

Online ist weiterhin im Aufwind, das lässt sich mittlerweile kaum abstreiten. In allen Lebens- aber auch Geschäftsbereichen haben sich digitale Kommunikationsinstrumente ausgebreitet und die wachsende Zahl an diesen Instrumenten und den sich dahinter verbergenden Möglichkeiten lässt einige Jubeln, andere aber auch Stöhnen. Denn eines ist klar – die Flut an Optionen und Entscheidungsvarianten macht das Leben nicht nur einfacher, sondern vor allem schneller und anstrengender. Dabei zeigt sich, dass sich als Gegentrend zum digitalen Wandel der Bedarf an Live-Kommunikation ebenfalls kontinuierlich erhöht.

Wunsch nach effizienter Face-to-Face Kommunikation und emotionaleren Standflächen

In einer Szenarioanalyse mit dem Schwerpunkt B2B-Messen durch den Lehrstuhl für Marketingmanagement der HHL Leipzig Graduate School of Management im Auftrag des AUMA wurden mögliche Zukunftsszenarien bis zum Jahr 2020 eingehend untersucht. Eine der Schlüsselerkenntnisse der Analyse: Die positive Bedarfsentwicklung hinsichtlich persönlicher Kommunikation im geschäftlichen Kontext und damit verbunden das zuneh-

mende Interesse an Live Kommunikations-Erlebnissen haben positive Auswirkungen auf die Nachfrage nach B2B-Messen als persönliche Begegnungs- und Erlebnisplattformen und folglich auch auf die Nachfrage nach Instrumenten, die dabei den erfolgreichen Auftritt ermöglichen und sicherstellen. Die Studie kommt zu der Erkenntnis, dass sich bis zum Jahr 2020 der Trend etablieren wird, „dass vor Ort bei Messerveranstaltungen versucht wird, die Informationsüberlastung weitgehend einzudämmen und dem Wunsch nach effizienter Face-to-Face Kommunikation mit kleineren, emotionaleren Standflächen, an vielen Ecken

Qualität und Service als Garant für erfolgreiche Markenkommunikation

Mobile Präsentationssysteme profitieren vom steigenden Bedarf an Live-Kommunikation.



verfügbaren Entspannungs- und Kommunikationszonen sowie intelligenten Besucherleitsystemen gerecht zu werden.“ Das heißt für den Bereich der mobilen Präsentationssysteme, dass sich die Trends, die wir schon heute bei vielen Produkten ausmachen können, eher nicht radikal verändern werden, sondern in Richtung weiterer Optimierung gehen.

Die vom Werbemittteleinkauf traditionell genannten kaufrelevanten Faktoren bleiben bis auf weiteres:

- Einfaches Auf- und Abbauen
- Stabilität
- Wiederverwendbarkeit und Flexibilität
- Transportierbarkeit
- Zusatznutzen
- Preis-/Leistungsverhältnis

Großunternehmen setzen beim Werbemitteleinkauf vermehrt auf Beratung

Eine repräsentative Studie über die Verwendung von Werbeartikel – 2013 im Auftrag des GWW Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. durchgeführt – brachte auch einige interessante Erkenntnisse zu den Themen „Beratung und Service“ sowie „globaler Wettbewerb“ zu Tage: Großunternehmen nehmen vermehrt Beratung durch Werbeartikelhändler in Anspruch und verlassen sich weniger auf unternehmensinterne Entscheidungen.

Die überwiegende Mehrheit der Entscheidungen für den Werbeartikeleinsatz wird bei den Kleinst- und Kleinunternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitern immer noch überwiegend ohne Beratung getroffen. 81 Prozent des Werbeartikelumsatzes machen heute die Kleinst- und Kleinunternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitern aus. Bei diesen spielen ausländische Produzenten und Importeure kaum eine Rolle. Je größer jedoch das Unternehmen, desto häufiger werden auch außerhalb Deutschlands Werbeartikel bezogen.

Insgesamt geben die Indikatoren für den Markt der mobilen Präsentationssysteme bis zum Jahre 2020 keinen Anlass zum Pessimismus.

Immer noch Platz für neue Ideen

Live-Kommunikation bleibt eine feste Größe als Gegeninstanz zu neuartigen integrierten Kommunikationskonzepten. Bei Emotionalität und Flexibilität gibt es in Sachen Optimierung immer noch Raum für neue Ideen. Das Beratungs- und Serviceportfolio ist bei vielen Anbietern bereits ziemlich exakt auf die jeweilige Kundenklientel zugeschnitten.

Für dieses Themen-Special „Mobile Präsentationssysteme“, das wir in lockerer Folge fortsetzen werden, haben wir ausgewählten Anbietern Gelegenheit gegeben, ein aktuelles Produkt aus ihrem Portfolio vorzustellen und dabei gleichzeitig anzugeben, welche zusätzlichen Service-Leistungen die Kunden erwarten können.



Erfolg mit POS-Medien ist Vertrauenssache!

- erfolgreiche Strategieentwicklung für POS
- innovative POS-Medien
- bestmögliches Preis-/Leistungsverhältnis
- punktgenaue Projektumsetzung
- direkte Umsatzsteigerung
- langfristige Partnerschaft



Permaplay steht mit seinem Team in Beratung, Service und Technik für jahrzehntelange Erfahrung mit innovativen POS-Medien. Wir erarbeiten für Sie gerne kostenlos und unverbindlich Ihre nächste POS-Medienkampagne.

Permaplay Media Solutions GmbH

Aschmattstraße 8
D-76532 Baden-Baden
www.permaplay.de

Phone: +49 (0) 7221 7022220
Fax: +49 (0) 7221 7022229
Mail: info@permaplay.de

isenberg
Warenpräsentation



Wir machen Ihr Produkt



zum **STAR** am P.o.S.

www.isenberg-display.de
facebook.com/isenberg.display Gefällt mir

EgoConcept

Wenn „normal“ zu wenig ist

Ob Präsentationswand, Messestand oder Sonderlösungen für Shop-in-Shop Auftritte, mit dem EgoConcept sind Zeit, Kosten, Größe und Format bis zu einer Höhe von 5,60 Meter kein Thema mehr. Noch nie war es so leicht, sich so vielseitig und facettenreich zu präsentieren. Egal ob nur eine Wand, eine Säule, eine Theke oder eine Kombination aus allem für einen gesamten Messestand. So ist es möglich, mit ein und demselben Systemelementen Wände, Türme, Theken, Podeste, Deckenabhängiger etc. zu realisieren. Für eine Verkleinerung oder Vergrößerung der Standfläche lassen sich einfach Systemelemente entnehmen oder hinzufügen. Vor allem diese Variabilität macht die EgoConcept zur perfekten Lösung für den Messe- und Präsentationsbereich. Die modulare Bauweise erlaubt es, sich spielend leicht an die Möglichkeiten und Bedürfnisse vor Ort anzupassen – egal, ob Präsentationswand, Messestand oder Sonderlösungen für Shop-in-Shop Auftritte. www.egoconcept.de



LA CONCEPT GmbH

EXPOMove Messewand – Flexibilität mit System

Die EXPOMove Messewand ist eine Kombination aus mobilem Präsentations- und Messesystem. Einerseits ist die Messewand sehr platzsparend im Transport, auf der anderen Seite können auch große Flächen mit nur einem System bedient werden. Die Verbindung zwischen Mobilität und einer großen Werbefläche macht die 2,25m hohe Messewand zu einem System, das sowohl im Messe- als auch Promotionbereich eingesetzt werden kann. Als ein Produkt der EXPOMADE Familie kommt die Wand ursprünglich aus dem Messebereich. Basis sind die teilbaren EXPOMADE Ober- und Unterstützen, die jeweils mit einer Bodenplatte stabilisiert sind. Blickdichte Langbahnen werden werkzeuglos per Magnettechnik befestigt. Die frei positionierbaren Stützen, sowie die stabile Druckbahnanbringung erlauben eine individuelle Formgebung. Eine feste Formvorgabe gibt es nicht, so dass jede Wand immer wieder ein flexibles Design ermöglicht – angefangen bei einer geschwungenen Rückwand über eine runde Insellösungen bis hin zum 12 m Eckstand. www.la-concept.de



Mobile Präsentationssysteme für Messe, Event und POS

| | EgoConcept | LA CONCEPT |
|---|------------|------------|
| Bannerdisplays | ● | ● |
| Roll-Ups / Roll-Up Displays | ● | ● |
| Pop-Ups / Pop-Up Displays | – | ● |
| Faltwände/Faltdisplays | ● | ● |
| Mobile Messestände | ● | ● |
| Mobile Theken und Counter | ● | ● |
| Digitale Präsentationslösungen (Pad/Tablet-Ständer, Wandbildschirme/ Bildschirmständer, Stelen) | ● | ● |
| Leuchtdisplays | – | – |
| Outdoor-Systeme | – | ● |
| System-Messestände | – | ● |
| Zusätzliche Services und Dienstleistungen | | |
| Grafik,Layout, Druckvorstufe | ● | ● |
| Messeauf- und abbauservice | ● | ● |
| Großformatdruck | ● | ● |
| Mietservice für Messe-Equipment | ● | ● |
| Lagerservice | ● | ● |
| Beratung | ● | ● |

marketing-displays GmbH & Co. KG

Das doppelseitige LEDlite – Die optimale Präsentation ohne Ghost Image

Das doppelseitige LEDlite ist das neueste Produkt aus dem Hause marketing-displays. Jahrelange Erfahrungen in der Produktion von LED-Displays ermöglichten die Entwicklung einer neuen Leuchtbox, die eine doppelseitige Präsentation ohne Durchscheinen des rückseitigen Posters (Ghost-Image) zulässt. Durch die geringe Bautiefe von 33 mm hat das doppelseitige LEDlite nicht nur eine hochwertige Anmutung, sondern ist zusätzlich auch noch platzsparend einsetzbar. Zudem werden nur hochwertige Marken-LEDs der Firma Osram verwendet, die durch eine hohe Leuchtkraft Plakate optimal darstellen. Befestigt wird das doppelseitige LEDlite durch ein Stahlseil das im Gehäuse eingeschraubt wird. Weitere Produkte aus dem LED-Bereich von marketing-displays sind die beleuchteten TEXFRAMES und die LED-Leuchtbox Slimline für Wandmontage oder Einbau.
www.marketing-displays.de



VKF Renzel

VKF Renzel bringt „Kontur“ in mobile Präsentationssysteme

Mit dem neuen Rollbanner „Kontur“ wird die Produktpräsentation zu einem echten Highlight. Dieses außergewöhnliche Rollup-Display basiert auf der Technik des bewährten Rollbanners „Stick“ der VKF Renzel. Durch den neuen Konturschnitt erreicht das Rollbanner eine besonders aufmerksamkeitsstarke Optik. Das Display wird mit einem Banner im hochwertigen Digitaldruck (1.440 dpi) auf blickdichtem Rollup-Material ausgestattet und nach Kundenwunsch konfektioniert. Gern übernimmt die hauseigene Grafikabteilung der VKF Renzel auch die Gestaltung des Rollup-Displays. Zu den idealen Einsatzbereichen zählen Messen, Ausstellungen, Seminare, Präsentationen oder der POS.
www.vkf-renzel.de



marketing-displays

VKF Renzel

| | |
|---|---|
| ● | ● |
| ● | ● |
| – | ● |
| ● | ● |
| ● | ● |
| ● | ● |
| ● | ● |
| ● | ● |
| ● | ● |
| ● | ● |
| – | ● |
| – | – |
| – | ● |
| ● | ● |
| – | – |
| ● | – |
| ● | ● |