



Der Kolibri Werbeartikel-Event stand optisch ganz im Zeichen des neuen Corporate Designs: Hostessen, Messetrolleys oder Sekt – der grüne Faden der Veranstaltung war nicht zu übersehen.



*kolibri Werbeartikel-Event, Böblingen Ideen en masse

■ Grün, grün, grün: Dass *kolibri eine neue Hausfarbe hat, war auf dem Werbeartikel-Event der Waiblinger nicht zu übersehen – Messtaschen, Hostessen, Accessoires, die von allen Mitgliedern des *kolibri-Teams getragen wurden. Giveaways, Pflanzen und sogar grün gefärbter Sekt machten den neuen Unternehmensauftritt allgegenwärtig sichtbar.

Die jährliche Werbeartikelmesse, die von einer eher klein gehaltenen Weih-

nachtsausstellung im Herbst ergänzt wird, fand am 8. Februar 2011 im stylishen Ambiente des Meilenwerks in Böblingen statt und stand ganz im Zeichen des neuen Corporate Designs, das *kolibri hier erstmals präsentierte. Der neue Auftritt umfasst neben der neuen Farbe und den Slogans „wir produzieren emotionen.“ und „Werbung für alle Sinne“ – übrigens gleichzeitig das Messemotto – auch ein komplett relaunchtes Firmenlogo.

Was die Zahl der Aussteller angeht, war die Messe im Vergleich zum Vorjahr (25 Aussteller) deutlich gewachsen: 39 Lieferantenpartner von *kolibri präsentierten in der Legendenhalle des Meilenwerks ihre Produkte. Kolibri selbst demonstrierte seine Kreativität als Werbeartikelberater auf einer Sonderfläche mit verschiedenen Best Practice-Beispielen – darunter etwa ein Kaugummi-Automat im Design eines Gartenhäckslers, ein Merchandising-Sortiment



für Afri Cola oder ein Miniatur-Bastelset für Mercedes Benz. Ein vom Mövenpick-Weinkeller in Stuttgart organisierter „Aromen-Parcours“ sowie ein Fachvortrag ergänzten das Programm: Till Barth, Redakteur der *Werbeartikel Nachrichten*, präsentierte das Fachbuch *Haptische Werbung*.

Hohe Besucherqualität

Nach Veranstalterangaben besuchten rund 360 Personen von 210 Unternehmen den Event – ein guter Schnitt, zumal *kolibri eigener Aussage zufolge überwiegend gute Kunden eingeladen hatte. „Wir haben uns größtenteils auf A- und B-Kunden konzentriert, auch, um unseren Lieferantenpartnern gute Gespräche zu garantieren“, so Marketingleiterin Melanie Schönfeld. Zahlreiche Aussteller bestätigten die hohe Qualität der Kontakte, und nicht wenige berichteten, bereits während der Messe konkrete Aufträge erhalten zu haben. Kein Wunder, dass nach Ende der Veranstaltung bis in die Nacht gefeiert wurde.

Als nächster Event aus dem Hause *kolibri steht die Weihnachtsausstellung an, die vom 12. bis zum 23. September 2011 stattfindet. **WA TB**

www.kolibri-net

Fotos: Till Barth, © WA Verlag



Am Vormittag der Messe hatte *kolibri Vertreter der Lokal- und Fachpresse sowie einige Lieferantenpartner zum Pressebrunch geladen – v.l.: *kolibri-Geschäftsführer Heiko Ziegler, Klaus Dietzel (Acquisa), Michael Scherhag (Deutscher Drucker), Simone Brodmann (Troika) und *kolibri-Marketingleiterin Melanie Schönfeld.

Delicious Ideas for Promotion



Die PROMOTION WORLD 2011 ist die ideale Plattform, um sich über aktuelle Trends der Werbeartikel-Branche zu informieren. Lassen Sie sich von Experten beraten und finden Sie originelle Produkte, die exakt auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt sind. Mit der PROMOTION WORLD 2011 wird Ihr Marketing-Mix zum Sell-More-Mix. Mehr Infos: www.promotion-world.de

parallel zur HANNOVER MESSE
jetzt in Halle 16/0st

Hannover · 04. – 08. April 2011
**PROMOTION
WORLD**

Internationale Fachmesse für
Werbeartikel und Incentives