurzen Wegen: Die Newsweek-Roadshow-Tour macht ab Ende Mai in acht Städten halt.

beiden Jahren stieg die Besucherzahl von 3000 auf 4000. Passend zur Europameisterschaft in Frankreich ist der Fußball das große Thema auf der diesjährigen Road-show-Tour. In interessanten Locations und ansprechendem Ambiente präsentieren die Aussteller dabei ein Spitzenteam aus rund Tausend Werbeartikeln. Nach dem Startschuss in Leipzig (30. Mai) folgen die Tour-Stationen Berlin (31. Mai), Hamburg (1. Juni), Wuppertal (2. Juni), München (6. Juni), Nürnberg (7. Juni), Stuttgart (8. Juni) und Frankfurt (9. Juni). Geöffnet ist die Messe jeweils von 10.00 bis 17.30 Uhr. Veranstalter der großen Roadshow ist der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW). Der Besuch der Newsweek ist kostenfrei, aber nur über einen Werbeartikelberater möglich. Wer bislang keinen Kontakt zu einem Berater hat, die Messe aber dennoch besuchen möchte, kann zu einer der auf der eigens eingerichteten Website aufgeführten Partneragenturen in Kontakt treten und sich so zum Besuch anmelden.

www.newsweek-info.de

Ballograf

Superbrand Austria Gewinner 2015/16

Die Schreibwarenmarke Ballograf wurde mit dem Titel Superbrand Austria 2015-2016 ausgezeichnet. Die Prämierung erfolgte durch die internationale Organisation Superbrands. In 90 Ländern weltweit werden anhand gleichartiger Beurteilungskriterien jene Marken prämiert, die neben höchster Qualität, Verlässlichkeit, Sympathie und Einzigartigkeit Maßstäbe in ihren

Branchen setzen. Das Prädikat Superbrand Austria bestätigt: Ballograf weist in Österreich nicht nur große Bekanntheitswerte und Qualitätsattribute auf. Die Marke punktet auch in Bezug auf Profilierung sowie ganzheitlicher Markenführung und setzt Standards für die gesamte Schreibwarenbranche. Ballograf wurde 1945 vom gebürtigen Österreicher Eugen Spitzer in Göteborg, Schweden, gegründet. In Kooperation mit dem Entwickler und Techniker Friedrich Schächter, der auch für die US Raumfahrtbehörde NASA den Space Pen erfand, wurde der erste Ballograf Kugelschreiber mit Druckmechanik sowie licht- und dokumentenechter Tinte entwickelt. Der Erfolg stellte sich vor allem in Europa rasch ein. Die Marke ist in über 45 Ländern vertreten und eine der international bekanntesten Schreibwarenmarken.

www.ballograf-werbekugelschreiber.de



Thomas Megeth, Geschäftsführer Ballograf Austria, und Jürgen Molner, Country Brand Manager Superbrands Austria (v.l.), bei der Übergabe des Superbrand 2015-2016 Awards