

# Zeitreise auf flinken Flügeln

**[ Kolibri Internationale Werbung GmbH ]** Im modernen Stuttgarter Mercedes-Benz Museum initiierte Kolibri eine attraktive Produktschau. Überdies bot der Waiblinger Werbemittelspezialist seiner Kundschaft eine Zeitreise durch über 120 Jahre Automobilgeschichte.

Nahezu jeder der Besucher der durchgängig gut frequentierten und attraktiv gestalteten Veranstaltung im modernen Mercedes-Benz Museum in Stuttgart nutzte den Termin zum schwelgerischen Spaziergang durch die faszinierende Entwicklungsgeschichte des Automobils mit dem Stern auf dem Kühlergrill. Die Wahl des Veranstaltungsortes hätte vortrefflicher kaum ausfallen können, lässt sich manches aus der Firmenphilosophie des



Daniela Lachenmaier, Karin Jagersberger und Heiko Ziegler freuen sich über einen erfolgreichen Werbeartikelerevent.



Extravagante Location für Werbeartikel: Das Mercedes-Benz-Museum.



renommierten Autobauers nahtlos in die Werbemittelbranche übertragen: „In welcher Form steckt Innovation? Wie muss ein Ort beschaffen sein, der Erfindungen inszeniert, die unsere Welt bis heute verändern?“, hieß es laut der einleitenden Worte zur atemberaubenden Architektur des Museumsgebäudes, erbaut in der Gestaltung einer Doppelhelix, „einzigartig und elementar wie ein Stück menschlichen Erbguts“.

## Professionell

Die professionell gestaltete Inszenierung des gelungenen Querschnitts aus der bunten und ideenreichen Welt der Werbeartikel an den 30 Ständen der Lieferantenpartner der Waiblinger machte in ihrer Wirkung auf die Besucher dem Wesen des Kolibri alle Ehre: Lebendig und wendig, ideenreich und filigran gestalteten sich die Fachgespräche zwischen Lieferant und Kunde mit Vorschlägen und Ideen über den passgenauen Einsatz des gewünschten Werbemittels. Und die hohe Besucherfrequenz sprach für nur einen Veranstaltungstag. „Wir haben alle Hände voll zu tun“, so die Geschäftsführer Karin Jagerberger und Heiko Ziegler einmütig. Schließlich begleiteten sie das Gros der Kunden persönlich durch die Schau. „Durch unterschiedlich farbige Lanyards haben wir die Kunden in drei Kategorien eingeteilt, was uns die Arbeit erheblich erleichtert hat“, erläuterte Jagerberger weiter.

## Kompetente Anfragen

Gut strukturiert und organisiert – in solchem Umfeld hatten es die Kolibri-Lieferantenpartner nicht schwer, in eine Fülle von Gesprächen einzutauchen: „Wir hatten viele kompetente Anfragen“, freute sich nicht nur Ralph Knapich von WIL über die gute Vorbereitung auch seitens der Kundschaft. Es machte Spaß auf der mittlerweile siebten Hausmesse der Schwaben zu Gast zu sein. Denn eines ist schließlich am Ende eines Tages entscheidend: durchgängig in fruchtbaren Gesprächen zu sein. Fazit: Der Weg zu den Wurzeln der Automobilgeschichte, gepaart mit vielen innovativen Werbemittelideen, hat sich gelohnt. ]