

Barbara Soehngen (l.) und die Kunden hatten viel Spaß bei der Erkundung werblicher Sinnesreize.



Sehen, hören, fühlen, schmecken, riechen: Alle fünf Sinne standen im Mittelpunkt bei der Hausmesse von top display.

## TOP DISPLAY LUD EIN

# JEDE MENGE WERBE-REIZE

Die Werbemittelberater des Hamburger Unternehmens top display luden im August zu ihrer zweiten Hausmesse im Jahresturnus. Themenschwerpunkt der Veranstaltung waren diesmal die multisensorischen Qualitäten des Werbeartikels: So lautete denn auch das Motto: „Reiz der Sinne“.

**A**uch beim jüngsten Event zeigte sich die Kreativität des top-display-Teams bei der (diesmal äußerst reiz-vollen) Umsetzung ihres Leitthemas. Von der Konzeption bis zur Ausgestaltung ergab sich ein stimmiges Bild. Im betont persönlichen Ambiente der eigenen Räumlichkeiten wurden die 128 Gäste aus 65 Unternehmen (davon 10 Prozent Neukunden) mit zahlreichen „Schlüsselreizen“ – den ganz besonderen Qualitäten der Werbeartikel gegenüber anderen Werbeformen – vertraut

gemacht. Reichlich Anschauungsmaterial lieferten die 14 Herstellerpartner, die gemeinsam mit den 12 top-display-Beratern das spezifisch sinnlich erfahrbare Erlebnis und die damit verbundene nachhaltige Werbewirkung ihrer Produkte herausstellten.

### IMMER NEUE IDEEN

„Wir haben die Themen ‚Reizpotenzial und Werbewirkung der Werbeartikel‘ bewusst kombiniert, um unseren Kunden und Interessenten die Möglichkeit zu geben, den

starken Zusammenhang auf reizvolle Weise zu erleben“, betont Geschäftsführer Gordien Daub und ergänzt: „Damit unterstreichen wir auch unser Leistungsversprechen, unsere Kunden qualifiziert zu beraten und Werbeartikel für sie und ihre Kunden zu entwickeln, die sich wohltuend von der breiten Masse abheben und werbestarke Einsatzmöglichkeiten schaffen.“ So zeigen die top-display-Veranstaltungen immer neuen Einfälle, die sich wie ein roter Faden facettenreich durch alle Elemente ziehen, von der Einladungskarte über Produktauswahl und -präsentation bis hin zu der individuellen Beratung der Kunden. „Es reizt uns, ständig neue Ideen zu entwickeln und mit unseren Kunden im Gespräch zu sein“, betont Gordien Daub. „Das ist auch unser Anspruch und unsere Kunden erwarten es von einem starken Partner an ihrer Seite.“

### OPTIMISTISCH IN DIE ZUKUNFT

„Wir haben eine gute Mischung aus Kunden und neuen Kontakten“, kommentiert Geschäftsführerin Barbara Söhngen. Entsprechend gut war auch die Stimmung seitens der Aussteller angesichts der Vielzahl und Qualität der Beratungsgespräche. „Die Zahl konkreter Angebotsanforderungen oder Auftragserteilungen war zudem ein messbares Ergebnis und Ausdruck einer überzeugenden Teamleistung“, so Söhngen weiter. Sie und ihr Partner Gordien Daub sehen top display deshalb auch auf einem guten Weg: „Unser vorrangiges Ziel ist die Intensivierung der Neukundengewinnung und Erschließung neuer Marktsegmente. Durch Beratungskompetenz, kundenorientiertes Denken und Kreativität haben wir uns kontinuierlich und erfolgreich entwickelt. Gemeinsam mit unseren Kunden und Lieferantenpartnern haben wir viele Projekte erfolgreich durchgeführt. Die Resonanz unserer Kunden ist ausgesprochen gut und bestärkt uns in unserer Zielsetzung und Vorgehensweise.“ Dazu zählt auch die jüngste Hausveranstaltung, die auch diesmal ein anschauliches wie gleichsam erfolgreiches Muster in Sachen Kundennähe und Werbung für den Werbeartikel lieferte. [www.top-display.de](http://www.top-display.de) <