



Norbert Hertlein (l), Ex-K+M-Chef, und Günther Sperber, elasto form.

## K+M-Messe, Obertshausen

# „Die Magie der Werbemittel“

■ Erfolgreich, etabliert, effektiv – die Messe von K+M Werbemittel erfreut sich bei Lieferanten und Kunden des Unternehmens gleichermaßen großer Beliebtheit. Das Konzept: Im großzügigen Showroom der Obertshausener präsentieren Lieferanten und Trends, die dann auch nach der Veranstaltung noch in den Regalen bleiben, um Gästen der Werbeartikelagentur Lust auf haptische Werbung zu machen.

Die diesjährige Frühlingmesse fand am 20. Februar 2014 statt, und erneut ist es dem 45-köpfigen Team um Geschäftsführer Stéphane Hennig gelungen, eine attrak-

tive Veranstaltung aus dem Hut zu zaubern. Unter dem Motto „Die Magie der Werbemittel“ wurden Gäste aus ganz Deutschland ins Rhein-Main-Werbemittelzentrum nach Obertshausen geladen, wo 65 Aussteller – oft vertreten durch Inhaber, Geschäftsführer oder Vertriebsleiter – im K+M-Showroom Auszüge aus ihren Programmen präsentieren. Der Veranstaltungslogan wurde durch einige Dekoelemente illustriert, zudem sorgte Zauberer Frank Zick mit manchen Tricks für verblüffte Gesichter. „Frank ist ein Kunde von uns, dem wir geraten haben, ein Geduldsspiel von Selter – die ‚Schatztruhe‘ – als Werbeartikel zur Neukundenak-

quise einzusetzen“, erläutert Hennig, wie er auf das Motto der diesjährigen Messe kam. „Die Aktion erwies sich als erfolgreich, da sich viele Kunden lange mit dem Produkt und der ‚Message‘ beschäftigen. Genau darin liegt die ‚Magie von Werbeartikeln‘. Sie wecken Interesse und generieren Aufmerksamkeit wie kein anderes Werbemedium. Und das wollten wir auch auf unserer Messe den Besuchern vermitteln.“

Offenbar ist die Botschaft angekommen. 350 Personen besuchten den K+M Showroom, schon früh am Morgen – die Messe startete um 9.00 und ging bis 19.00 Uhr – herrschte reger Andrang, der erst ganz zum