



Mit allen Sinnen auf Kundenwünsche eingestellt: das top display-Team mit Lieferantenpartnern.

top display Reiz der Sinne, Hamburg

## Greifbar in Szene gesetzt

Zweimal im Jahr steckt das gesamte top display-Team die Köpfe zusammen, um ein originelles Motto für die jeweils im Frühjahr und Herbst organisierte Produktschau auszutüfteln. Auf der Veranstaltung am 28. August 2013, die wie gewohnt in den Räumlichkeiten der Hamburger Werbearti-

kelagentur stattfand, wurde der Fokus auf die fünf Sinne Sehen, Schmecken, Fühlen, Riechen und Hören gelegt. „Es reizt uns, ständig neue Ideen zu entwickeln und mit unseren Kunden im Gespräch zu sein“, betont Geschäftsführer Gordon Daub. Hans Thiele, zuständig für Strategie und Ge-

schäftsentwicklung, ergänzt: „Wir möchten unsere Kunden überraschen und jedes Mal aufs Neue begeistern. Gelingt uns das, bleiben die Veranstaltung und somit auch wir als starker Partner langfristig im Gedächtnis.“

Bereits kurz nach der Begrüßung wurde der Tastsinn der Gäste herausgefordert: Es galt, einen Gegenstand in einer Box zu erfühlen. Beim anschließenden Gang durch die Ausstellung machten die Besucher den Gegenstand mit etwas Glück ausfindig und gaben einen Tipp ab. Als Hauptgewinn lockte ein Dinner im Dunkeln, das die Sinne schärft.

Buchstäblich greifbare Erlebnisse gab es für die nach offiziellen Angaben insgesamt 128 Kunden aus 65 Unternehmen an den Ständen der 14 Aussteller zu entdecken. Von kulinarischen Spezialitäten über Giveaways mit außergewöhnlicher Oberflächenstruktur bis hin zu tonangebenden Präsentideen wurde die gesamte Bandbreite multisensorischer Werbeträger abgedeckt. Elf der ausstellenden Lieferantenpartner holte top display dazu zum ersten



Seniorchef Hans Daub (r) animierte die Besucher dazu, in die „Blackbox“ zu greifen und den Gegenstand in der Kiste zu ertasten.

