

Mehr als nur Werbung

Werbeartikel funktionieren besser!

WIR:DIE6 

Gesellschafter des Profi-Netzwerks
der Werbeartikel-Unternehmer



Beispiele aus der Praxis

Ihre Werbebeladen Zeit für neue gute Taten

Besser beraten. Erfolgreich ans Ziel.

- Profitieren Sie von individueller Beratung und Promotion-Ideen, die in Ihr Marketing-Konzept passen
- Unsere Alles-Finder suchen für Sie auch nach Produkten, die in keinem Katalog stehen

Mehr Individualität, mehr Persönlichkeit.

- Individuelle Werbeartikel-Kollektionen und Sonderanfertigungen in Ihrem Corporate Design
- Kreative aktionsbezogene Werbemittel
- Prämien-, Incentive- und Kundenbindungs-Programme für Mitarbeiter und Kunden
- Auf Ihre Jahresplanung abgestimmter Marketing-Mix

Mehr Zeit, weniger Stress: Realisationservice.

- Abwicklung aller technischen Details
- Bereitstellung der Artikel-Motive auf CD-ROM, per E-Mail oder USB-Stick
- Gestaltung, Text und Druck von Broschüren

Geschenke, die Freunde machen.

- Einpacken in Geschenkpapier, Beifügen von Grußkarten, Warenproben und Prospekten
- Versand nach Ihren Adressenlisten, weltweit

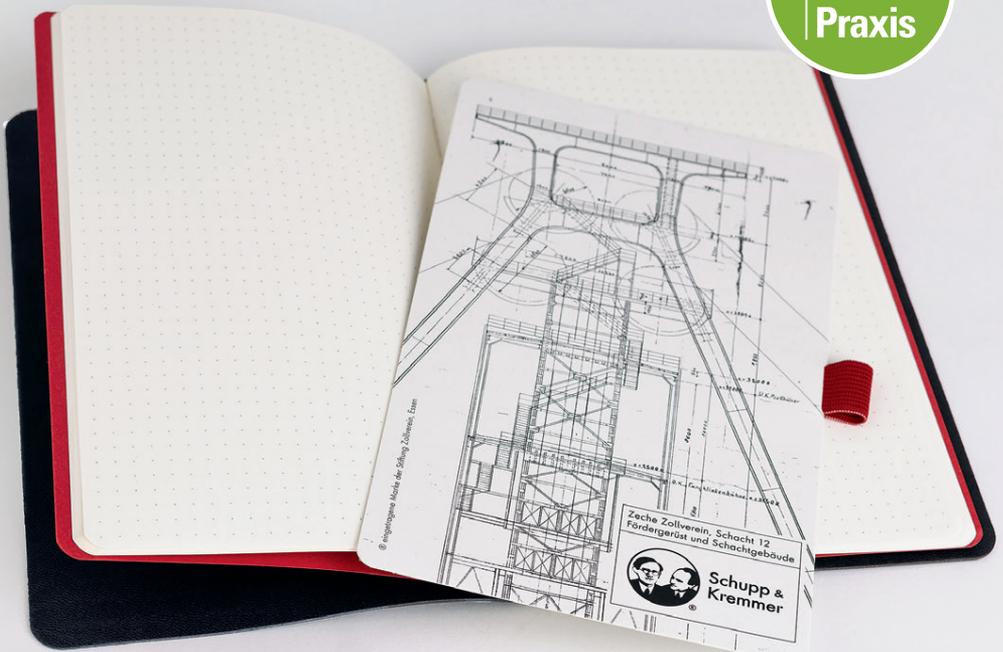
Maßgeschneiderte Veredelung.

- Professionelle Gestaltung Ihrer Werbeanbringung durch unseren Grafikservice
- Lasergravur, Prägung, Tampon- oder Siebdruck, Doming, Transfers, Bestückung oder In-Mould-Technik, etc.

Durch die unterschiedlichen Werbeanbringungsmöglichkeiten können die Kosten stark variieren. Preise auf Anfrage

UNESCO-Welterbe Zollverein Die schönste Zeche der Welt

Idee
und
Praxis



Die Architekten Schupp & Kremmer schufen mit der Zeche Zollverein eine Ikone der Industriearchitektur. Entsprechend anspruchsvoll ist das heutige Merchandising. Das preisgekrönte Skizzenheft im Retrolook ist zentraler Baustein einer Kollektion. Das Lesezeichen mit Stiftschleife ist ein Ausschnitt des Originalbauplans. Das Innenteil ist austauschbar, sollte das Buch mal voll sein. Ein formschöner Begleiter bei der Arbeit, in der Schule oder als Reisetagebuch an den schönsten Winkeln und Ecken der Welt.

* mehr Erfolg

Balluff GmbH: Die „Birthday to go Box“ zum Jubiläum

Idee
und
Praxis



Von der Werkstatt für Fahrräder und Nähmaschinen zum Sensor- und Automatisierungsspezialisten für das „Internet der Dinge“: In den letzten 100 Jahren hat Balluff sich ständig neu erfunden. Zum Jubiläum während Pandemiezeiten gab es eine besondere weltweite Mitarbeiteraktion - eine „Birthday to go Box“.

Die Idee: Wenn schon nicht zusammen gefeiert werden kann, dann wird der Geburtstag eben nach Hause gebracht!

Im Paket: ein Coffee-to-go-Becher, Kuchenrezepte und Party-Accessoires.



* mehr Erfolg

Covetrus: Welcome home im Office

Idee
und
Praxis



Endlich: Lockdown adé! Raus aus dem Home-office, endlich wieder ins Büro! Für den Weg zurück ins normale Leben schenkte Covetrus seinen Mitarbeitern eine stylische Thermos-Flasche für unterwegs. Das Covetrus-Logo verwandelte sich in ein Herz. Und die Flasche zur sympathischsten Liebeserklärung-to-Go: „Schön, dass du da bist!“

* mehr Erfolg

Idealspaten: Mach mal Garten-Pause!

Idee
und
Praxis



Wer ordentlich ackert, hat sich eine Erfrischung verdient! Zeit für das Lieblings-Gartengerät vieler kleiner und großer Gärtnermeister – der original Idelaspaten-Flaschenöffner mit T-Griff und Holzstiel. Ideal für Profis und Hobbygärtner. Ideal zur Kundenbindung und Neukundengewinnung. Plopp! Zisch! Aaah! Im Handumdrehen erntete Idealspaten die Sympathie der Zielgruppe.

* mehr Erfolg

Lotteriegesellschaft der Ostdeutschen Sparkassen Wie gewinne ich motivierte Mitarbeiter?

Idee
und
Praxis



Motivierte Mitarbeiter sind nicht nur Glücks-
sache! Das dachte sich auch die Lotteriegese-
llschaft der Ostdeutschen Sparkassen und setzte
bei ihrem Mitarbeiterwettbewerb auf ein Früh-
stücksset. Der fröhliche „Frühstücksbegleiter“
bietet jeden Morgen aufs Neue beste Gute-
Laune-Chancen und gewinnt wertvolle Sympa-
thie-Punkte. Und die große Werbefläche wirkt
und wirkt und wirkt. Gewonnen!

* mehr Erfolg

Schmalkalder Qualitätswurst: Der Erfolgs-Schlüssel beim Einkauf

Idee
und
Praxis



Kleine Aufmerksamkeit, große Freiheit: Der Wurstwaren-Hersteller Schmalkalden bezieht sein Fleisch von Landwirten, deren Tiere in Offenstall-Haltung und auf Stroh aufwachsen. Zur Einführung der Marke Strohgut lässt er nicht nur die Grillfreunde, mit einer aus recyceltem Polyester erstellten Latzschürze, gut dastehen sondern auch die Einkaufswagen von der Kette. Einfach den Schlüsselanhänger mit integriertem Flaschenöffner ins Kettenschloss stecken, entriegeln und anschließend sofort wieder abziehen. Sie sind so frei!

* **mehr Erfolg**

SPD Dortmund: Politischer Höhenflug des Nashorns

Idee
und
Praxis



Zur Jahrtausendwende wurde das geflügelte Nashorn zum Logo des Dortmunder Konzerthauses erkoren. Mittlerweile tummeln sich weit über 200 bunte Dickhäuter im Dortmunder Straßenbild. Der Clou: Zur Kommunalwahl 2020 landete das neue SPD-Maskottchen „Willi“ als „Quietsche-Rhino“ auch in Dortmunds Bädewannen und in den Herzen der SPD-Wähler.

* mehr Erfolg

ELA Container: Just in Time – Der Cooltainer des Sommers

Idee
und
Praxis



Für Lecker-Schlecker! Pünktlich zur heißesten Phase des Sommers entwickelte ELA die extra-coole Eis-Box für extra-gute Kunden. Jetzt können diese sich ihr Lieblingseis im Handumdrehen selbst anrühren. Ganz einfach, ganz schnell, ganz frisch. Typisch ELA Container. Immer da, wenn man sie braucht.

* mehr Erfolg

M-Group: Manche mögen's heiß – und süß!

Idee
und
Praxis



Die M-Group geht für ihre Kunden der Zement-, Holz- und Zuckerindustrie sprichwörtlich durchs Feuer, um große Industrieöfen zu reparieren. So auch die schaumigsüße M-Group-Kohle. Übers offene Feuer gehalten, lässt allein der Duft der schwarzen Marshmallows die Grillgesellschaft dahinschmelzen. Und spätestens, wenn sie mit einer wahren Geschmacksexplosion auf der Zunge zergehen, ist auch der Name M-Group in aller Munde. Ein Fest für alle Sinne, Feuer frei!

* mehr Erfolg

Heinz Nixdorf MuseumsForum Aktuelles Antiviren-Programm

Idee
und
Praxis



Das Heinz Nixdorf MuseumsForum (HNF) ist das größte Computermuseum der Welt. Das HNF sagt den Viren den Kampf an: In Zeiten der Pandemie ist eine der wichtigsten Schutzmaßnahmen ein Mund-Nasen-Schutz. Ob Einkauf oder Museum – ohne dieses „Must-Have“ geht nichts mehr. Entsprechend waren die originellen HNF-Mund-Nase-Bedeckungen der Verkaufshit im Museums-Shop. Denn Humor ist, wenn man hinter der Maske trotzdem lacht!

* mehr Erfolg

Ruhr-sachen: Das schmeckt nach Zuhause

Idee
und
Praxis



„Dat hat schon Vadder mit auf Schicht genommen.“ Ob zum Frühstück, in der Mittagspause oder einfach zwischendurch, ob im Büro, in Bochum oder Bottrop - das Bütterken gehört zum gelungenen Tag. Deutschland ist mit über 300 Brotsorten absoluter Brot-Weltmeister. Entsprechend hat unser Bütterken eine besondere Verpackung verdient. Aus stoßfestem Aluminium, mit elastischer Deckeldichtung versehen und klassischem Schriftzug servieren wir einen wahren Augenschmaus. Auf die Dose, fertig, hmmm!

* mehr Erfolg

Ruhrsachen: Das Salz des Ruhrgebiets

Idee
und
Praxis



Liebe gibt dem Leben Pfeffer, das Ruhrgebiet reicht das passende Salz dazu! Auch für Gourmets, Spitzen- und Hobbyköche jenseits der Landesgrenzen ist Grubensalz das schwarze Gold in der Suppe - der Anteil an medizinischer Aktivkohle ist eine kulinarische Hommage an die Bergbautradition des Ruhrgebiets und gibt vor allem hellen Saucen und Eierspeisen eine besondere optische und geschmackliche Note. Als Präsent begeisterte es die Werbe-Fachwelt: Sie adelte das Grubensalz mit dem Promotional Gift Award.

* mehr Erfolg

Saarländischer Rundfunk: Schwarze Magie zum Frühstück

Idee
und
Praxis



Eine Tasse Kaffee verzaubert den Tag. Und die Hörer des Saarländischen Rundfunks. Auf den ersten Blick sieht sie aus wie ein normaler Bürobecher. Doch sobald Sie das belebende Heißgetränk einfüllen, wandelt sich ihr Aussehen:

Wie von Zauberhand erscheint das grüne GuMo-Mobil. It's magic!

Mindestens genauso abgefahren:

Mit diesem Magic-Bus erreichte SR3 einen zuvor unerreichten Traffic in den Social-Media-Kanälen. Hoch die Tasse!

* mehr Erfolg

Fahrzeugservice Walter: Einkaufswagen lösen, Kunden binden

Idee
und
Praxis



Vielen Dank!

Wir möchten uns an dieser Stelle für Ihren Auftrag bedanken.

Waren Sie mit der Dienstleistung zufrieden? Ihre Weiterempfehlung ist für unser Haus die schönste Werbung. Sollten wir dennoch etwas übersehen haben oder sind noch Fragen offen, so sprechen Sie uns bitte an, Gerne sind wir für Sie da.

Wir wünschen Ihnen mit Ihrem Fahrzeug wieder viel Freude und eine alleszeit gute und vor allem sichere Fahrt.



www.fahrzeugservice-walther.de



Er wirkt und wirkt und wirkt: Der Einkaufswagenlöser ist die dauerhaft werbewirksame Alternative zum Einkaufswagenchip. Der Kunde befestigt ihn fest am Schlüsselbund. Kein Verlieren, kein Vergessen.

Eine saubere Alternative ist der PocketCleaner, der bei Smartphone, Brille & Co. für schlierenfreien Durchblick sorgt. Fahrzeugservice Walther verbindet beide Ideen mit einer Kundenzufriedenheits-Befragung, die nach dem Werkstattbesuch an den Rückspiegel gehängt wird. Kostengünstige Lösungen, den Kunden rückblickend bei jedem Einkauf unterbewusst noch fester an seine Lieblingswerkstatt zu binden.

* mehr Erfolg

NetCom BW: Kekse statt Cookies

Idee
und
Praxis



„Kinder, seid doch mal eine Minute still!“ Seit einiger Zeit steht der Firmen-Laptop auf dem Esstisch, das Arbeitspensum ist nicht weniger geworden, im Hintergrund toben die Kinder und vor uns die nächste Videokonferenz – Homeoffice zerrt an unseren Nerven.

Der Telekommunikations-Spezialist NetCom BW tickt anders. Höchste Zeit für einen Motivations-Bit: Mit analogen Keksen statt Cookies begleitet NetCom BW Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch den Tag. NetCom BW: Rund um die Uhr einen Tick näher dran.

* mehr Erfolg

Swing Street: Auf das Ensemble kommt es an!

Idee
und
Praxis



Das Musical „Swing Street“ von Thilo Wolf feierte trotz Corona-Zeiten eine umjubelte Uraufführung. Zunächst für den Cast gedacht wurden verschiedene, zum Hygiene-Konzept passende Produkte im Corporate Design des Musicals hergestellt. So erhielt beispielsweise jeder Beteiligte, vom Sänger bis zum Beleuchter, Swing-Street-Masken oder seine individuelle Trinkflasche. Die Begeisterung war riesig im Theater, so dass einige Artikel des Werbemittelensembles auch als Merchising genutzt wurden. Alles natürlich im Swing-Street-CD! Apropos CD: die Aufnahmen sind mittlerweile auch auf den gängigen Musik-Plattformen verfügbar. Weitere Informationen unter www.swing-street.de



* mehr Erfolg

Bobe: Der Soundtruck zum Erfolg

Idee
und
Praxis



King of the Road: Wenn Lastwagen über den Asphalt rocken und rollen, liefert die Bobe-Container-Logistik den passenden Soundtrack – über den blauen Bluetooth-Lautsprecher-Container gelangt die Lieblings-Playlist mit satten Bässen just-in-time im Ohr. Auch das Auge hört mit: Der Sound-Container ist perfekt im Corporate Design der Bobe-Speditions GmbH gestaltet. Und nach Feierabend? Dann dreht die Box auch Freunden und Bekannten eine Extra-Runde. Hört sich gut an!

* mehr Erfolg

Essen Marketing GmbH: Essen im Goldrausch

Idee
und
Praxis



Gold kann man nicht Essen, aber Essen kann Gold. Beispielsweise im Essener Ruhr Museum. Seit 2019 präsentiert dessen Dauerausstellung ein weiteres numismatisches Glanzstück, den Werdener Goldgulden. Die goldene Ära der Stadt reicht zurück bis ins 15. Jahrhundert, als Äbtissin Sophie von Gleichen die ersten Essener Goldmünzen prägte. Der neueste Gulden ist eine Kopie dieser Münzen. Das Beste: Er ist nicht nur ein glänzender Werbeartikel, essen können Sie es auch. Einfach lecker!

* mehr Erfolg

Spelsberg: Humor gehört zum Erfolgsrezept

Idee
und
Praxis



Einfach elektrisierend: Mit dem „Happy Spoon“ im typischen Firmen-Grün serviert Spelsberg zum Frühstück eine erste Portion gute Laune. Die Krönung zum Frühstückskaffee ist der Steckeraufsatz: Als sauerländisches Unternehmen vertraute der international führende Elektroinstallations-Hersteller auch bei diesem Streuartikel mit Koziol bewusst auf Made in Germany. Der äußerst appetitliche Preis ist dabei das Sahnehäubchen. Humor ... und der Funke springt über!

* mehr Erfolg

Bochum Marketing: Alles frisch ins Täschen

Idee
und
Praxis

Bochum Marketing GmbH, Andreas Molatia



Bochum, ich komm aus dir! Bochum Marketing präsentierte zur Eröffnung des Wochenmarktes den schönsten Filz des Ruhrgebiets: Die robuste Markttasche kann reichlich einstecken und transportierte als Geschenk an die Marktbesucher neben Flyer, Einkaufsblöcken und Marktzeitung auch das frische, natürliche Image der „Blume des Reviers“:

* mehr Erfolg

EnBW: Modischer Fingerzeig für die berufliche Zukunft

Idee
und
Praxis



Good Luck bei der Berufswahl! Voller Energie, dynamisch, rebellisch: Mit Nagellack können Frauen und Mädchen Farbe bekennen. Zum Girls-Day setzte EnBW mit Nagellack im EnBW-typischen Orange ein Zeichen für die berufliche Zukunft. Mit diesem modischen Hingucker geht der Energieversorger auch beim Recruiting neue Wege, und setzt in der zumeist männlichen Technik-Domäne Mädchen überraschend in Szene. EnBW – ganz mein Stil!

* mehr Erfolg

LVM: Drück mich! Plopp!

Idee
und
Praxis



Anvisieren, abdrücken – erleben Sie den absoluten Plopper unter den Werbeartikeln. Mit fröhlichem Plopp & Go galoppierte der neue LVM-Sympathie-Träger in die Herzen der jüngeren (und auch älteren) Zielgruppe. Spaß und Action für Drinnen und Draußen. Einfach die weiche Schaumstoffkugel dem 15 cm großen LVM-Maskottchen ins Maul stecken, kräftig zudrücken und der Ball fliegt bis zu sechs Meter weit. Doch die werbliche Reichweite war wesentlich höher. Volltreffer!

* mehr Erfolg

M.O.W.: Klipp, klapp – der Messestand auf dem Schreibtisch

Idee
und
Praxis



Das Wow zur M.O.W.: Was ein gut durchdachtes und konzentriertes Konzept bewirkt, demonstriert der Messeveranstalter anschaulich auf dem Schreibtisch seiner Kunden. So klar das Konzept für die B-to-B Messe der europäischen Möbelbranche ist, so schnell ist der „Mini-Messe-Stand“ aufgebaut: Terminplan, Schreibblock, Haftnotizen und Lesezeichen – alles ist sofort zur Hand. Klipp. Klapp. Unersetzlich. Unvergesslich!

* mehr Erfolg

Casino Interlaken: Erfolg ist keine Glückssache

Idee
und
Praxis



Sympathie gewinnt. Entsprechend nutzt das Casino Interlaken kleine Aufmerksamkeiten im Zeichen des Roulettes. So erinnern sich Spieler bereits bei der ersten Tasse Kaffee, dass jeder Tag ein Glückstag ist. Die Glückssträhne setzt sich mit Blick auf die Armbanduhr fort. Und spätestens beim USB-LadeKabel mit immer passenden USB-Anschlüssen erkennt jeder: Glück hat auch System. Faites vos jeux!

* mehr Erfolg

Stadtwerke Detmold: Mit Engagement für mehr Sympathie

Idee
und
Praxis



Vom Helm bis zur Schwertspitze ein echter Werbebeheld: Die Ente der SW DT erobert Badezimmer und Herzen aller Zielgruppen. Das Hermanns-Denkmal steht für Detmold, die Stadtwerke für Kundennähe. Die Enten enthalten keine Kleinteile und sind somit optimal für Kinder unter 3 Jahren geeignet. Wenn die lieben Kleinen in der Badewanne spielen und planschen, schwimmen die Ente und die Stadtwerke auf einer extra großen Sympathiewelle. Und das ist keine Ente!

* mehr Erfolg

Langguth Erben: Viel Freude beim Öffnen

Idee
und
Praxis



Die Sontino® BioVegan Weine sind die geschmackvolle Art, südliche Sonne zu genießen. Greifen Sie zu: Mit dem On-Pack-Öffner sind Sie nur einen Plopp von typisch italienischer Lebensfreude entfernt. Kein langes Suchen nach dem Korkenzieher, kein langes Gesicht, Der im typischen Markendesign gestaltete Kapselheber liegt angenehm in der Hand und eröffnet Ihnen im Handumdrehen die fruchtige Fülle und das verführerische Aroma des einzigartigen, Bio-und veganen Frizzante. Viel Freude beim Öffnen! Viva la vita!

* mehr Erfolg

Kartoffelvertrieb Hinrichs GmbH: Kundenbindung statt treulose Tomaten

Idee
und
Praxis



Wer Sympathie sät, wird Treue ernten:
Das ist eine der wichtigen Zutaten des Hinrichs-
Erfolgsrezepts. Anlässlich des 25-jährigen
Jubiläums präsentierte das Unternehmen einen
kleinen, humorigen Knigge, mit dem die Händler
Kunden noch besser binden können.
Dazu gab es zur Feier des Jahres noch eine
kleine Beilage: einen Tetraeder, der ausnahms-
weise auch süß sein darf.

* mehr Erfolg

VENSYS Energy: Weihnachten verleiht der Windenergie Flügel

Idee
und
Praxis



Die Aussichten zum Jahresende: Ein Gute-Laune-Hoch bestimmt das Messe- und Betriebsklima beim Windkraftanlagen-Hersteller Vensys. Erste Aufheiterungen beschert die Geschenkbox: 24 Fenster strömen Tag für Tag weihnachtliche Vorfreude aus. Für eine frische Brise sorgen minzige Ventos. Dem Vensyrone-Genuss folgt unmittelbar ein Hoch der Mundwinkel. Und sollte es doch einmal ein kleines Tief geben, greifen Sie zur Vensys-Tasse: Die sorgt das ganze Jahr über für ein nachhaltig entspanntes Klima auf dem Schreibtisch. Typisch VENSYS: Wer frischen Wind säht, kann Energie ernten.

* mehr Erfolg

Yello: Was ist gelb und ständig unter Strom?

Idee
und
Praxis



Yello! Für rund 90 Prozent der Deutschen ist das gelbe Energie-Unternehmen ein fester Begriff. Dass der Sympathie-Funke so erfolgreich übersprang, ist Resultat eines konsequent umgesetzten Corporate Designs. Das unsichtbare Produkt Energie bekam Farbe und wurde als Werbeartikel auch haptisch greifbar. Neue Vertriebs- und Marketingmitarbeiter wurden mit einem persönlichen Starter-Paket begrüßt, Callcenter-Teams erhielten als Zeichen der Wertschätzung Tassen und Regenschirme. An den Promotion-Ständen kamen eher günstige Giveaways wie Gummibärchen in Glühlampenform zum Einsatz.

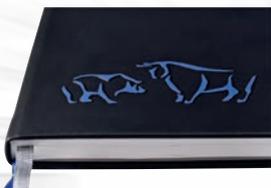
* mehr Erfolg

Deutsche Börse AG: Bullen und Bären stürmen übers Parkett

Idee
und
Praxis



Das gezeigte Motiv Bulle & Bär ist nicht frei verfügbar, da es sich um ein kundeneigenes Logo handelt.



Bulle und Bär: Die Rivalen stehen für das Auf und Ab an der Börse. Während der Baisse prügelt Meister Petz die Kurse nach unten, umgekehrt stürmt der Stier zu Zeiten des Aufschwunges voran, nimmt die Beute auf die Hörner und schleudert sie hoch. Doch eines ist immer gleich: Nur wer zum richtigen Zeitpunkt die richtige Entscheidung trifft, geht als Sieger vom Parkett. Mit diesem Notizbuch mit edlem 3-D-Silikoncutting ist der nächste Aufschwung bereits eingeplant. Alles klar zur Hausse!

* mehr Erfolg

Löwenstark: Das löwenstarke Business-Paket für die Jagd im Web

Idee
und
Praxis



Die Zielgruppe aufspüren, beharrlich sich an ihre Fährte heften und präzise zuschlagen. Klick! Das ist löwenstarke Performance mit Online-Jagdinstinkt, Sicherheit und kreativer Energie. Passend dazu gehen die Online-Löwen jetzt auch mit ihrem Business-Paket auf Neukundenjagd.

Tag für Tag lauern die Wildkatzen mit dem Mousepad direkt vor dem PC. Auf der mobilen Pirsch demonstrieren sie mit der Powerbank das Plus an Durchhaltevermögen, während der RFID-Kartenhalter sensible Daten zuverlässig schützt. Jambo!

* mehr Erfolg

LOROWERK: Treue Kunden in der Pipeline

Idee
und
Praxis



Klick! Dieser USB-Stick ist ein Memory-Tool im wahrsten Sinne des Wortes: Ein Blick genügt und schon ist LORO als führender Entwickler und Produzent von Entwässerungssystemen dauerhaft gespeichert. Auf dem Stick finden Architekten, Planer und Installateure technische Daten zu den LORO-Produkten. Die hochwertige Gestaltung macht nicht nur den Werbeartikel, sondern auch die Marke besonders begehrenswert. Alles klar zum Daten und Image-Transfer!

* mehr Erfolg

LVM-Versicherung: Aufgepasst! Hier spielt die Zukunft

Idee
und
Praxis



Stopp, achten Sie auf Kinder! Der im Corporate Design der LVM Versicherung gestaltete Blickfang ist mit wenigen Handgriffen aufgestellt und dann kaum noch zu übersehen. Eltern und deren fröhlich tobender Nachwuchs spielen nicht nur als Zielgruppe eine wichtige Rolle, sondern sind auch echte Sympathieträger. Entsprechend groß ist das Interesse der Vertrauensleute, sich bei lokalen Veranstaltungen zu präsentieren.

* mehr Erfolg

Yello: Gelb gewinnt!

Idee
und
Praxis



Yello ist eines der bekanntesten Energie-Unternehmen in Deutschland. Einen hohen Anteil daran tragen die Werbemittel, die als Markenbotschafter das unsichtbare Produkt Energie emotional greifbar machen und für einen hohen Wiedererkennungsgrad sorgen. Besonderen Kultstatus gewannen die Kaffeetassen, die als „Wachküsser“, „Schauenschläger“ oder „Milchbubi“ die Zielgruppen elektrisieren. Ob Neukundengewinnung oder Mitarbeiterbindung, ob Employer-Branding oder Gewinnaktionen im Social-Media-Bereich – mit unseren Werbemitteln machen wir die Welt ein bisschen gelber!

* **mehr Erfolg**

Erdgas Südwest: Vergrößert auch das umweltfreundliche Image

Idee
und
Praxis



Guck mal, was da läuft! Erdgas Südwest ist nicht nur von der Unternehmensfarbe grün. Mit der Becherlupe schenkt der umweltfreundliche Energieversorger staunenden jungen Kunden überraschende Einblicke in die Natur. Und genau betrachtet vergrößert sich mit jeder Expedition ins Grüne nicht nur die ökologische Einsicht sondern auch der Imagegewinn des Unternehmens.

* mehr Erfolg

J. S. Logistics: Alles paletti in der Werbe-Logistik

Idee
und
Praxis



Zur richtigen Zeit am richtigen Ort: Mit dem Paletten-Block lieferte J. S. Logistics ein Paradebeispiel für aufmerksamkeitsstarke Werbung in der Transport- und Logistik-Branche. Effektiv klotzt der vierseitig bedruckte Block auf dem Kunden-Schreibtisch. Sollte die Mini-Holzpalette leer sein, muss sie nur getauscht werden. Darüber hinaus hat J. S. Logistik mit Tasse und Kugelschreiber gleich noch zwei weitere Werbeartikel auf Lager.

* mehr Erfolg

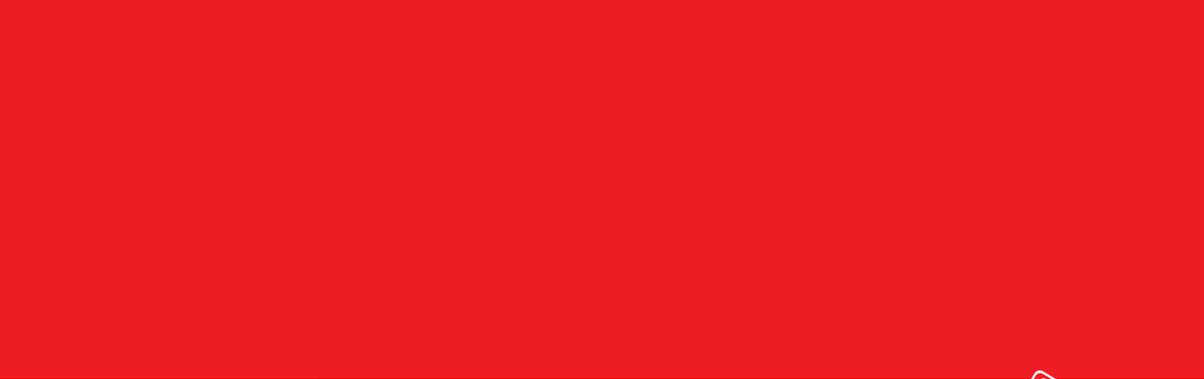
Oculentis: Der Hingucker fürs bessere Sehen

Idee
und
Praxis



Das müssen Sie sich einmal vor Augen halten! Jedenfalls wenn Sie Augenarzt oder ein Patient sind, der unter einem Grauen Star leidet. Für diese Zielgruppe bietet Oculentis ein breites Programm an implantierbaren LENTIS Intraokularlinsen. Doch so individuell die menschlichen Augen, so vielseitig sind die Möglichkeiten. Für den besseren Durchblick wurde ein spezielles Vertriebstool entwickelt, das die einfache Anwendung klar und deutlich veranschaulicht. Plötzlich sieht die komplizierte medizinische Welt ganz anders aus.

* mehr Erfolg



WIR:DIE6 

Gesellschafter des Profi-Netzwerks
der Werbeatikel-Unternehmer