

# **DIE 6 Ideen-Specials**

**Der Kopf ist rund,  
damit das Denken  
die RICHTUNG  
ändern kann.**



# Persönlichkeit ist nicht standardisierbar

Idee  
und  
Praxis



**Checkliste**  
Checkliste für den effizienten Werbemitelesatz

**Für welchen Anlass suchen Sie Werbemittel?**

**Kundenszene**

- Neukundenakquise
- Kundenbindung
- Kunden
- Kundenzufriedenheit
- Neukauf veranlassen

**Events**

- Messe-Branding
- Messe-Plakate
- Infomaterial
- Verkaufsförderung
- Verkaufspersonal
- Verkaufspromotion

**Produktebene**

- Markenpflege
- Neuprodukt-Einführung
- Zuspätkommen

**Zielgruppen der Zielgruppe**

- unsere Branche
- Kundennutzen
- Kundennutzen
- Kundennutzen
- Kundennutzen

**unser Kundeninteresse**

- Dienstleistung
- Erlebnis/Marketing
- Verkaufsförderung
- Kundennutzen

**Die Zielgruppe ist**

- weiblich
- männlich
- beide Geschlechter werden angesprochen

**Durchschnittsalter**

- bis 25
- 26 - 30
- 31 - 40
- über 40

**Prepervorstellung / Zielgruppe in Euro**

- bis 5
- bis 10
- bis 20
- bis 50
- über 50
- über 100
- über 200

**Benötigte Stückzahl**

- 25
- 50
- 100
- 1.000
- 5.000

**Welche Werbemittel sind mit dem Werbebudget übermittelbar?**

**a) Aufmerksamkeit wecken**

- Die Leistungen des Unternehmens hervorheben

**b) Bekanntheit steigern durch**

- neuen Werbemitteln
- Übermittlung einer konkreten Botschaft
- Sympathie wecken

**Welche Produktigenschaften sind für Sie wichtig?**

- Markenname
- hochwertige Materialien
- Preis
- Individualität
- Design
- Funktionalität
- Nachhaltigkeit
- Flexibilität

**Zeitplan**

Erhalten: \_\_\_\_\_

Aktion vom: \_\_\_\_\_ bis: \_\_\_\_\_

Ort der Übergabe: \_\_\_\_\_

**Welche Werbemittel hatten Sie bereits im Einsatz?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Welche Formate haben Sie?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Welche Produkte kommen nicht in Frage?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Welche Werbemittel setzt Ihr Wettbewerb ein?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Kontaktadressen**

Name: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

Telefax: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Erfolgreiche Werbung ist nie beliebig. Doch wo es keinen Standard geben kann, sind individuelle Ideen gefragt, die über dem Standard liegen. Jede Aktion muss genau geplant und auf Unternehmen, Produkt und Zielgruppe abgestimmt sein. Passt die Werbung in Ihre Unternehmensstrategie? Entfacht sie nur ein Strohfeder oder kann sie auch langfristig wirken?

In unserer Kreativ-Werkstatt entwickeln wir Aktionen, die zu Ihnen und Ihrer Zielgruppe passen. Budget- und termingerecht. Immer individuell.

**Vereinbaren Sie am besten noch heute einen Termin.**

**\* mehr Aufmerksamkeit**



# SaarForst: Gut Holz fürs Image

Idee  
und  
Praxis



Natur und Technik, passt das zusammen? SaarForst beweist, dass der Apfel der technischen Verführung nicht weit vom Stamm fällt. Der USB-Stick aus Holz war für SaarForst einfach naheliegend: Er steht für das Grundprodukt des Landesbetriebes und verkörpert den Unternehmensaspekt Nachhaltigkeit. Darüber hinaus ist der Speicherstick als „Naturprodukt“ ein wertvolles Unikat. Die Folge: Bei jedem Einsatz sichert dieser intelligente Holzkopf ein Backup der Unternehmenswerte in den Köpfen der Zielgruppe.

\* mehr Erfolg



# SGGT Hydraulik GmbH: Hellwach gewinnt

Idee  
und  
Praxis



Feuer und Wasser, heißer Kaffee und übermüdete Geister: Willkommen beim Clash of Elements. Seit mehr als 15 Jahren arbeiten die Spezialisten bei der SGGT Hydraulik erfolgreich an der Optimierung von wasserhydraulischen Systemen.

Das Ziel: höchste Effizienz gepaart mit kürzesten Reaktionszeiten.

Was das für die Kunden bedeutet, konnten diese auf der METEC in Düsseldorf unmittelbar erleben. Am SGGT Messestand erprobten sie den weltweit einzigen wasserhydraulischen Flipper. Wer schnell wie ein Düsenventil reagierte, gewann den Kaffeebecher im SGGT Design. Ein perfekter Start in einen hellwachen Morgen.

\* mehr Erfolg



# Die süßeste Versuchung seit es Whiskey gibt

Idee  
und  
Praxis



© 2016 Jack Daniel's, Jack Daniel's and Jack Daniel's Tennessee Whiskey are registered trademarks. All rights reserved.

Jack Daniel's Tennessee Honey. Ein Geschmackserlebnis, bei dem das rauchige Aroma des Old No.7 auf die Süße von echtem Bienenhonig trifft. So werden zwei unterschiedliche Geschmacksrichtungen auf einzigartige Weise vereint.

Das Ergebnis: eine ganz eigene Note. Und die ist vor allem eins: Unvergleichlich. Genau wie der Auftritt dieser Kellner-Geldbörsen zur Einführung des neuen Produktes. Präsenz, die nicht zu übersehen ist: Jede Bestellung, jeder Kassivorgang ist wie ein kleiner „Auftritt“ und erinnert die Gäste an den aromatischen Likör mit Whiskey.



\* mehr Erfolg



# ARBEIT UND MEHR: Perfekter Start in den Tag mit dem richtigen Frühstück

Idee  
und  
Praxis



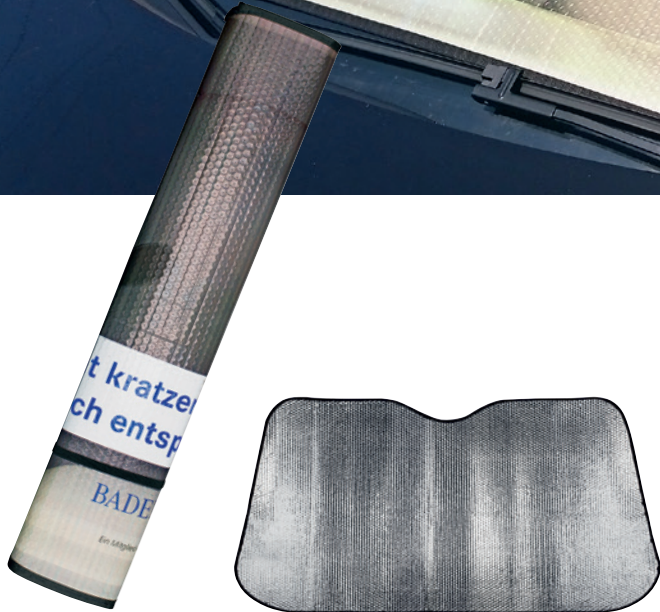
Endlich Montag. Endlich Frühstück. Der Tag beginnt mit einem Lächeln und dem richtigen Frühstück. Wenn Sie ihren Beruf mit Leidenschaft und Engagement ausüben und es verstehen, Ihre Mitarbeiter zu motivieren und zu führen und Serviceorientierung für Sie an erster Stelle steht, dann haben wir etwas gemeinsam. Wir teilen eine Philosophie. Erleben Sie unsere Philosophie. Mit einem hervorragenden Frühstücksservice lassen wir unsere Kunden und Mitarbeiter perfekt in den Tag starten. Ein leckerer Kaffee weckt die Lebensgeister, ein Müsli bringt Kraft schon am frühen Morgen. Ein toller Start in einen neuen Tag mit „ARBEIT UND MEHR“!

\* mehr Erfolg



# Baden-Badener: So stellen Sie selbst die Sonne in den Schatten

Idee  
und  
Praxis



Da strahlen die Sonne, der stolze Besitzer und die Marketing-Strategen der Baden-Badener Versicherung um die Wette: Ein paar Handgriffe und schon sitzt die niedliche Schildkröte hinterm Steuer. Magisch zieht sie die Blicke der Passanten auf sich und die Werbebotschaft, nur die Hitze muss draußen bleiben. Und im Winter? Während andere die Windschutzscheibe freikratzen, trinkt der stolze Besitzer ganz entspannt noch einen Kaffee. Mit Sicherheit. Und der Baden-Badener.

\* mehr Erfolg



# BBS Brandschutz GmbH: Feuer und Flamme für den Brandschutz

Idee  
und  
Praxis



Wer die Herzen der Kunden gewinnen will, braucht zündende Ideen. Der Brandschutzspezialist BBS zündete gleich ein ganzes Feuerwerk. Bei den Brandschutz-Seminaren rauchen die Köpfe? BBS löscht schnell und sicher mit einem eiskalten Energy-Drink. Am Arbeitsplatz glühen die Telefondrähte, wo ist der Kugelschreiber? BBS ist schnell zur Hand! Touchscreen-Stift, Schlüsselanhänger und kleine süße Aufmerksamkeiten lassen den Funken in jeder Lebenslage überspringen.

\* mehr Erfolg



# NDR Media: Liebeserklärung in Serie

Idee  
und  
Praxis



Irrungen, Wirrungen und prickelnde Affären, Intrigen, Niedertracht und heftiges Herzklopfen. Täglich begeistert die Telenovela „Rote Rosen“ ein Millionen-Publikum. Entsprechende Merchandising-Artikel finden die Zuschauer im gut geführten Fachhandel sowie unter [rote-rosen-shop.de](http://rote-rosen-shop.de). Das Rote-Rosen-Schreibset mit Notizbuch und Lamy Kugelschreiber ist wie geschaffen für galante Liebesbriefe; das zweiteilige Lippenpflegeset sorgt für einen zarten Kussmund. Ach, Liebe kann so schön sein – und lässt sich auch noch so gut verkaufen.

\* mehr Erfolg

# Energie SaarLorLux: Frische Energie macht Schule

Idee  
und  
Praxis



Was Hänschen lernt, vergisst Hans nimmermehr: Mit dem Schulstarter-Paket erhielten alle Saarbrücker Erstklässler eine Energie SaarLorLux-Trinkflasche. So frisst das Energieunternehmen tagtäglich bei Eltern und Kindern sein gutes Image auf. „Klein kommt groß raus“ gilt auch für die Einkaufstaschen, die das Unternehmen auf der Saarmesse verteilte: Die praktischen Einkaufsbegleiter können jede Menge einstecken und machen sich anschließend wieder ganz klein. Auf Wiedersehen bis zum nächsten Mal.

\* mehr Erfolg



# Eternity Technologies: Helfen hilft.

Idee  
und  
Praxis



Für eine gesunde Kundenbindung ist guter Service unverzichtbar: Der Batterie-Spezialist Eternity Technologies ist für seine Kunden immer da und bietet ihnen in allen Fällen professionelle Hilfe. Für Notfälle hält er das Erste-Hilfe-Kit bereit. Das nützliche Paket mit elastischen Binden, Tupfern, Tüchern und Pflastern wurde auf Messen und zu Weihnachten verteilt. Sollte es einmal wirklich benötigt werden, kann es schnell nachgefüllt werden und wirkt so auch über den Tag hinaus. Ungemein beruhigend.

\* mehr Erfolg

# TÜV Seminare Saarland: Saugstark!

Idee  
und  
Praxis



Diese Handtücher sind wie der Wissensdurst der TÜV Seminare Saarland Teilnehmer: Sie saugen möglichst viel in kürzester Zeit auf. Das angenehm weiche Vlies aus Millionen Mikrofasern schmeichelt nicht nur der Haut, sondern speichert überdurchschnittlich viel Feuchtigkeit. Umgekehrt trocknet es schnell wieder und lässt sich perfekt auf kleinstem Raum verstauen. Halt wie TÜV Seminare Saarland: Einfach mehr mitnehmen können.

\* mehr Erfolg



# Chiesi: Das Leben wohl dosiert genießen

Idee  
und  
Praxis



Medizin und Markenpflege mit M&M's®. Auch Fachmediziner gönnen sich gerne mal eine orale Extra-dosis Dolce Vita. Für unseren Kunden Chiesi wurden die M&M's®-Schokolinsen in produktspezifischen Farben gestaltet und individuell bedruckt. Verteilt wurden sie auf dem Kongress der Deutschen Gesellschaft für Pneumologie und Beatmungsmedizin.

\* mehr Erfolg

# Saarländischer Rundfunk: Auf einer Wellenlänge mit den Hörern

Idee  
und  
Praxis



SR hört die Hörer! Jetzt bietet der tonangebende Sender des Saarlands zum Frühstück nicht nur gute Musik, sondern das ultimative Frühstücksbrett der guten Laune. Die hochwertigen Give-aways fanden bei Veranstaltungen und Tombolas großen Anklang. Ob beim Sonntags-Brötchen oder dem Schmierer der Schulbrote – SR ist dabei. Bitte einschalten.

\* mehr Erfolg



# hmp Heidenhain: Saubere Technik im grünen Bereich

Idee  
und  
Praxis



Der Hersteller hochwertiger Multilayer Leiterplatten hmp steht für feinste Technik. Auch in der Freizeit. Der Regenschirm wurde speziell für den Golfsport entwickelt und schützt Sie sicher vor jedem Wind und Sauwetter. Saubere Technik steht auch beim Fußball im Vordergrund.

Sollte einmal etwas den hohen Ansprüchen nicht voll und ganz entsprechen, dann heißt es bei hmp nicht einfach Schwamm drüber. Greifen Sie zu dem in der Halbleiter-Industrie erprobten Mikrofaser-tuch, das jeden Schmutz effizient entfernt.

\* mehr Erfolg



# Stadtreinigung Hamburg: Wer Müll trennt, der spart

Idee  
und  
Praxis



Mülltrennung erspart der Umwelt nicht nur jede Menge Dreck, auch Hamburgs Haushalte sparen Geld. Zur Einführung der Wertstofftonne stellte der Hamburger Senat ein neues Gebührenmodell vor, das die Mülltrennung belohnt. Praktisch ausgedrückt: Je mehr die Bürger trennen, desto mehr Bares wandert in ihre Sparschwein-Tonnen. Die beliebten Spardosen werden auf Messen und Veranstaltungen verteilt. Aufgrund ihrer großen Beliebtheit wurden sie jetzt bereits zum 2. Mal aufgelegt.

\* mehr Erfolg



# Vivantes: Operation am offenen Fan-Herzen

Idee  
und  
Praxis



Volltreffer! Deutschlands größter kommunaler Klinikkonzern pflegt sein gutes Image unter anderem mit Sport. Das große Fan-Paket vom Schal bis zum Wimpel bietet gern gesehene Sammelobjekte, mit denen das Unternehmen wichtige Sympathie-Punkte gewinnt. Und spätestens wenn die Betriebssportgruppe gegen die Traditionsmannschaft von Hertha BSC antritt, ist das die perfekte Steilvorlage für die PR-Abteilung. Herzlich willkommen beim Meister der Herzen. Vivantes – Ihre Gesundheit ist unsere Aufgabe.

\* mehr Erfolg



# ZOO & Co.: Freundschaft verbindet ...

Idee  
und  
Praxis



ZOO & Co. baut auf langfristige Freundschaften: Ob Kuschel-Elch zu Weihnachten oder Eisbereiter für die sommerlichen Hundstage, ob heiße Tasse und Cookies oder Magnet-Haustier am Kühlschrank – für jeden Anlass, jede Jahreszeit und jeden Stammkunden gibt es Giveaways, die auch über den Tag hinaus wirken.

\* mehr Erfolg



# Lakal: Gute Aussichten mit Qualität

Idee  
und  
Praxis



Effizienz und Kreativität statt Wischi-Waschi: Mit diesem Fensterschwamm sind Europas Spezialisten für Rollladen- und Tor-Technik, Sonnen- und Insektenschutz im wahrsten Sinne dicht dran am Produkt. Gegen den kleinen Putzteufel haben Staub, Pollen und Insektenreste auf der Windschutzscheibe keine Chance, dafür genießen die Beschenkten perfekte Aussichten auf Ihre Umgebung. Der Fensterschwamm wurde ganzjährig auf Fach- und Verbrauchermessen oder bei Kundenbesuchen überreicht.

\* mehr Erfolg

# KALO: Entdecken, was zusammen passt

Idee  
und  
Praxis



Hier kommen die Richtigen zusammen! Bei der KALO-Führungskräfte tagung musste jeder Teilnehmer einen passenden Puzzle-Partner finden, mit dem er seinen Würfel vollenden konnte. So konnten die Führungskräfte unmittelbar erfahren, worauf es bei KALO ankommt: Austausch und echte Partnerschaft.



\* mehr Erfolg



# tesa: Schokolade macht glücklich

Idee  
und  
Praxis



Vor 200 Jahren galt Schokolade noch als Medikament; auch heute zaubert sie kinderleicht ein Lächeln auf die Gesichter von Beschenkten. Der Kakao enthält 66 Wirkstoffe, die u. a. als Glückhormone gelten. Herz und Kreislauf kommen in Schwung und das Gehirn wird besser durchblutet. Als Werbegeschenk originell verpackt, wirkt sie darüber hinaus – siehe tesa – stark kundenbindend und umsatzfördernd. Und all das machte wiederum die tesa-Marketingverantwortlichen äußerst glücklich.

\* mehr Erfolg



# tesa: Durchhalten, hier kommt die Extra-Portion frische Energie

Idee  
und  
Praxis



Ist es Murphys Gesetz, dass die Akkus des Laptops, Tablets oder Smartphones immer im ungünstigsten Moment schlapp machen? Auf alle Fälle ist es tesa-Gesetz, dass tesa kraftvoll länger hält. Auch mit diesen innovativen Werbeartikeln für Kunden und Mitarbeiter.

Egal ob man damit das Smartphone direkt am Zigarettenzünder des Autos auflädt oder sie als Zusatzakkus einpackt: Mit der tesa-Power-Bank und dem tesa-Carcharger haben sie immer eine Extra-Portion frische Energie dabei. So bleibt auch der Unternehmens-Name sicher haften.

\* mehr Erfolg



# Oculentis: Sehen und gesehen werden.

Idee  
und  
Praxis



Wer besser sehen will, sollte hier etwas schärfer hinschauen. Mit ihren intraokularen Linsen ist die Firma Oculentis ein Lichtblick für Patienten, die an grauem Star erkrankt sind. Das im Corporate Design individuell angefertigte Display ist nicht nur ein Hingucker, das vergrößerte Modell einer Implantat-Linse kann auch als Lupe genutzt werden. So gesehen vergrößert dieses Display tagtäglich ganz praktisch den Bekanntheitsgrad des Unternehmens.

\* mehr Ideen



# Krumpholz Bürosysteme: Tolle Geschenke zum Firmenjubiläum

Idee  
und  
Praxis



Zum Jubiläum verschenkten die Spezialisten für Bürosysteme die Bausteine der Sympathie: Mit dem Zollstock nehmen Sie Maß, sodass Krumpholz alles perfekt und passgenau auf Ihre individuellen Gegebenheiten abstimmen kann. Besondere Wünsche und Extrawünsche? Schnell notiert, wunschgemäß ausgeführt! Und damit Sie immer einen kühlen Kopf bewahren, gibt es nicht nur die stilvolle Kappe im Krumpholz-Design, sondern vor allem eines: höchste Qualität. Was anderes kommt auch uns nicht in die Einkaufstasche.

\* mehr Erfolg



# Auto Weis: Der Schlüssel-Anhänger zum Erfolg

Idee  
und  
Praxis



Erst sollte es sich nur um eine einmalige Aktion handeln, doch dann entwickelte sich „Schnappo“ im Handumdrehen zum beliebten Maskottchen des Autohauses. Wenn dieser kleine Wuschelkopf den Kunden schöne Augen macht, fliegen ihm sofort die Herzen entgegen. Als Give-away oder als schlüsselfertiger Sympathieträger kuschelt er sich geschickt in jede Tasche. Wird er heraus geholt, streichelt er sanft die Fingerspitzen, um anschließend den stolzen Besitzer groß und gelb anzustrahlen. Hurra, die Sonne geht auf!



\* mehr Erfolg



# BSW: Unvergessliches Memo-Spiel mit persönlichen Erinnerungen

Idee  
und  
Praxis



Oberste Spielregel: Habt Spaß. Und das Spenden nicht vergessen! Die Fotos dieses Memo-Spiels wurden von einem BSW-Mitarbeiter selbst geschossen, bevor es im BSW Corporate Design gestaltet wurde. Mit jedem Kärtchen, das die Spieler umdrehen, machen Sie sich ein neues Bild vom Bahn-Sozialwerk. Noch besser: Sie wollen es sich auch merken. So gewinnt das BSW spielerisch einen Logenplatz im Gedächtnis seiner Förderer.

\* mehr Erfolg



# ARBEIT UND MEHR GmbH: Wir machen Karrieren

Idee  
und  
Praxis



Schlichtes Design, wertig und mit Stil: So präsentiert sich das exklusive Schreibset »Karrierestifte(r)« für den weiteren Erfolgsweg. Der Karriere-Macher ARBEIT UND MEHR schenkt es den Kandidaten, die aufgrund ihrer Vermittlungsbemühungen bei einem Unternehmen fest unterschreiben konnten. Und wir sind uns sicher: Diese Erfolgsgeschichte ist aufgrund des großen Sympathiegewinns noch lange nicht zu Ende.

\* mehr Ideen

# Maske: La dolce vita für unterwegs

Idee  
und  
Praxis



Diese süßen Verführer muss man sich auf der Zunge zergehen lassen. Mit einem kühlen Klack öffnen Sie die Nostalgie-Blechdose, schon lachen Ihnen die in den Maske-Unternehmensfarben glänzend verpackten Bonbons entgegen, um Ihnen den grauen Alltag zu versüßen. Hmmmh!

Maske überreichte die Geschenkdose allen Kunden, die sich bei ihnen ein Auto gemietet hatten und ist mit dieser süßen Überraschung bestens gefahren.

\* mehr Erfolg



# TE Hamburg: Gute-Laune-Farbe bekennen

Idee  
und  
Praxis



MeinTyp Mode, meinTyp Tasche: So lässig entspannt und zeitlos wie die TE-Kollektion so präsentiert sich auch diese praktische Tasche. Natürlich. Unkompliziert. Zeitlos. Maßgeschneidert für selbstbewusste Frauen, die Ihr Leben nicht nach dem Body-Mass-Index ausrichten, sondern nach Lebenslust und Laune. Da darf es auch beim Shoppen mal etwas mehr sein.

\* mehr Erfolg



# Kohlbecker: Architekten bauen auf Kaffee

Idee  
und  
Praxis



Gute Idee: Kaffee. Für die Kohlbecker-Architekten ist er einer der erfolgreichsten Baustoffe. Ob im Büro als Treibstoff für frische Ideen oder solides Fundament für stabile Kundenbeziehungen – der kleine schwarze Muntermacher und die großen bunten Tassen sind immer dabei.

Die Tassenoberfläche lässt sich perfekt nach Wunsch gestalten, das Preis-Leistungs-Verhältnis ist mindestens genauso attraktiv. Hoch die Tassen!



# ECU-LINE: Große Pötte

Idee  
und  
Praxis



Hongkong oder San Francisco? Milch oder Zucker? Der XL-Kaffee-Pott ist der beliebte Botschafter für die XXXXXL-Pötte von ECU-LINE, die ihre Container rund um den Globus fahren lassen. Mit jedem Schluck transportiert die Tasse das Image des großen Container-Verfrachters. Kugelschreiber, Schreibblock und Namensschilder im ECU-LINE Design komplementieren die Grundausrüstung. Einfach riesig!

\* mehr Erfolg





# NDR 2: Die Tasse zur Kult-Comedy

Idee  
und  
Praxis



Ein Lizenzprodukt  
der NDR Media GmbH

In Steffis Schlemmerbistro ist die Welt noch in Ordnung! Für NDR 2-Hörer sind Steffi, Udo, Herr Ahlers, Opa Gehrke und nicht zuletzt Steffis Rocky längst Kult! Zum perfekten Start in den Tag gibt es die liebevoll gestalteten Sympathieträger aus der Reihe „Frühstück bei Stefanie“ mit Henkel aus feinstem Porzellan. Da fängt der Tag leicht doppelt gut an. Mit Tee, Kaffee und Quasselwasser. Wie sagt Steffi doch immer: Es iss' ja wie es iss'!

\* mehr Erfolg







# Olympus: Knautschzone gegen Stress

Idee  
und  
Praxis



Knautschen bis der Arzt kommt: Dr. Bert und Schwester Berta sind die lustigen Anti-Stressbälle mit kugelrundem Bauch, Sympathie-Bonus und Kult-Charakter. Als Olympus-Außendienst-Mitarbeiter öffneten sie die Türen zu Ärzten und Krankenhäusern. Und mit ihrer sympathischen Ausstrahlung fanden sie auch offene Ohren und Augen für den neuen Endoskopie-Katalog. Das runde Pärchen ist aus PU-Schaum, lässt sich als Handtrainer drücken und knautschen und verliert doch nie die Form.

\* mehr Erfolg



# DEVK: Wie man mit einem Mini groß rauskommt

Idee  
und  
Praxis



Kleines Auto, großer Erfolg: Der leidenschaftlich geliebte Mini Cooper fährt jetzt als Modell im Design der DEVK vor. Schnell schwappte diese charakteristische grüne Welle durch Büros, Wohn- und Kinderzimmer, fand der kleine Flitzer einen Parkplatz in den Vitrinen und Herzen vieler Sammler. Die Versicherungsagenturen können den kultigen Verkaufsturbo im DEVK-Onlineshop als Kundenpräsent bestellen. Ideal als Geschenk nach Abschluss einer Kfz-Versicherung.

\* mehr Erfolg



# Walter Ritter Pharmaceutica: Die beste Medizin bei Fußballfieber

Idee  
und  
Praxis



Rund um den Globus grassierte das WM-Fieber. Auch die Kunden des Medizinunternehmens Ritter waren von diesem Virus infiziert. Das Unternehmen verstärkte die allgemeinen Fan-Symptome, indem es die Apotheken und Pflegestationen in Kamerun und an der Elfenbeinküste mit den entsprechenden National-Trikots beschenkte. So stieg nicht nur das Fußballfieber. Auch Sympathie und gute Laune wirkten ansteckend.

\* mehr Erfolg



# SAGA GWG: Dieser Anhänger findet immer mehr Anhänger

Idee  
und  
Praxis



Wo ist der Schlüssel zum Herzen der Kunden? Gefunden! Filz ist der Stoff aus dem Wohnträume sind: gemütlich, heimelig, schön. Ohne anzuecken findet dieser Schlüsselanhänger Platz in jeder Hosentasche. Die flauschig weiche Oberfläche streichelt die Finger, dennoch trotz des natürlichen Material allen Herausforderungen des Alltags.

Das Wohnungsunternehmen SAGA GWG überreicht diesen Sympthieträger Made in Germany nach Vertragsabschluss an Neumieter.



**\* mehr Erfolg**



# ROWA GROUP: Wie man ein Marken-Image dauerhaft speichert

Idee  
und  
Praxis



Das perfekte Speichermedium zur Markenbildung. USB-Sticks sind mittlerweile zu einem begehrten Werbeartikel geworden. Die ROWA GROUP geht noch einen Schritt weiter. Seit 1990 produziert die Unternehmensgruppe technische Kunststoffe in Granulatform. Entsprechend haben wir den Acryl-Korpus mit den typischen transparenten ABS-Körnern gefüllt.

Jedes Mal, wenn der Kunde den Stick benutzt, erinnert er sich an das Unternehmen. Der Werbeeffekt hält so lange an, wie der Speicherstick benutzt wird und das ist in der Regel eine lange Zeit. ROWA GROUP? Alles klar! Alles gespeichert.

\* mehr Ideen



# Dachdecker-Einkauf Ost eG: Wir haben gutes Design auf der Pfanne



reddot design award  
communication design 2013



Auch bei der Werbewirkung ganz oben: Erst wurde der Auftritt der Dachdecker-Einkauf Ost eG mit dem renommierten Red Dot Design Award ausgezeichnet, dann brachten unsere Designer die Werbemittel auf den roten Punkt. Dank der charakteristischen Gestaltung ist 2014 jeder Tag ein Dachdecker-Einkauf-Tag, nehmen die Kunden beim Zettelblock automatisch Notiz vom kompetenten Partner für alle Gewerke aus den Handwerksbereichen Dach – Zimmerer – Klempner – Trocken- und Innenausbau sowie der Wärmedämmung.

\* mehr Erfolg



# Dithmarscher: Leuchtsignale von der Küste

Idee  
und  
Praxis



Moin, Moin! In Dithmarschen braut sich was zusammen. Dort, wo der Leuchtturm steht, bevorzugen die Männer blond, natürlich, frisch. Da diese herben Köstlichkeiten häufig in tiefen Kellern ruhen, legten die schlaun Brauer jedem Bierkasten eine LED-Taschenlampe bei. Die ist zwar nicht blond, aber hell und ein absolutes Objekt der Begierde für jeden echten Kerl. Die Folge: Die Zielgruppe kam nicht vom rechten Weg ab und griff im Zweifelsfalle wegen der Taschenlampe nach dem Dithmarscher Pilsener. Ein absolut leuchtendes Beispiel für erfolgreiche Promotion. Plopp und Prost!



# LVM: Flexibilität ist der Renner

Idee  
und  
Praxis



Leben ist Bewegung, und nichts ist so beständig wie der Wandel. Entsprechend setzt die LVM bei ihren Angeboten von Anfang an auf Flexibilität. Symbol ist die Kinderknete in den Farben des Maskottchen „Pferdinand“, welche die Versicherungsagenturen direkt im Online-Shop bestellen können. Mit der beiliegenden Bastelanleitung ist sowohl das Modellieren als auch die Kundenbindung ein Kinderspiel.

\* mehr Erfolg



# OTTO: Wie ein Kurier-Rucksack ein frisches Image transportierte.

Idee  
und  
Praxis



„Alles Neue zum Geburtstag“ versprach OTTO seinen Kunden in der großen Jubiläumskampagne unter dem Motto „Happy Sixty!“, die sich durch einen frischen, lebendigen Look auszeichnete.

Das Merchandising, wie der Kurierrucksack aus LKW-Planen, passte sich perfekt und kreativ in die Kampagne ein.

Dank Digital-Druck strahlte er zuverlässig in den schönsten Farben. OTTO - Das ist es!

\* mehr Ideen



# RITTER: Erfolg mit Pop-up-Effekt

Idee  
und  
Praxis



Im Kampf um die Gunst des Kunden wirft Ritter das magische Handtuch – und gewinnt. Der auf Miniaturformat gepresste Marken-Botschafter wurde im Auftrag des Pharma-Unternehmens an Ärzte, Apotheker und Hebammen verschickt. Sobald sie ihn ins warme Wasser legten, entfaltete er seine wahre Größe und Werbewirkung. Dieser Aha-Effekt steigert die Aufmerksamkeit enorm: Wer will das Öffnen des Handtuchs nicht ausprobieren? Auch im getrockneten Zustand griff die Zielgruppe aufgrund der streichelzarten und hochwertigen Stoff-Qualität immer wieder gerne zu.

\* mehr Aufmerksamkeit



# Frisch herein geflattert: das Maskottchen von Polytec

Idee  
und  
Praxis



Gemeinsam auf einer Ultraschall-Wellenlänge: Der Marktführer auf dem Gebiet der berührungslosen laserbasierten Schwingungs-, Geschwindigkeits- und Längenmessung hat sich passenderweise eine kleine Fledermaus als Maskottchen auserkoren. Wie der kleine sympathische Flattermann, so arbeiten auch die innovativen Produkte von Polytec absolut präzise auf Basis des Doppler-Effektes, sobald Schallwellen auf sie treffen. Kein Wunder, dass das Maskottchen auf so viel Zustimmung fällt.

\* mehr Aufmerksamkeit



# Erfolgreiche Ideen sind ein Kinderspiel

Idee  
und  
Praxis



Das beste Beispiel, um schon heute die Kunden von morgen zu gewinnen: Unsere Werbeartikel für die LVM. Auch wenn nicht jeder Löffel Spinat sein Ziel erreicht, so trifft die Versicherung mit dem aufwändig bestickten Kinder-Lätzchen auf alle Fälle den Geschmack ihrer ganz jungen Kunden.

Dieser und zahlreiche weitere Werbeartikel, wie das knuddelige Plüschpferd, wurden individuell für die Zielgruppe Familien entworfen und in einer Sonder-Auflage produziert.

Die LVM-Servicebüros können sämtliche Artikel schnell, einfach und rund um die Uhr im LVM-Online-Shop bestellen. Dieser wird von einem DIE6-Partner gepflegt, regelmäßig aktualisiert und ergänzt.

\* mehr Individualität



# Frühling mit Gefühl

Idee  
und  
Praxis



Sympathie unternehmen: Auf der Hausmesse eines DIE6 Partners wurden kleine Aufmerksamkeiten verschenkt, die das Thema Frühling aufnahmen, aber mit ihrem Design und den Produkteigenschaften auch noch im Sommer begeistern. Heraus kam ein Strauß bunter Ideen, angefangen beim Schlüsselanhänger aus Filz bis hin zur Sattelhaube für das Fahrrad. Und der Kunde blüht auf.

\* mehr Individualität



# Glasklare Vorteile für Durchblicker

Idee  
und  
Praxis



Klare Sicht mit der DEVK.

**DEVK**  
VERSICHERUNGEN

Diese Aktion für eine Brillen-Zusatzversicherung konnte sich sehen lassen. Die aufmerksamkeitsstarke, individuelle Gestaltung des Brillenputztuchs fiel sofort ins Auge.

Und sie blieb im Kopf der Zielgruppe. Täglich reinigte die Zielgruppe genau das Produkt, für das sie eine Zusatzversicherung abschließen sollte.

Übrigens: Als weitsichtiges Unternehmen ist die DEVK Full-Service-Kunde und hat somit einen eigenen Online-Shop, in dem alle Niederlassungen, Filialen und Vertreter ihr Werbematerial beziehen können.

\* mehr Individualität



# Diese Freunde und Helfer fesseln auch nach Feierabend

Idee  
und  
Praxis



Nadel verpflichtet: Ob Krawattennadel, Pin oder Schlüsselanhänger – diese extra gestaltete Sonderedition hat vor allem eine Mission: das Zusammengehörigkeitsgefühl der Polizisten zu stärken. Für dieses Ziel sind diese Freunde und Helfer auch nach Feierabend im Einsatz. Unsere „Profilier“ haben die Artikel präzise auf die Wünsche der Zielgruppe abgestimmt. Darüber hinaus befinden sich im Onlineshop der DPoIG (Deutsche Polizeigewerkschaft) weitere werbliche Einsatzkräfte in ständiger Bereitschaft. Rund um die Uhr. Rundum erfolgreich.

\* mehr Ideen



# Image-Transporter aus LKW-Plane

Idee  
und  
Praxis



Hergestellt aus neuen LKW-Planen, transportieren die Taschen u. a. den guten Ruf der Hamburger Volksbank. Die im typischen Corporate Design gestalteten Umhängetaschen wurden für die Bank-Angestellten als Weihnachtsgeschenk entwickelt.

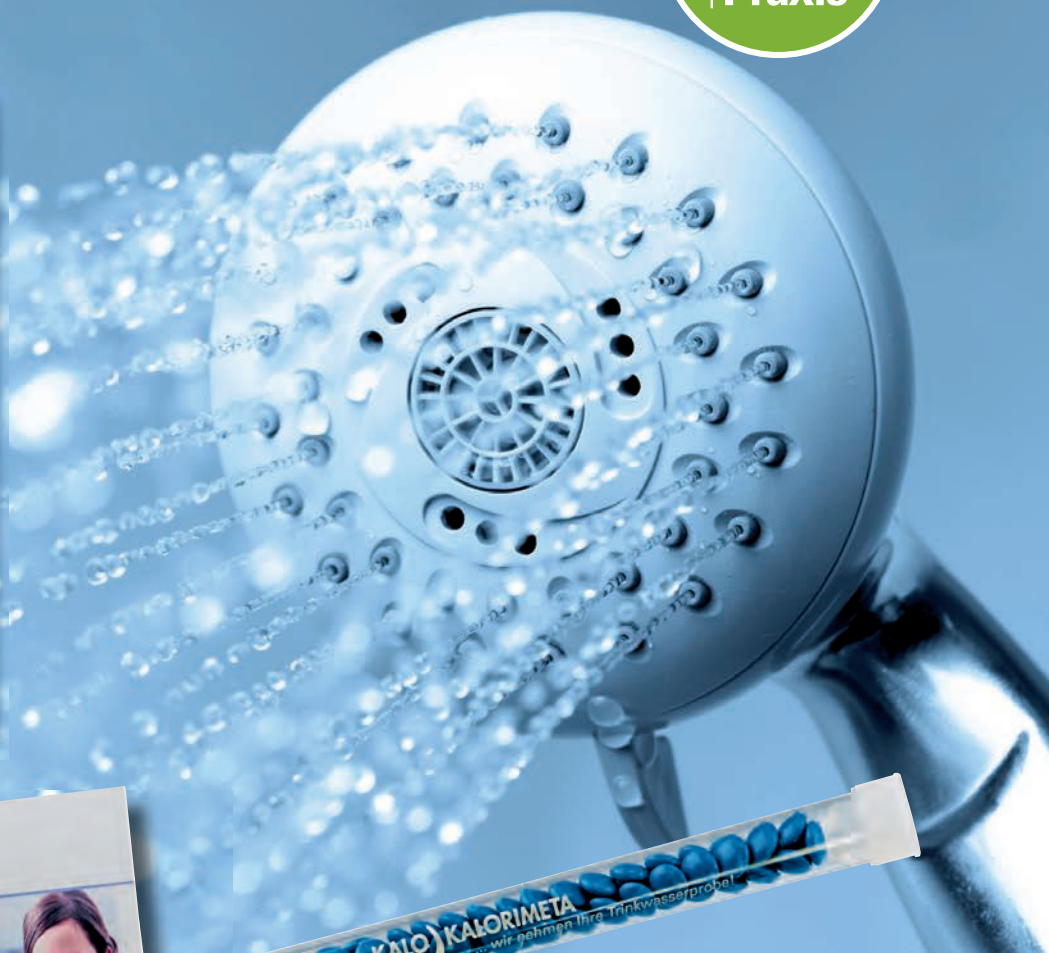
Mittlerweile gehört dieser praktische Begleiter zusammen mit einer entsprechend gestalteten Krawatte bzw. einem Halstuch zur beliebten Erstausrüstung für neue Mitarbeiter, die diese gern auch nach Feierabend auf die leichte Schulter nehmen.

\* mehr Individualität



# Sympathie steckt an

Idee  
und  
Praxis



Wie bringe ich ein unangenehmes Thema wie die jährliche Legionellenprüfung des Trinkwassers geschmackvoll, produktadäquat und erfolgreich an die Zielgruppe? Unser zentraler Ansatzpunkt: Die Chemie muss stimmen. Deshalb griffen auch wir zum Reagenzglas, füllten es allerdings nicht mit Wasserproben, sondern mit vielen blauen Schokolinsen. Dazu packten wir die wichtigsten Informationen und schon verlor die Prüfung ihren Schrecken. Dafür gewann KALORIMETA wichtige Sympathie-Punkte.

\* mehr Aufmerksamkeit



# Klick! Zeit für geniale Ideen

Idee  
und  
Praxis



Intelligente Produkte machen erfinderisch: Bestes Beispiel sind die exklusiven Uhren, die wir als Werbeartikel für die digitale Spiegelreflexkamera „Olympus E-System“ produzierten. Zusammen mit einem Uhrenhersteller entwickelten wir eine hochwertige Armbanduhr mit drehbarer Lünette. Der Clou: Ambitionierte Fotografen können mit ihr die optimalen Zeit/Blendenkombinationen einstellen und alternative Einstellungen ablesen. Ein hochwertiges Profi-Tool, das in dieser Form nicht ansatzweise standardmäßig herstell- und lieferbar ist. Klick!

\* mehr Aufmerksamkeit



# Wärmste Empfehlungen zu Weihnachten

Idee  
und  
Praxis



Etwas Warmes braucht der Mensch. Da Autohändler bekanntlich auch nur Menschen sind und sich in der kalten Jahreszeit gern für ein Heißgetränk erwärmen, wollte die Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe AG ihnen zu Weihnachten einen Isolierbecher schenken. Alles sollte für den ersten heißen Genuss perfekt vorbereitet und konfektioniert sein, allerdings war der Löffel für die Trinkschokolade zu lang. Die Lösung: „Schokoladen-Chips“. Kleine Schokoladenlinsen, die sich schnell in heißer Milch auflösen. Die Chips wurden in Tütchen portioniert. Alles zusammen kam in eine individuell bedruckte Verpackung und wurde so eines der heiß begehrtesten Weihnachtsgeschenke. Hmmmh!

\* mehr Individualität



# Hamburger Volksbank wird 150, Mitarbeiter werden überrascht

Idee  
und  
Praxis



Wer schreibt, der bleibt und treue Mitarbeiter sind eine sichere Bank für die Zukunft. Entsprechend wollte die Hamburger Volksbank die Angestellten stärker binden und noch mehr für „ihr“ Institut begeistern. Pünktlich zum Jubiläum am 7. Dezember machten wir den Nikolaus zum Schreibtischtäter und ließen ihn über Nacht allen Mitarbeitern ein Präsent auf den Arbeitsplatz legen: Eine CI-gerechte Schreibmappe mit dem Namen des Mitarbeiters, dazu ein passender orangefarbener Stift, Haft- und Notizblock. Sie glauben nicht mehr an den Nikolaus? Zugegeben, für diese überraschende Bescherung musste statt des alten Herrn die Sicherheitsfirma mitspielen, da allein sie nachts in die Bank darf: Sie holte die vorsortierte Ware am Abend ab und verteilte sie dann vor Ort.

\* mehr Individualität



# Die Buchvorschau, die gesehen wird

Idee  
und  
Praxis



Saison für Saison beglücken die Verlage den Buchhandel mit gleichförmigen Kisten voller Buchvorschauen. Alle Verlage? Nein! Einer hebt sich beharrlich und kreativ von der gleichförmigen Masse ab. Seit 2006 gibt der Carlsen-Verlag dem Begriff „Taschen-Buch-Auslese“ eine neue Bedeutung: Die Neuerscheinungen werden in speziell gestalten Taschen verschickt, deren Design die Themen der jeweiligen Neuerscheinungen aufgreift. Bei den Materialien sind von der LKW-Plane bis Holz der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Zu den Büchern packen wir Infomaterial, Lese- und Hörproben u. v. m. Der Buchhandel ist begeistert.



\* mehr Ideen



# Laster ist aller Liebe Anfang.

Idee  
und  
Praxis



Das spektakuläre Original ist 16,7 m lang, wiegt mehr als 13 t, hat 501 PS unter der Haube und gibt bei den team-Roadshows ordentlich Gas. Seine Hauptaufgabe: Emotionen transportieren, denn der Weg zum Kunden führt fast immer übers Herz. Dieses Ziel hat er zusammen mit seiner Miniaturausgabe im Maßstab 1:87 sicher erreicht.

Längst sind die 5.000 Mini-Trucks ein begehrtes Sammlerobjekt und haben ihre festen Parkplätze auf Schreibtischen und in Vitrinen. Zusätzlich befindet sich der schwarze PS-Riese mit dem grünen team-Logo als Motiv auf 2.500 Zettelklötzen und Skatspielen, die an die Kunden verteilt werden.

**\* mehr Aufmerksamkeit**



# Energie-Paket: Die perfekte Mischung für den Erfolg

Idee  
und  
Praxis



Alles, was Unternehmer brauchen: Erst das gesunde Müsli – den Rest übernehmen die Fach- und Führungskräfte von jobs in time. Müsli-Schüssel, Löffel und Müsli-Tütchen waren die Geschenke zu einem Mailing und wurden nach einer Terminvereinbarung vom Außendienst überreicht. Die Idee: Die Spezialisten und das Dienstleistungsangebot von jobs in time sind in den Köpfen der Personalverantwortlichen präsent, bevor diese ihre Entscheidung treffen. Und sollte das Unternehmen Personalbedarf anmelden, ist jobs in time als „Energieförderer“ erste Wahl. Kann ein Tag besser anfangen?

\* mehr Aufmerksamkeit