

event

guide '23

15. MÄRZ 2023 BONN, WCCB

HAPTICA®

ERLEBNISWELT HAPTISCHE WERBUNG

'23
LIVE



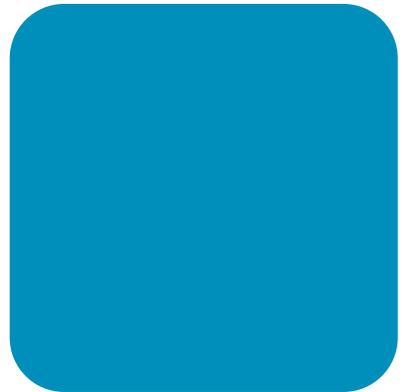
EINTRITT FREI Anmeldung erforderlich unter www.haptica.live/anmeldung



RIDGE
RECYCLED




POST-CONSUMER
RECYCLED PLASTIC



 RITTER CARES



MICHAEL SCHERER (r), Geschäftsführender Gesellschafter WA Media, und **TILL BARTH**, Objektleiter HAPTICA® live.

GUTES GEFÜHL

Jeder, der etwas verkauft, weiß, dass das Herz näher am Portemonnaie ist als das Hirn, dass der Bauch Kaufentscheidungen trifft, die der Kopf anschließend rechtfertigt, dass es also im Marketing darauf ankommt, die Gefühlswelt der Menschen zu erreichen. Wie kein anderes Medium steht haptische Werbung dafür, Gefühle auszulösen, zum einen wörtlich auf taktile Ebene – die Zielgruppe erfühlt Botschaften –, zum anderen auch im übertragenen Sinn auf emotionaler Ebene. Werbeartikel wecken Emotionen, und zwar in besonderem Maße solche, die bei der Anbahnung eines Kaufprozesses eine entscheidende Rolle spielen: nämlich Sympathie, Relevanz und Attraktion.

Letzteres ist das Ergebnis einer 2022 veröffentlichten Studie, die die Emotionsforscher von september im Auftrag des GWW (Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V.) durchgeführt haben. Die wissenschaftliche Studie bestätigt die empirische Erfahrung: Überall dort, wo Menschen mit haptischer Werbung in Form von Prämien, Danksagungen, Merchandising, Employer Branding & Co. in Verbindung kommen, entfaltet sich schnell eine ausgesprochen positive Atmosphäre. Bestes Beispiel dafür ist die HAPTICA® live, die unser Team von WA Media seit nunmehr 11 Jahren durchführt und mit der wir der konkretesten aller Werbeformen eine Bühne bieten, damit Profis aus Marketing, Einkauf, Kreation und Kommunikation, aus Agenturen und dem Werbeartikelhandel einen Eindruck von der Vielfalt, Effizienz und Kreativität haptischer Werbung erhalten.

Am 15. März im Bonner WCCB wird die „Erlebniswelt Haptische Werbung“ wieder zum Fest der guten Gefühle werden. Dazu tragen die unterschiedlichen Bausteine der Veranstaltung bei: die zahlreichen renommierten Aussteller mit ihren innovativen Produktneuheiten; die liebevoll inszenierten Best Practice-Beispiele aus der ganzen Welt; die 35 Preisträger des diesjährigen Promotional Gift Award; nicht zuletzt die Referenten, die aus ihrer Marketingpraxis berichten, wie packend haptische Werbung sein kann. Unter ihnen auch Oliver Spitzer, Geschäftsführer von september, der basierend auf der Studie erläutert, warum haptische Werbung effektive Emotionsbooster sind.

Ergänzend zum Live-Feeling bieten wir mit der neuen Digitalplattform HAPTICA®//ONLINE ein effektives Online-Tool zur Vor- und Nachbearbeitung der Messe. Der Live-Besuch selbst ist wie immer kostenfrei. Lediglich eine Anmeldung über die Homepage **www.haptica.live** ist erforderlich.

Ein gutes Gefühl, Sie bald in Bonn begrüßen zu können!

INHALT

3 GRUSSWORT

Gutes Gefühl

6 IDEE & KONZEPT

House of Haptics

12 VORTRAGSPROGRAMM

Live on stage

18 PROMOTIONAL GIFT AWARD

Ausgezeichnete Aktivierung

26 BEST PRACTICE

Die Idee macht's

32 HAPTICA®//ONLINE

Ganzjahresplattform für Werbeartikel

38 AUSSTELLER & HALLENPLAN

Wer wo was präsentiert

92 SERVICE & NETZWERK

Wissenswertes

IMPRESSUM

Herausgeber

WA Media GmbH
www.waorg.com

Geschäftsführung

Michael Scherer

Objektleitung HAPTICA® live

Till Barth

Redaktion

Sophia Arnold, Till Barth, Dr. Mischa Delbrouck (Leitung), Dr. Andreas Haller, Saskia Karbowiak, Helen Lorenz, Jasmin Oberdorfer, Claudia Pfeifer, Heike Pohl, Klara Walk, Lars Wiekling

Grafik

Jens C. Friedrich, Thomas Gebhard, Sabine Klüser, Beke Milas

Urheberrechte

Die im Eventguide zur HAPTICA® live '23 veröffentlichten Beiträge genießen urheberrechtlichen Schutz. Artikel können nur mit Genehmigung des Verlags übernommen oder veröffentlicht werden. Das gilt für alle Medien.

Druck

Westermann Druck GmbH
Klaus-von-Klitzing-Straße 2
D-76829 Landau in der Pfalz

Gerichtsstand ist der Sitz
des Verlags.

Datenschutzerklärung

www.waorg.com/datenschutz

daiber



WE ♥ TEXTILES SINCE 1912

CREATE A BRAND WITH US

TEXTILE WERBEMITTEL // BY DAIBER.DE

myrtle
beach

JAMES &
NICHOLSON

0%

A stylized graphic of a percentage sign. The '0' is a solid white circle. The '%' symbol is composed of multiple concentric white lines that form a circular shape, with the lines being thicker at the top and bottom and thinner on the sides, creating a sense of depth and movement.



Idee

& Konzept



HOUSE OF HAPTICS

Haptische Werbung ist der heimliche Star vieler Kampagnen. Ob als Merchandising, Prämie oder Zugabe, als Giveaway oder Fundraising-Tool, ob als Erklärhilfe, Beziehungstifter oder Botschafter für Markeninhalte und politische Themen – Marketing zum Anfassen ist überall und glänzt mit hohen Sympathie- und Recall-Werten, ist zielgruppengenaue, kosteneffizient und nicht zuletzt hochsympathisch. Das gilt auch und v.a. im Benchmark mit anderen Werbemedien. Haptische Werbung schafft Verbindung zu Zielgruppen, wo andere Kanäle häufig ins Leere laufen.

Vorteile, die immer noch vielen Werbeprofis zu wenig bewusst und präsent sind oder die sie nicht ausreichend für sich nutzen können, da ihnen die notwendigen Tools für zielgruppengenaue Werbeartikeleinsatz nicht bekannt sind. „Wo finde ich Produkte, die meine Marke und meine Botschaften transportieren?“ Nun, willkommen auf der HAPTICA® live!

Die „Erlebniswelt Haptische Werbung“ schafft in der Fülle der Angebote, dem Wust der Anbieter und Plattformen eine Orientierungshilfe und macht gleichzeitig Lust auf die Power der gegenständlichen Kommunikation. Deshalb ist sie auch nicht „nur“ eine Messe, sondern eine Plattform für Fachwissen, Ideen und Impulse, und zwar eine, deren Besuch nicht nur informativ ist, sondern Spaß macht. Sie ist ein „House of Haptics“, das die Wirksamkeit der haptischen Werbung in all ihren Facetten abbildet, und das seit seiner Premiere im Jahr 2013 von allen geschätzt



wird, die sich professionell mit haptischer Werbung auseinandersetzen. Werbeartikelberater sind mit und ohne Kunden ebenso willkommen wie Werbeagenturen, Marketing- und Druckdienstleister sowie die werbetreibende Industrie. Letztere nutzt die Plattform besonders intensiv. In den vergangenen Jahren kamen etwa zwei Drittel der Besucherinnen und Besucher von DAX-Konzernen ebenso wie von Hidden Champions, Behörden, NGOs oder KMU.

MIT ALLEN SINNEN EINTAUCHEN

Am 15. März 2023 präsentieren im World Conference Center Bonn (WCCB) wieder Aussteller aus allen Produktbereichen (Ausstellerliste, Hallenplan und Details zu den Ausstellern ab S. 40) Highlights und Trends aus ihren Sortimenten. Etablierte Marken und junge Start-ups, Generalisten und Spezialisten bieten einen vielseitigen und gleichzeitig kompakten Überblick über das Ange-



„Unsere Behörde ist häufiger in größerer Teamstärke hier vertreten, weil die Messe eine gute Inspirationsquelle für uns ist.“

Yvonne Töpfer, Bundesanstalt für Ernährung und Landwirtschaft



„Wir besuchen regelmäßig die HAPTICA® live – Location, Präsentation und Messeformat stimmen für uns einfach.“

Michael Kirschner, Barmenia Krankenversicherung

bot im Markt – ob Giveaway oder hochwertiges Präsent, ob Textilien, Schirme oder Taschen, ob Schreibgeräte, Notizbücher oder Trinkgefäße, ob Schokolade oder Elektronik, ob umweltfreundliche Lösung oder maßgeschneiderte Sonderanfertigung. Wer ins Universum der HAPTICA® live eintaucht, kann nach Herzenslust anfassen, ausprobieren, riechen und schmecken, kann sich umfassend beraten lassen und vielleicht gemeinsam mit Kunde oder Servicepartner über anstehende Projekte brainstormen.

IDEEN, KAMPAGNEN UND KONZEPTE

Bei aller Vielfalt bleibt jedoch genug Zeit, neben den Ständen der Lieferanten auch noch das Rahmenprogramm zu besuchen – denn dort gibt es die richtige Ergänzung zur Produktrecherche: Ideen und Konzepte für die Praxis. Im Vortragsforum in der Halle sprechen wie jedes Jahr Vertreter renommierter Unternehmen und Organisationen über ihre Erfahrungen mit haptischer Werbung (s. auch S. 14 ff.). Martin Schittko von Eintracht Frankfurt, Max Pözl vom Wacken Open Air, Michael Witzorrek von Fendt und Albert Tuemann von den Special Olympics geben Einblicke in ihre Merchandising-Konzepte, während Oliver Spitzer vom Marktforschungsinstitut september Strategie & Forschung die Ergebnisse einer Studie zur emotionalen Wirkung haptischer Werbung auf ihre Empfänger präsentiert.

Um die kreative Einbindung gegenständlicher Botschafter in Marken- und Kommunikationsstrategien sowie die Emotionalisierung von Zielgruppen geht es auch bei der Best Practice Show im Foyer (F, E5). Internationale Kampagnen werden hier multimedial in Szene gesetzt und konzeptionell erklärt, veranschaulichen so die Vielseitigkeit haptischer Botschafter und dienen gleichzeitig als Inspirationsquelle für eigene Projekte. Mehr dazu ab S. 28.

Noch mehr Anregungen bietet die Ausstellung zum Promotional Gift Award 2023. 35 Produkte und Kampagnen wurden in diesem Jahr mit dem Kommunikationspreis für haptische Werbung

ausgezeichnet und können auf einer eigenen Fläche im Foyer (F, A 1a) begutachtet werden (ausführliche Infos zum Promotional Gift Award 2023 ab S. 20).

Wer seinen Besuch bereits im Vorfeld planen möchte, kann sich kostenlos auf HAPTICA®//ONLINE, der digitalen Verlängerung der HAPTICA® live, registrieren: Dort gibt es bereits im Vorfeld Infos und Kontaktmöglichkeiten zu allen Ausstellern. Während des Live-Events können Besucherinnen und Besucher ihr Messticket an den Ständen scannen lassen und so ihre „digitale Messetasche“ auf der digitalen Plattform befüllen – auf diese Weise kann der Messebesuch im Anschluss an die Veranstaltung bequem nachbereitet werden (Details ab S. 34). Die Registrierung auf www.haptica.online ist, ebenso wie der Besuch der HAPTICA® live selbst, kostenlos.

Am 15. März öffnen sich von 9 bis 17 Uhr die Tore der „Erlebniswelt Haptische Werbung“. Wer teilnehmen möchte, braucht sich lediglich im Vorfeld über die Homepage der HAPTICA® live anzumelden.

www.haptica.live

DAS PROGRAMM (9 BIS 17 UHR)

// Produktpräsentationen mit Ausstellern aus allen Produktbereichen

// Best Practice-Show mit internationalen Case Studies

// Ausstellung der Gewinnerprodukte des Promotional Gift Award 2023

// Vortragsprogramm mit Insights aus der Marketingpraxis



FEUER & Flamme

DAS GEWINNSPIEL ZUR HAPTICA® LIVE '23

Marketeers und Einkäufer auf Ideensuche finden auf der HAPTICA® live jede Menge zündende Ideen, die die Begeisterung für haptische Werbung entfachen. Und mit etwas Glück gibt's sogar ein ganz persönliches Highlight für zu Hause zu gewinnen.

Ob in lauen Sommernächten auf Terrasse oder Balkon oder im warmen Wohnzimmer zur Winterzeit – das Tischfeuer Spin der Allgäuer Designschmiede Höfats verzaubert jede Situation mit begeisternden Lichteffekten und wohliger Wärme. Befüllt mit Bioethanol, brennt Spin sicher, geruchlos, rauchfrei und nachhaltig.

Promotion Products, das Fachmagazin für haptische Werbung, verlost das Tischfeuer insgesamt zehnmal unter den Besucher:innen der HAPTICA® live.

**MITMACHEN
UND
GEWINNEN!**

Zur Teilnahme am Gewinnspiel senden Sie einfach bis zum 3. März eine E-Mail mit dem Betreff „Feuer & Flamme“ an gewinnspiel@promotion-products.biz oder tragen Sie sich unter www.promotion-products.biz ein.

Teilnahmevoraussetzung ist die Registrierung zum kostenfreien Besuch der **HAPTICA® live '23** unter www.haptica-live.de/anmeldung. Die Gewinner werden per Mail benachrichtigt und erhalten ihren Gewinn auf der HAPTICA® live '23 am 15. März in Bonn. Viel Glück!

Teilnahmebedingungen unter:
www.promotion-products.biz/Teilnahmebedingungen.pdf

12





WORTTRAGS-
programm



Die Merch-Kollektion von Eintracht Frankfurt setzt Schwerpunkte in Sachen Lifestyle, Nachhaltigkeit und Regionalität.



Mehr als 400 Artikel für die Nutzer der Landmaschinen sowie Fans und deren Familien umfasst das Sortiment von Fendt.



Haptische Botschafter rund um die Special Olympics begeistern Fans und Athleten.

LIVE ON STAGE

Die HAPTICA® live ist bekannt dafür, dass sie der haptischen Werbung eine Bühne bietet – und zwar buchstäblich: Das Vortragsforum ist fester Bestandteil der „Erlebniswelt Haptische Werbung“, die jedes Jahr mit einem spannenden, hochkarätigen Line-up aufwartet. So breit gefächert das Spektrum der Speaker ist, das Thema ist immer das gleiche: haptische Werbung. Auf der HAPTICA® live '23 wird es auf der Vortragsbühne wieder vielfältig, zuweilen laut und nicht zuletzt hochemotional.

In diesem Jahr finden in Berlin die Weltspiele der Special Olympics statt. Als weltgrößte Bewegung des Sports für Men-

schen mit geistiger Behinderung bringen die Special Olympics Athletinnen und Athleten aus aller Welt zusammen und setzen sich für mehr Anerkennung und Teilhabe ein. Inklusion steht auch beim Merchandising-Sortiment im Fokus, für das die Organisatoren auch schon mal das Logo der Spiele zerschneiden und zu Mode verarbeiten lassen, die unter den Sportbegeisterten reißenden Absatz findet. Mehr verrät Albert Tuemann, CMCO im LOC (Organisationskomitee) von Berlin 2023.

Sportlich ist auch das Thema von Martin Schittko, der als Bereichsleiter Merchandising das Fanartikel- und Merchandisinggeschäft von Eintracht Frankfurt verantwortet. Mit rund 115.000 Mitgliedern spielt der Traditionsverein nicht erst seit der gewonnen Europa League ganz vorne mit. Entsprechend breit gefächert ist das Angebot im Fanshop der Frankfurter, der sich seit einiger Zeit bewusst regional und nachhaltig positioniert.

„Es ist interessant, zu sehen, wie andere Firmen im Marketing aufgestellt sind. Außerdem machen die Vorträge den Messetag noch abwechslungsreicher.“
Sara Schönfeldt und Klara Peters, Pax Bank

Um Fans und Live-Events der musikalischen Art – und zwar von der harten Sorte – geht es im Vortrag von Max Pözl, Director Marketing & Brand Partnership bei ICS Network, den Machern des Wacken Open Air, kurz W:O:A. Nach zwei Jahren coronabedingter Pause trafen sich im August letzten Jahres mehr als 83.000 Metalheads zur 31. Ausgabe des Festivals mit dem Motto „Louder than Hell“. Im Moshpit mit dabei: gegenständliche Botschafter, die dem Publikum nicht nur die Bands, sondern auch Sponsoren wie Globetrotter, Haribo, Krombacher und Harley-Davidson nahegebracht haben.

Heavy Metal auf dem Acker – wenn auch in ganz anderem Sinne – ist auch das Thema von Michael Witzorrek, Brand Manager Merchandise Fendt: Die Marke mit den unverwechselbaren rot-grünen Traktoren gehört zu den führenden Herstellern von Landtechnik und ist nicht nur in Deutschland regelmäßig Marktführer, sondern zählt mit einem Exportanteil von über 60% auch international zu den großen Namen. Am Hauptsitz Marktobendorf im Allgäu entwickelt das Tochterunternehmen der AGCO Corporation nicht nur bahnbrechende Technologien, sondern

auch ein umfangreiches Merchandise-Sortiment, das mit über 400 Artikeln das Thema Landwirtschaft für Fans im Alter von 0 bis 99 Jahren emotionalisiert.

Warum gerade dieses Emotionalisieren mit haptischer Werbung so hervorragend funktioniert, weiß Oliver Spitzer, Managing Director von september Strategie & Forschung: Das Marktforschungsinstitut hat im Auftrag des GWW (Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V.) eine Studie zur emotionalen Wirkung von Werbeartikeln durchgeführt. Die Ergebnisse haben selbst die Profis regelrecht „schockiert“, belegen sie doch, wie attraktiv, sympathisch und relevant haptische Werbung auf ihre Empfänger wirkt. Werbeartikel, so Spitzer, können so viel mehr als lange beim Besitzer zu bleiben – wenn man es richtig angeht.

Viel Input, viele Ideen und Impulse also für alle, die Marke und Messages mit haptischer Werbung kommunizieren möchten. Das Vortragsforum beginnt um 10:30 Uhr mit dem Vortrag von Oliver Spitzer. Die Teilnahme ist, wie der gesamte Besuch der „Erlebniswelt Haptische Werbung“, kostenlos.



Mit wissenschaftlichen Methoden hat september Strategie & Forschung im Auftrag des GWW die emotionale Wirkung von haptischer Werbung gemessen.



Spielwiese fürs Marketing: Beim W:O:A mischen zahlreiche Sponsoren über Merchandising im Moshpit mit.

DIE REFERENTEN



MARTIN SCHITTKO

// Jahrgang 1986, stieß vor zehn Jahren nach einem Bachelor-Studium im Bereich Sportmanagement an der Ostfalia – University of Applied Sciences zu Eintracht Frankfurt. Nach Stationen in Werbung und Kommunikation sowie als Abteilungsleiter Vertrieb B2C wurde er 2021 Abteilungsleiter Produkt/Lizenzen und verantwortet seit 2022 als Bereichsleiter Merchandising das Fanartikel- und Merchandising-geschäft des Vereins. Er ist verheiratet und hat zwei Kinder.



OLIVER SPITZER

// Oliver Spitzer ist Managing Partner der september Strategie & Forschung GmbH. Nach einigen Jahren in internationalen Werbeagenturen, dem Studium der Psychologie und der kontinuierlichen Weiterentwicklung der angewandten Emotionsforschung hat er seinen Schwerpunkt heute in der Beratung von Marken und Unternehmen. Fokus ist stets die emotionale Performance von Kampagnen und Kommunikation.



ALBERT TUEMANN

// Jahrgang 1972, startete nach dem BWL-Studium an der TU Berlin und diversen ehrenamtlichen Tätigkeiten in der Berliner Vereinswelt seine berufliche Karriere bei Lufthansa Systems. Seit mehr als 15 Jahren ist er als klassischer Marketer und Kommunikator tätig, u.a. bei Daimler, Skoda oder FischerAppelt. Seit 2019 fungiert er als CMO der Special Olympics World Games Berlin 2023.



MICHAEL WITZORREK

// Jahrgang 1969, komplettiert seit Mai 2021 als Brand Manager Merchandise Fendt das Team beim Landmaschinenkonzern AGCO im bayerischen Marktobersdorf. Zuvor entwickelte der Branchenexperte u.a. den Bereich Merchandising für den Norddeutschen Rundfunk und gewann für den Sender zwei Mal den Promotional Gift Award. Seit 2015 gehört er der Jury des internationalen Preises für haptische Werbung an.



MAX PÖLZL

// Der gebürtige Österreicher war in jungen Jahren als Snowboard-Profi international unterwegs. Nach Stationen als Manager eines Surf Centers auf den Kanaren sowie bei Forever21 und Red Bull stieß Pölzl 2017 zur Wacken-Familie, kümmerte sich fortan um den Aufbau der Brand-Partnership-Abteilung und holte mit seinem Team Marken wie Krombacher und Red Bull aufs Festival. 2022 übernahm er zusätzlich den Bereich Marketing.

10.30 Uhr // Schlafender Riese: Studienergebnisse zur emotionalen Wirkung von haptischer Werbung

Oliver Spitzer, Managing Director von september Strategie & Forschung

11.30 Uhr // Welchen Beitrag kann Merchandise für Inklusion liefern?

Haptisches Marketing für die Special Olympics

Albert Tuemann, CMCO – Special Olympics World Games Berlin 2023

12.30 Uhr // Das Greenkeeper-Konzept im Merchandising bei Eintracht Frankfurt

Martin Schittko, Bereichsleiter Merchandising bei Eintracht Frankfurt

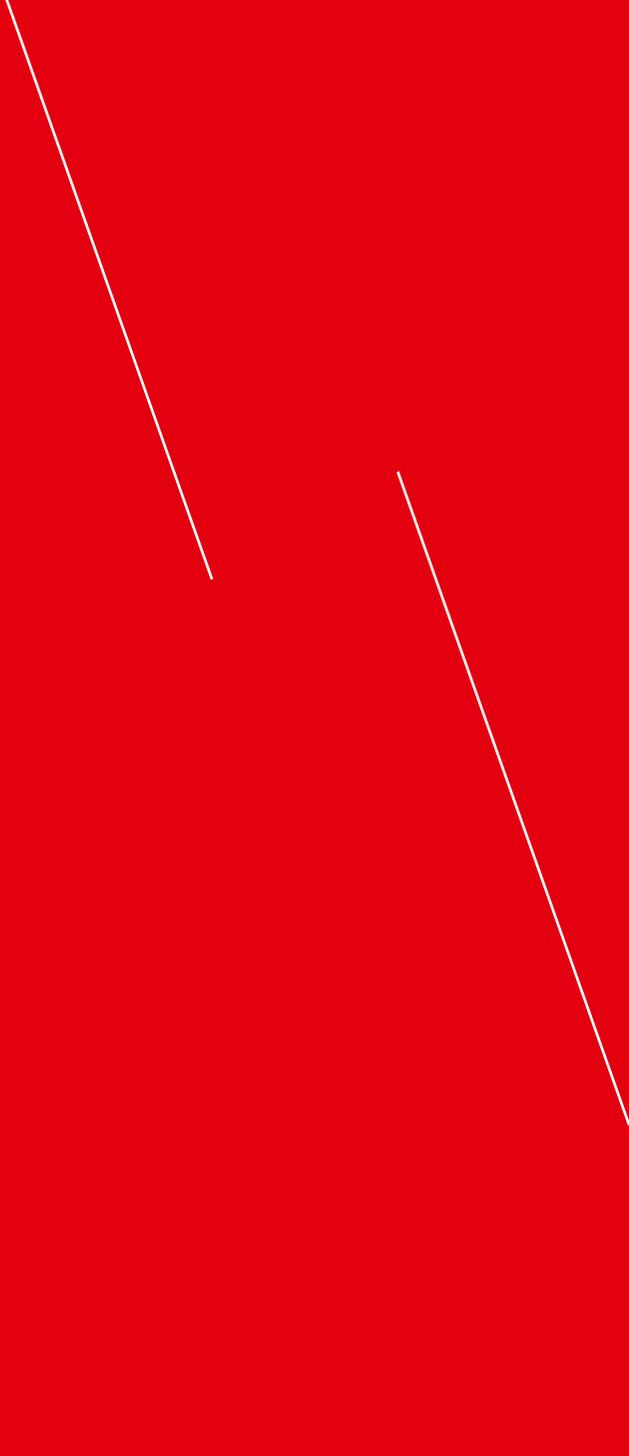
13.30 Uhr // Power braucht der Bauer: Wie Fendt mit zugkräftigen Werbeträgern kleine und große Fans begeistert

Michael Witzorrek, Brand Manager Merchandise Fendt

14.30 Uhr // Faster, Harder, Louder: Welches Merchandise auf dem Wacken Open Air den Ton angibt

Max Pölzl, Director Marketing & Brand Partnership beim Wacken Open Air

18





PROMOTIONAL
Gift Award



AUSGEZEICHNETE AKTIVIERUNG



Wie man Zielgruppen mithilfe haptischer Werbung an Marken bindet und dazu animiert, aktiv zu werden, wie man Kampagnen via Storytelling interessant macht und wie man dem eigenen Unternehmen einen Kreativ-Appeal verleiht, das zeigen Jahr für Jahr die Gewinner des Promotional Gift Awards. Für den Promotional Gift Award 2023 hatten Unternehmen aus zwölf europäischen Ländern ihre besten Produkte und Kampagnen eingereicht, um sie

„Die PGA-Ausstellung bietet die ideale Möglichkeit zu sehen, wie Geschichten mithilfe von Produkten erzählt werden können. Es ist schön, sich von den faszinierenden Einfällen inspirieren zu lassen.“

Thomas Westphal, HDI Pensionsmanagement AG

von den Werbeartikelprofis in der Fachjury beurteilen zu lassen. Zusätzlich wurde erstmals ein Publikumspreis vergeben, für den die interessierte (Fach-)Öffentlichkeit online abstimmen konnte.

Vom Eis am Stiel bis zur dekorativen Feuersäule fand sich einmal mehr die gesamte Breite an Möglichkeiten, die die Vielfalt der haptischen Werbung ausmacht. Besucher:innen der HAPTICA® live können sich auf einer Ausstellung an Stand F, A1a einen Überblick über die 35 Preisträger des diesjährigen Kommunikations- und Designpreis der haptischen Werbung verschaffen.

Seit 20 Jahren wird der Wettbewerb vom Kölner Verlag WA Media veranstaltet. Michael Scherer, geschäftsführender Gesellschafter von WA Media und Jury-Mitglied, zeigt sich erfreut über die in herausfordernden Zeiten ungebrochene Innovationskraft der Branche: „Die Hersteller hatten kaum Möglichkeiten, Neues zu produzieren wegen Lieferkettenproblemen, fehlenden Messen in China usw. Dennoch gab es viel Innovatives.“ Juror Michael Mätzener,

Geschäftsführer der Schweizer Werbeartikelagentur diewerbear-tikel gmbh, attestiert dem Wettbewerb ebenfalls eine durchwegs hohe Qualität, wobei sich die Gewinner als „wirklich außergewöhnlich herauskristallisiert“ hätten. Die Jury, der neben Scherer und Mätzener auch Michael Witzorrek, Brand Manager Merchandise beim Landmaschinenhersteller Fendt, und Martin Zettl, Veranstalter der Werbeartikelmesse mark[eding] in Wien, angehörten, bewertete die Produkte nach den Kriterien Idee, Designqualität, Umsetzung, Nachhaltigkeit und kommunikatives Potenzial.

Witzorrek stellt besonders das Aktivierungspotenzial der haptischen Werbung heraus: „Wir haben z.B. lange darüber diskutiert, ob eine Tasse mit abnehmbarem Holzgriff eine auszeichnungswürdige Innovation darstellt. Im Grunde ist es ja banal, aber sie hat eine tolle Mechanik und Haptik. Sie regt den Spieltrieb an: Man probiert sie aus, man findet sie toll und so bleibt das werbende Unternehmen in Erinnerung.“ Dieser Spieltrieb wird explizit auch z.B. bei dem QR-Puzzle aus Klemmbausteinen aktiviert, um dann einen Schritt weiter zu gehen und in direkten Kontakt mit dem werbenden Unternehmen zu treten: „Jeder, der das Puzzle zusammengesetzt hat, will wissen, was ihm gezeigt werden soll“, erläutert Scherer.

Diese Form der Aktivierung wird auch durch Kampagnen erreicht, in denen der Kunde in eine haptisch verstärkte Geschichte eingebunden wird. Witzorrek zeigt sich beeindruckt von den wohlüberlegten und zielgruppengerecht konzipierten Kampagnen: „Früher hat man einfach irgendeinen Artikel genommen, Logo drauf und fertig. Jetzt zeichnen sich viele Kampagnen durch dezidiertes Storytelling aus.“ Auch Zettl sieht in den Kampagnen das Kreativpotenzial der Branche widergespiegelt: „Ich würde es begrüßen, in der Kategorie Best Practice mehr Einreichungen zu sehen, denn es gibt richtig tolle Sachen am Markt. Es braucht Willen und Mut, das auch herzuzeigen. Der Award ist eine hervorragende Gelegenheit dafür.“

Die Produktpalette bildet nicht nur die Vielfalt auf dem Markt der haptischen Werbung ab, sondern spiegelt auch allgemeine gesellschaftliche Trends wider. In Zeiten des Fachkräftemangels gewinnen die Einsatzmöglichkeiten haptischer Werbung beim Employer-Branding, zur Personalgewinnung und Mitarbeitermotivation an Bedeutung, was insbesondere das Segment hochwertiger Artikel stärkt. Schon seit einigen Jahren ist zudem Nach-

haltigkeit in konstantes Thema. In Zeiten von Erderwärmung und globalen Lieferengpässen spielt die Frage nach regionaler und klimaneutraler Produktion und die Rohstoffgewinnung aus recycelten und alternativen Materialien weiterhin eine wichtige Rolle. Ebenso stechen crossmediale Ansätze, die haptisch-analoge Produkte mit der digitalen Welt verknüpfen, hervor.

Alle von der Jury gekürten Gewinnerprodukte, ebenso wie die Sieger des Publikumspreises, können auf der HAPTICA® live in Augenschein (und in die Hand) genommen werden. Viel Spaß beim Ausprobieren und Entdecken! Eine kleine Vorauswahl folgt auf den nächsten Seiten.

www.promotionaward.com

„Das Coole an der PGA-Ausstellung ist, dass man einen schönen Anblick der Produkte erhält und sie auch anfassen und haptisch erleben kann. Zudem kann man sich viele Anregungen holen.“

Manuel Potter, Potter Promotion GmbH & Co. KG



EIN LICHT IN DER DUNKELHEIT // STREUARTIKEL

Kerzenlicht ist Symbol für Hoffnung, Geborgenheit und Zuversicht. Während der Pandemie 2020 wollte Zogi mit dem *1er-Kerzenbastelset* der Designerin Martina Herzog eine ermutigende Botschaft senden und setzte es unter dem Motto „Love & Light“ als Inhouse-Weihnachts-Mailing ein. Das sorgte für Aktivität und Abwechslung im Lockdown und erzeugte mit einer persönlichen Ansprache und dem sinnlichen Erleben von Wärme, Licht und Bienenwachsduft ein positives Erlebnis.

Das Set besteht aus einer reinen Bienenwachsplatte, die z.T. aus der Zogi Nature-Projektimkerei beeswe.love stammt, einem Kerzendocht sowie einer Bastelanleitung und Sicherheitshinweisen. Verpackt ist es in eine Mappe aus zertifiziertem Naturkarton, der innen und außen individuell und vierfarbig bedruckbar ist. Der Jury gefiel die Verknüpfung der aktivierenden DIY-Idee mit praktischem Nutzen und positiver Botschaft.



MIT KUKA FÜR KUKA // BEST PRACTICE

Der Kunststoffspezialist koziol aus dem Odenwald benutzt Roboter der Firma Kuka, um seine Produkte aus den Spritzgussformen zu entnehmen und an Ort und Stelle zu veredeln. Für eine Kampagne des weltweit agierenden Robotik-Unternehmens aus Augsburg entwickelte die Werbemittelagentur Hagemann daher die Idee *Made with Kuka – made in Germany*. Unter diesem Namen produzierte koziol dann eine Serie nachhaltiger Werbeartikel für Kuka.

Die Serie besteht aus der Trinkflasche *Safe to go*, dem *Pascal Ready-Lunchbox*- und Besteck-Set und der Trinkflasche *Buddy Drink* sowie einem Schneidbrett mit individuellem Kuka-Roboter-Design, das speziell für die Kampagne entworfen wurde. Diese Produkte dienen als Mitarbeiterpräsentate zu Weihnachten, Onboarding-Packages und allgemeines Merchandising. Dass die Werbeartikel mit den Maschinen des werbenden Unternehmens hergestellt werden, fand nicht nur die Jury ein Beispiel für „Storytelling par excellence“.

IN ALLER MUNDE // KOMMUNIKATIVES PRODUKT

Werbemessages, die auf der Zunge zergehen, Firmenlogos, die buchstäblich in aller Munde sind: Das individuelle Stieleis von Mouth Propaganda – am Stiel, aber nicht von der Stange – hat die Jury überzeugt.

Form, Geschmack oder das Branding am Stiel und der Verpackung können von werbenden Unternehmen und Institutionen, die ihre Werbeslogans gerne eisgekühlt unter die Zielgruppe bringen wollen, individuell gestaltet werden.

Das coole Produkt für sommerliche Promotions wird von dem Kölner Unternehmen auf Anfrage produziert. Daher fällt kaum Überschuss an, auch die Verpackung wird möglichst umweltschonend gestaltet, und die generell natürlichen Inhaltsstoffe können auf Wunsch auch in Bioqualität verarbeitet werden. Die einmal angefertigte Eisform lässt sich mehrfach wiederverwenden, sodass Marken ihr Stieleis bei Bedarf einfach erneut in Auftrag geben können.



FEUER UND FLAMME // PREMIUMPRODUKT

Mit seinem Flammenwirbel sorgt *Spin 90* für Gemütlichkeit mit Stil. Das Tischfeuer aus Edelstahl und Glas überzeugt zudem mit seiner Vielseitigkeit: Es lässt sich als Windlicht, Gartenfackel oder Hängefeuer einsetzen. Dank seiner 1.200 W strahlt es genug Wärme ab für kühlere Abende auf der Terrasse oder im Garten. Aber auch in Innenräumen ist eine sichere Verwendung möglich (Zulassung nach DIN EN 16647). Dank dem Brenngel aus Bio-Ethanol von höchster Qualität ist *Spin 90* geruchsneutral und rauchfrei. Mit 225 ml des Gels erhält man eine Brennzeit von ca. 70 Minuten. Im Lieferumfang sind Fuß, Glaszylinder, Flügelkörper, Brenngel-Behälter sowie ein Löschdeckel enthalten. Eine Veredelung ist auf den verschiedenen Bauteilen per Lasergravur möglich.

Das Tischfeuer *Spin 90* eignet sich als hochwertiges Präsent oder als Prämie, aber auch als wärmender Eyecatcher auf Firmen-events entfaltet das Premiumprodukt seine (Werbe-)Wirkung.

ARCHITEKTUR INSPIRIERT DESIGN // MERCHANDISING

Beim Bau der Wiener U-Bahn entwarf der Architekt Otto Wagner in den 1890er Jahren das gesamt künstlerische Konzept des Bauvorhabens. Für die Wiener Linien hat the five elements zusammen mit den Lieferanten framsohn Frottier, Könitz Porzellan und Skarpeta nun die *bau.Art*-Kollektion entworfen. Als zentrale Motive wählte man die unverkennbare, grüne Wandvertäfelung sowie das Schachbrettmuster der Bodenfliesen aus Wagners Bahnstationen.

Die Espressotasse etwa ist im Design der Vertäfelung gestaltet, die entsprechende Untertasse zeigt im haptisch verstärkenden Reliefdruck die schwarz weißen Karos der Bodenfliesen – ebenso wie das in Österreich gewebte Hamamtuch aus Baumwolle. Konsequenter wird das Design auch im Sockenset weitergeführt. Ein Paar zeigt die grüne Wandvertäfelung, das andere Paar die Fliesen. Selbst die Kartonverpackung ist detailverliebt mit architektonischen Otto-Wagner-Elementen gestaltet.



HOCH DIE GLÄSER // VEREDELUNG

Ein Relief, ins Trinkglas eingelassen, ist visuell ein Hingucker und bietet auch ein haptisches Erlebnis. Bisher benötigte man für solche dreidimensionalen Glasveredelungen eine eigens hergestellte Pressform. Die Firma Sahm kann nun mit ihrem Digital-Reliefdruck die gewünschte Individualisierung ähnlich wie bei einem 3D-Druck mit höchster Präzision und Detailgenauigkeit umsetzen. Auf diese Weise können auch kleine Auflagen ab 1.000 Stück preisgünstig realisiert werden. Grafiken und einzelnen Dekorelemente sind völlig frei gestaltbar, per Inkjet-Druck auch in Farbe und mit Einzelnamen.

Die Jury zeigte sich begeistert von den Möglichkeiten dieser Drucktechnik, die dem traditionellen Produktsegment der Trinkgläser einen Innovationsschub beschert, über den sich nicht nur die Zielgruppe der Gastronomen, sondern auch deren Kunden freuen dürften.

WELCOME TO MIAMI // PUBLIKUMSPREIS

Die Lifestyle-Collection *Miami Vibes* von Ford lässt die Herzen von Mustang-Fans höherschlagen, wie auch der zweite Platz beim erstmalig durchgeführten Publikumspreis des Promotional Gift Award 2023 beweist. Sie ist eine Ode an das 1965er Ford Mustang Cabrio, dessen Silhouette die Kollektion prägt. Auch Farbauswahl und Design von Sweatshirt, T-Shirt, Cap, Strandtuch, Keychain, Lanyard, Badelatschen, Drybag & Co. sorgen für Retro-Feeling. Die pastellenen Blau- und Violetttöne mit UV-Effekt sind an die US-Kultserie *Miami Vice* aus den 1980ern angelehnt.

Scheinbar in schlichtem Schwarzweiß gehalten, erstrahlt der Textildruck bei UV-Licht im typisch Miami-Vice-Farbschema – dank des innovativen UV-Changing-Druckverfahrens von cyber-Wear.

Für die Kampagne entwarf Designer Bonny Carrera 1.000 exklusive NFTs, mit deren Hilfe ein alter 1966er Ford Mustang restauriert und anschließend verlost werden sollte.

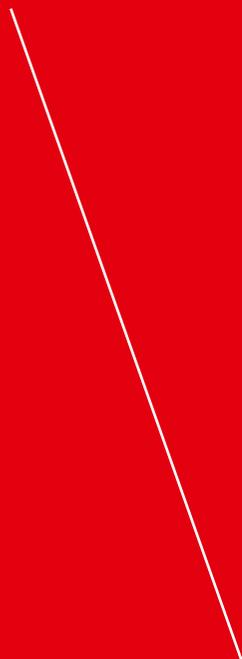


ZIEMLICH GUT ABGESCHNITTEN // SONDERANFERTIGUNG

Das schwäbische Unternehmen Festool-Tauchsägen setzt seit Jahrzehnten Maßstäbe im Bereich handgeführter Elektrowerkzeuge. Zur Markteinführung der neuen Tauchsäge *TS60K* hat Plan Concept zusammen mit dem Werkzeugbauer aus Wendlingen am Neckar die Pizzasäge *TS60K* entwickelt. Der Pizzaschneider mit dem Gehäuse aus ABS-Kunststoff ist eine Nachbildung der originalen Tauchsäge. Die hochwertige Edelstahlklinge schneidet mühelos durch jede Pizza und ist zusammen mit dem Klingenschutz zur Reinigung herausnehmbar. Das praktische Küchenwerkzeug ist für Links- und Rechtshänder gleichermaßen geeignet. Plan Concept hat den Pizzaschneider individuell für Festool entwickelt und gefertigt.

Die Jury freute sich über die Kreativität und konstatierte: „Hier treffen Alltagstauglichkeit und Individualität auf originelle Art und Weise zusammen.“

26

The number '26' is rendered in a bold, white, sans-serif font. The digit '6' is stylized, with its lower curve composed of multiple concentric, slightly offset white lines that create a spiral or tunnel-like effect. The background is a solid, vibrant red.

BEST

Practice



DIE IDEE MACHT'S

Seit Beginn fester Bestandteil der „Erlebniswelt haptische Werbung“, macht die Best Practice Show ihrem Namen alle Ehre. Hier zeigen sich Werbebotschafter von ihrer besten Seite: als Medium mit quasi unendlichem Kreativpotenzial für die zielgruppengerechte Kommunikation. Wie weit dabei das Spektrum spannender Umsetzungen reicht, lässt sich bei den auf der HAPTICA® live präsentierten Cases z.B. anhand zweier Kampagnen zu Musikveröffentlichungen nachvollziehen. So sollte mit der letzten Singleauskopplung der Metalband Slayer wohl ein etwas anderes Publikum erreicht werden als mit dem Album „Metamorphosen“ des Geigenvirtuosen Sven Helbig. Passend dazu ent-

schied sich die Agentur Kolle Rebbe, die Slayer-Single als erste feuerfeste Schallplatte im satanisch designten, abzufackelnden Sleeve herauszubringen, während die Kreativköpfe von häppy für den Release von „Metamorphosis“ Helbigs Geige mithilfe der Experten von Hälssen & Lyon zu einem Tee verarbeiten ließen, um die Musik quasi als entspannenden Aufguss der Zielgruppe einzuschenken.

Wie eindrucksvoll die Wirkmacht des Werbeatikels ist, zeigt sich aber auch in Kampagnen ohne ausgeklügelte Sonderanfertigung oder knifflige Entwicklungsprozesse. Manchmal braucht es für das perfekte Storytelling einfach den passenden Werkstoff, wie das ausgestellte Armband aus Azovstahl anschaulich macht. Und auch Standardartikel wie Flaggen oder T-Shirts verwandeln sich mit zündenden Ideen und entsprechenden Veredelungen in ideale Botschafter fürs Storytelling. So vermitteln die Cases Botschaften mit Nachdruck, rücken Marken ins Rampenlicht, begeistern Betrachtende und liefern – auch dank der liebevollen Aufbereitung und aufwendigen Präsentation des Veranstalters WA Media – Inspiration für neue Konzepte und Kampagnen.

„Die hier vorgestellten Produkte und Kampagnen geben mir jedes Jahr neue Ideen, wie wir als Kosmetikhersteller mit haptischer Werbung kommunizieren können.“

Bettina Uhse, Maxim Markenprodukte

SYMBOLTRÄCHTIGER STAHL

Seit dem erbitterten Kampf um das zur Metinvest-Gruppe gehörende Werksgelände in Mariupol gilt der Werkstoff aus dem Azov-Stahlwerk als eine besonders stählerne Sorte Stahl: „Azov-Stahl“ ist nicht nur in der Ukraine eine Chiffre für den Willen, sich nicht brechen zu lassen. Aus diesem Stahl mit ungewöhnlich hohem Symbolgehalt haben die ukrainische staatliche Spendenplattform United24 und der Metinvest-Mutterkonzern SCM eine ebenso ungewöhnliche Fundraising-Kampagne geschmiedet: Den letzten in Friedenszeiten in Mariupol produzierten Stahl ließen sie zu Armbändern verarbeiten. Mit dem Verkauf über United24 werden Spenden u.a. für die militärische Luftaufklärung gesammelt.



SCHLÜCKCHEN GEIGE GEFÄLLIG?

Keine Lust auf olle Kamille? Für die besondere Note schenkte Hälssen & Lyon Musikliebhabern die zu Tee gewordene Violine von Komponist Sven Helbig in die Tassen. Möglich machte das die Agentur häppy mithilfe des asiatischen Reishi-Pilzes: Reishi wächst auf Zellstoffen wie Holz und zersetzt innerhalb von acht Monaten Helbigs Geige. Aus dem getrockneten und zerkleinerten Teepilz kreierten die Tee-Experten von Hälssen & Lyon unter Zugabe edler Früchte und Gewürze eine ganz eigene Teesorte, die als Limited Edition in einer Auflage von 1.000 Stück herausgebracht wurde. Zur Veröffentlichung des Albums „Metamorphosis“ Anfang 2022 erhielten Helbig-Fans ihre eigene exklusive Tee-Edition.

FAHNEN, DIE WARNEN

Rote Flaggen warnen an Stränden mit starken Strömungen vor der potenziellen Lebensgefahr. Eine unsichtbare Gefahr, die jedes Jahr etwa zehnmals so viele Todesopfer in Deutschland fordert wie das Ertrinken, bleibt dabei jedoch außer Acht: UV-Strahlung. Um der Gefahr präventiv zu begegnen und Strandbesucher rechtzeitig zu warnen, hat Heimat Berlin für die Kampagne „Watch out at the beach“ einen Botschafter mit buchstäblicher Signalwirkung entwickelt: die *Sun Safety Flag*. Dank spezieller Druckfarben ändert die Korona auf der schwarzen Flagge je nach UV-Strahlung die Farbe und zeigt so gemäß des Farbcodes des UV-Index der WHO, ob zusätzlicher Sonnenschutz nötig ist.



BORN OF FIRE

Slayer war eine der erfolgreichsten Metalbands aller Zeiten und zeigte mit Songs über Satan, Serienkiller und Kriegstreiber immer wieder, wie die Hölle klingen könnte. Als Erinnerung an die letzte Konzerttour der Kalifornier erschien Ende 2019 das während der Tour aufgenommene Live-Album „The Repentless Killology“. Den Opening Track „Repentless“ nutzte Kalle Rebbe für die limitierte Sonderedition der sogenannten *Hell-P* – ein auf die Metal-Legende maßgeschneidertes Produkt: die erste feuerfeste Schallplatte. Clou der Aktion: Wer die eingeschweißte Platte hören wollte, musste zunächst die Pentagramm-förmige Schutzhülle abfackeln – mit dem mitgelieferten Streichholz aus dem Mini-Sarg.



HAPTICA® live '23
Stand H, B3

FREUDE SCHENKEN

Bei Niederegger finden Sie für jede Gelegenheit das Richtige.
Lassen Sie unser Marzipan ganz individuell nach Ihren Vorstellungen gestalten.
Unser Einzelversandservice entlastet Sie.



VEGANE PRALINEN IM SCHUBER

frei gestaltbar,
mit Ihrem Logo oder Motiv



MARZIPAN-TORTE IN METALLDOSE

erhältlich in 75g und 185g,
Deckel frei gestaltbar



MARZIPAN-KLASSIKER® MIT IHREM LOGO

oder Motiv,
frei gestaltbar



MARZIPAN-TORTE MIT AUFLEGER

in verschiedenen Größen,
Aufleger frei gestaltbar

J.G. Niederegger GmbH & Co. KG
Zeißstraße 1-7 • 23560 Lübeck, Germany
Telefon: +49 451 5301-285
www.niederegger.de/b2b • b2b@niederegger.de



32





HAPTICA
//Online



In kuratierten Themenspecials zu speziellen Topics wie „Nachhaltigkeit“, „Ostern“, „Eventartikel“ oder „Energiesparen“ können sich User:innen von HAPTICA®//ONLINE unkompliziert einen Überblick über angesagte Produkthighlights verschaffen und auch direkt Anfragen an den Lieferanten stellen.

GANZJAHRESPLATTFORM FÜR WERBEARTIKEL

\\ Mit HAPTICA®//ONLINE haben das österreichische Software-Unternehmen dMAS und das Kölner Verlagshaus WA Media gemeinsam eine ganzjährige digitale Plattform für haptische Werbung geschaffen. Das Portal unter www.haptica.online dient als zentrale Anlaufstelle für alle Belange rund um den zielgerichteten Werbeartikeleinsatz. Dabei setzen die Macher u.a. auf kuratierte Themenspecials und individuell gestaltbare Unterseiten für Werbeartikelanbieter, mit denen sich das Webportal von üblichen Online-Shops abgrenzt. Die Nutzung der Website ist nach erfolgreicher Registrierung kostenfrei.

KNOW-HOW GEBÜNDELT

Schon seit Jahren bringt dMAS alle Beteiligten einer Messe – in der Werbeartikelbranche also oftmals einen oder mehrere veranstaltende Händler, die ausstellenden Lieferanten und die Messebesucher:innen – digital zusammen und vereinfacht damit die Arbeitsprozesse. Der Lieferant scannt einfach am Stand das Messeticket seines Gegenübers und pflegt die Details der Anfrage – Artikel, Farbe, Stückzahl, Veredelungswunsch, Lieferzeitraum etc. – via Tablet in dMAS ein. Die Daten werden dann direkt an den für diesen Kunden im System hinterlegten Händlerpartner weitergeleitet.

Arbeitet dieser die eingegangenen Anfragen zügig ab, bekommen Messebesucher:innen unmittelbar Feedback zu ihren Anfragen. Auf der Grundlage dieses Systems entstand bei dMAS im Laufe der Zeit die Vision einer Ganzjahresplattform für Werbestellen im Netz.

„Die Idee eines Sourcing- und Anfrage-Tools, auf das sich jederzeit ergänzend zugreifen lässt, war schnell geboren, aber uns fehlte noch der richtige Partner für die Umsetzung“, so Othmar Fetz, Geschäftsführer von dMAS. „Wir sind eine Software-Firma und verfügen über Know-how in allen technischen Belangen, aber wir haben keinerlei redaktionelle Erfahrung. Wir brauchten also jemanden, der uns auf inhaltlicher Ebene unterstützt.“ Diesen Partner fand der Software-Spezialist 2021 im Kölner Verlagshaus WA Media, das auch Ausrichter der HAPTICA® live ist. Gemeinsam wurde die md Xchange gegründet und das Projekt HAPTICA®//ONLINE gestartet. Fetz: „WA Media ist ein im Markt der haptischen Werbung sehr geschätzter Medienanbieter, der hochwertigen redaktionellen Content liefert und uns damit ideal ergänzt.“

VON PROFIS AUFBEREITETE PRODUKTANREGUNGEN

Die digitale Plattform HAPTICA®//ONLINE kombiniert Nachrichten aus der Werbestellen-, Promotion- und Merchandisingbranche mit Infotainment, Networking und Produktrecherche. Sie richtet sich sowohl an Entscheider:innen, Marketingspezialist:innen und Einkäufer:innen aus werbetreibenden Unternehmen oder Organisationen als auch an Werbeagenturen, Werbestellenhändler und -lieferanten.

Ein Großteil der Inhalte von HAPTICA®//ONLINE stammt von einer Fachredaktion, die auf haptische Werbung spezialisiert ist. Das sorgt für einen hohen Informations- und Unterhaltungsgrad. User:innen können sich u.a. in den kuratierten Themenspecials inspirieren lassen. Hier werden einmal im Monat zu einem bestimmten Trendthema – beispielsweise Sweets und Snacks, Trinkkultur, Nachhaltigkeit etc. – ausgewählte Produkte vorgestellt. Außerdem gibt es monatlich die Neuheiten aus dem Markt der haptischen Werbung zu entdecken. Die Profis von HAPTICA®//ONLINE treffen



Der Besuch der HAPTICA® live lässt sich auf HAPTICA®//ONLINE vor- und nachbereiten.



Das Team von md Xchange – ein Zusammenschluss von dMAS und WA Media – wird auch auf der HAPTICA® live '23 die wichtigsten Features von HAPTICA®//ONLINE vorstellen und steht beratend für alle Fragen rund um die digitale Plattform für haptische Werbung zur Verfügung.

damit eine Vorauswahl, die wiederum allen Nutzer:innen des Portals die Auswahl erleichtert. Fetz: „Beim Thema Produkte ist es uns wichtig, dass die User:innen nicht überfrachtet werden mit einer Vielzahl ähnlicher Artikel – so wie man es aus herkömmlichen Online-Shops kennt.“ Wer sich konkret für ein Produkt interessiert, kann eine Anfrage stellen. Ist der Lieferant, dessen Artikel in einem der Themenspecials vorgestellt wird, auch mit einer eigenen Seite auf HAPTICA®//ONLINE vertreten, lässt sich dort mehr über das Unternehmen und seine Produkte erfahren.

Die Lieferantenseiten werden von den Unternehmen selbst befüllt. Sie stellen sich, ihre Produkte und Dienstleistungen mit individuellen Texten, Bildern und Videos vor und können stets über Neuheiten informieren. „Diese Aktualität und Nähe zeichnet unsere Seite ebenfalls aus“, so Fetz. Auch im Newsfeed, einem weiteren zentralen Tool der Plattform, gibt es immer wieder Neues aus der Feder von WA Media oder der Lieferanten selbst zu entdecken – von Artikelneuheiten über aktuelle Meldungen aus Markt und Marketing bis hin zu Porträts und Hintergrundstorys.

FEATURES FÜR BESUCHER DER HAPTICA® LIVE

Auf HAPTICA®//ONLINE findet sich auch ein eigener Bereich für die HAPTICA® live. Neben Informationen rund um die „Erlebniswelt Haptische Werbung“ sind dort alle Eventguide-Einträge der Aussteller digital abgebildet. User:innen, die bereits auf dem Online-Portal angemeldet sind, können sich mittels weniger Klicks auch zur HAPTICA® live '23 registrieren. Das Messeticket wird dann auf HAPTICA®//ONLINE hinterlegt. Messebesucher:innen mit einem Account auf HAPTICA®//ONLINE haben zudem die Möglichkeit, eine Liste favorisierter Aussteller anzulegen und den Messebesuch auf diese Weise online vorzuplanen.

Auf der HAPTICA® live am 15. März können Besucher:innen ihr Messeticket an den Ständen scannen lassen und finden diese Interaktionen umgehend ebenfalls auf der digitalen Plattform wieder – so gelingt auch die Nachbereitung der Messe auf HAPTICA®//ONLINE spielend.

www.haptica.online

2 BECHER.
3 DECKEL.
VIELFÄLTIGE
KOMBINATIONEN.



PREMIUM KAFFEEBECHER

Qualität Made in Germany.



- ✓ Doppelwandiger Becher.
- ✓ BPA-frei und ohne gesundheitlich bedenkliche Weichmacher.
- ✓ Lebensmittelechter und geschmacksneutraler Kunststoff.
- ✓ Klimapositiv hergestellt in Deutschland nach höchsten Qualitätsstandards.
- ✓ Produktion mit eigenem Ökostrom und 100% recycelbar.
- ✓ Große Werbefläche und fotorealistische Veredelung möglich.
- ✓ Passend für alle gängigen Getränkehalter.

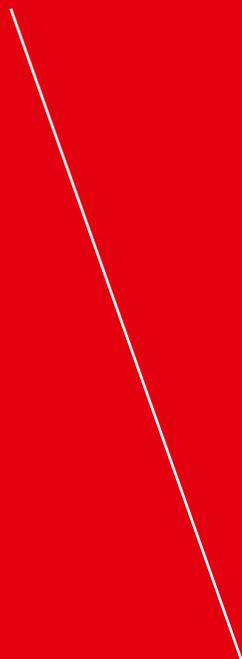
STAND F, A5

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

elasto 

PROMOTION FOR LIFE

elasto.de/premium





Ausstellung
& Hallenplan

FOYER (F)

← TOILETTEN

← TOILETTEN/
RAUCHERBEREICH

F, A1a

PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2023
Ausstellung

Prodir
F, A1b

F, A1c
mepal

Pop-Sockets **F, A7**
elasto **F, A5**
Magna Sweets **F, A3**
Lediberg **F, A1**

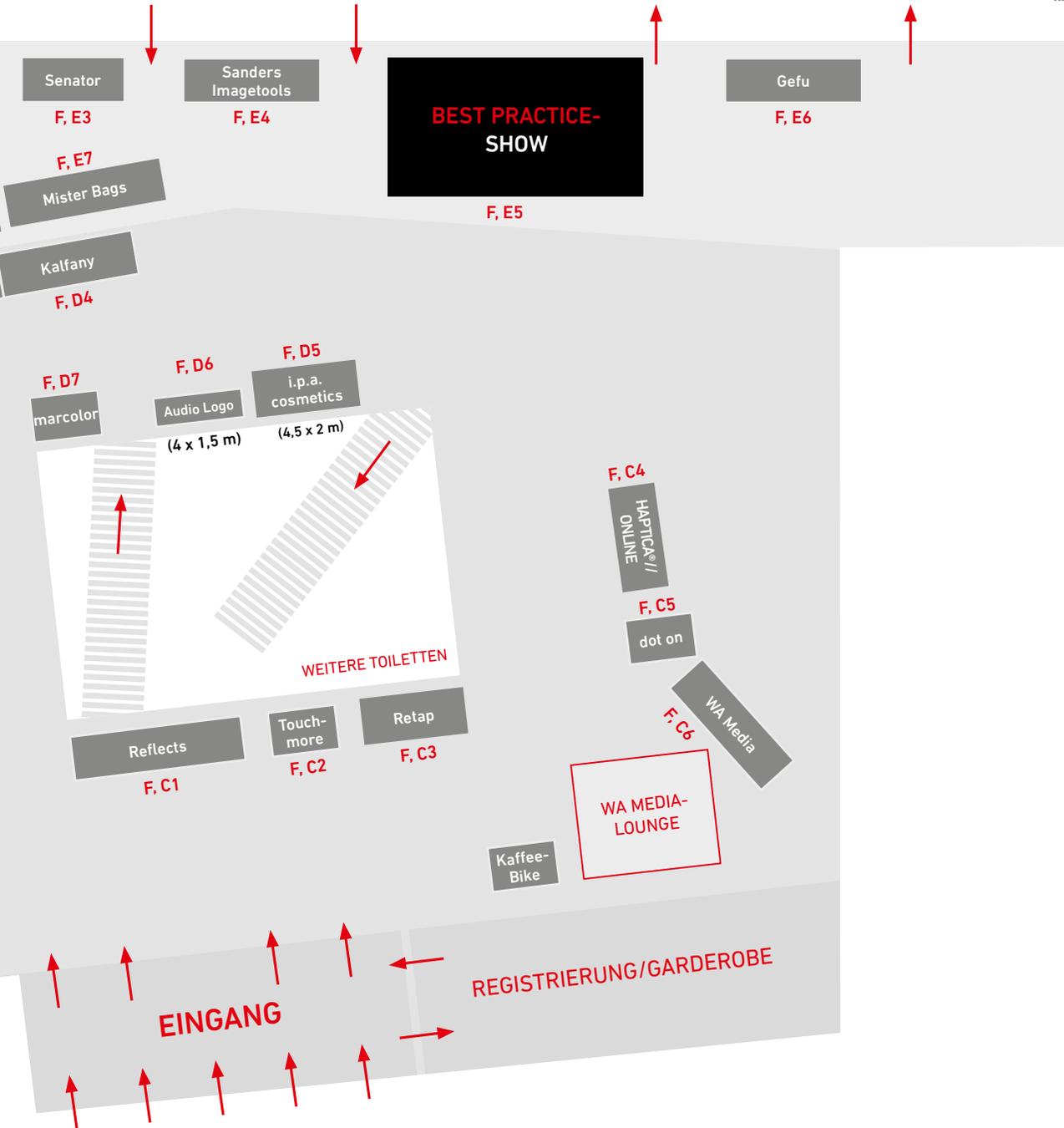
F, A8 Fare **F, B5** SND
F, A6 Koziol **F, B4** Halfar
F, A4 Samsonite **F, B3** mbw
F, A2 Mahlwerck **F, B1** Vonmählen **F, B2** Hachez

Skarpeta **F, D1** James & Nicholson **F, D2** Klio-Eterna **F, D3**

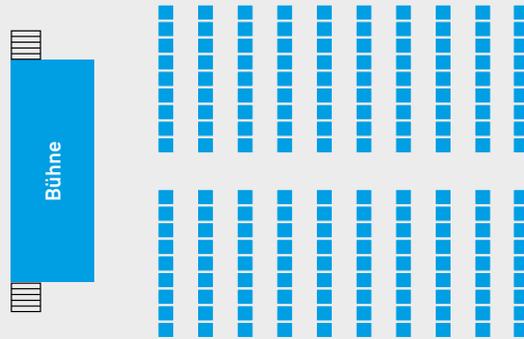
mid-ocean **F, E1** Kahla **F, E2**

F, E8
Secrid

DURCHGANG HALLE (H)



HALLE (H)



H, C1

WIL Langenberg

H, C3

Sahm

H, C5

Leuchtturm

H, C7

Lurch

H, C9

Carry Bottles

Bürger Pen

Vogel's

Pins & mehr

Makito

H, B1

Helo

H, B2

H, B4

H, B6

H, B8

Schäfer Toy

H, B3

Nieder-egger

H, B5

Maxim

H, B7

Richardt

H, B9

Walter Medien

H, B11

Promo-doro

knirps & doppler

Cartamundi/ ASS

Industrie-werbung Promotia

Höfats

Toppoint/ Intraco

H, A2

H, A4

H, A6

H, A8

H, A10

H, A12

H, A3

Mair-dumont

H, A5

team-d

DURCHGANG FOYER (F)

Sara & Kate Domex

H, D10 H, D12

H, D11 H, D13 H, D15

Macma	Kingly	Contigo
UTC	Bühring	Snkrs2 Design

H, C10 H, C12 H, C14

Catering

H, C11 H, C13 H, C15 H, C17

Blooms out of the Box	Bic Graphic	Promowolsch	Goldstar
Gifts with Impact	Brunnen Eilers	Easy Gifts	Ahnert

H, B10 H, B12 H, B14 H, B16

H, B13 H, B15 H, B17 H, B19

garant Verlag	Ritter-Pen	CD-Lux	Sigg
Dommer	STABILO	badge4u	Nuts Innovations

H, A14 H, A16 H, A18 H, A20

H, A7

uma Schreibgeräte

H, A9

Geiger-Notes

H, A11

Sigikid

H, A13

Belamy

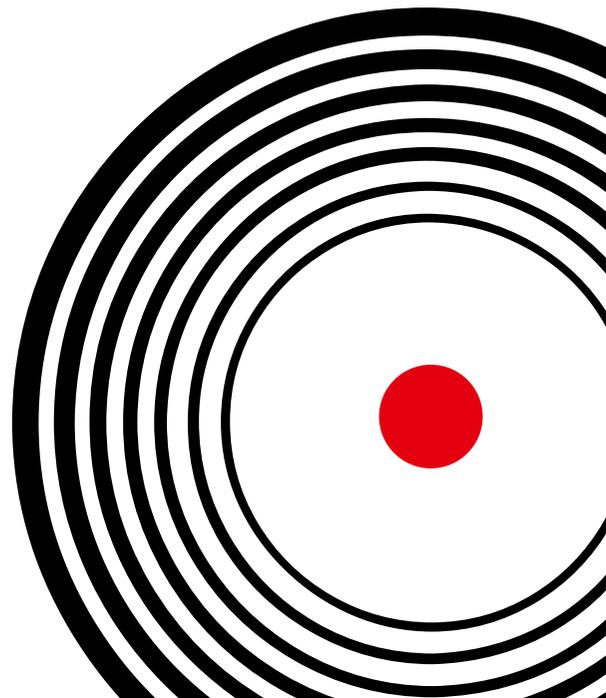


DURCHGANG FOYER (F)

AUSSTELLERVERZEICHNIS

	STANDORT		STANDORT
Ahnert	H, B16	Halfar System	F, B4
Audio Logo	F, D6	Hanseatisches Chocoladen Kontor	F, B1
badge4u	H, A18	HAPTICA®//ONLINE	F, C4
Belamy	H, A13	helo Heckelmann	H, B1
Bic Graphic	H, C13	höfats	H, A10
Blooms out of the Box	H, C11	i.p.a. cosmetics	F, D5
Brunnen & Eilers Promotion	H, B12	IP Industrierwerbung Promotia	H, A8
Bühning	H, C12	James & Nicholson/myrtle beach	F, D2
burger swiss pen	H, B2	Kalfany Süße Werbung	F, D4
Carry Bottles	H, C9	Kingly	H, D13
Cartamundi Deutschland/ASS	H, A6	Klio-Eterna Schreibgeräte	F, D3
CD-Lux	H, B17	knirps + doppler	H, A4
contigo by Action Sports	H, D15	koziol »ideas for friends	F, A6
Domex	H, D12	Lediberg	F, A1
Dommer	H, A14	Leuchtturm	H, C5
dot on	F, C5	Lurch	H, C7
Easy Gifts	H, B14	Macma	H, D11
elasto	F, A5	Magna sweets	F, A3
Fare	F, A8	Mahlwerck Porzellan	F, A2
garant Verlag	H, B13	Mairdumont	H, A3
Gefu	F, E6	Makito Promotional Products	H, B8
Geiger-Notes	H, A9	marcolor	F, D7
Gifts with Impact	H, B10	Maxim Ceramics	H, B5
Goldstar	H, C17	mbw	F, B3
		Mepal	F, A1c
		midocean	F, E1
		Mister Bags	F, E7

	STANDORT		STANDORT
J. G. Niederegger	H, B3	team-d	H, A5
Nuts Innovations	H, A20	Toppoint/Intraco	H, A12
		Touchmore	F, C2
Pins & mehr	H, B6		
PopSockets	F, A7	uma Schreibgeräte Ullmann	H, A7
Porzellanmanufaktur Kahla/Thüringen	F, E2	UTC!	H, C10
Prodir	F, A1b		
Promodoro Fashion	H, B11	Vogel's Süsse-Werbe-Ideen	H, B4
Promowolsch	H, C15	Vonmählen	F, B2
Reflects	F, C1	Walter Medien	H, B9
Retap	F, C3	WA Media	F, C6
Richartz	H, B7	WIL Langenberg	H, C1
Ritter-Pen	H, B15		
Sahm	H, C3		
Samsonite	F, A4		
Sanders Imagetools	F, E4		
Sara & Kate	H, D10		
Schäfer Toy	H, A2		
Secrid	F, E8		
Senator	F, E3		
Sigg	H, B19		
Sigikid	H, A11		
Skarpeta	F, D1		
SND Porzellanmanufaktur	F, B5		
Snkrs2Design	H, C14		
Stabilo Promotion Products	H, A16		





Ahnert (H, B16)

PRÄSENTE ZUM VERNASCHEN

Für unvergleichliche Geschmacks-Präsente mit Wow-Effekt steht Ahnert. Als Gastronomiespezialist bringt das Unternehmen mit Sitz bei Köln edle Genüsse in die Werbe-welt. Egal ob herzhaft, süß oder gesund, ob bio, vegan oder glutenfrei – das Unternehmen aus Lohmar liefert zuverlässig hochwertige und haltbare Köstlichkeiten aus aller Welt in edlen Verpackungen. Kunden können dabei aus rund 800 Produkten und über 100 Verpackungsideen auswählen und so unverwechselbare essbare Botschafter kreieren.

Abhängig von der Verpackung ist eine Individualisierung bereits ab 24 Stück möglich. So fertigt Ahnert einmalige und schmackhafte Werbepräsente, die beim Empfänger europaweit garantiert einen positiven Nachgeschmack hinterlassen.

www.ahnert.gmbh



badge4u (H, A18)

GUT IN FORM

Das individuelle Markenimage mit einer umweltfreundlichen und nachhaltigen Lösung voranzutreiben und zu verbessern – bei diesem Vorhaben kann das Produktrepertoire von badge4u behilflich sein. Der polnische Lieferant mit Sitz nahe Katowice hat u.a. Namensschilder sowie Buttons aus Papier im Sortiment, die in ganz verschiedenen und beliebigen Formen erhältlich sind. Sie werden darüber hinaus nicht nur aus umweltfreundlichen Materialien hergestellt, sondern lassen sich auch selbst problemlos recyceln.

Um die nachhaltigen Namensschilder und Buttons zu echten Werbebotschaftern und nicht zuletzt zu besonderen Eyecatchern zu machen, ist ein UV-Druck in diversen Größen sowie Formen in den Stärken 1-3 mm umsetzbar.

www.badge4u.eu





Belamy (H, A13)

GEWISSENHAFT GENIESSEN

Hochwertig, nachhaltig und einzigartig im Design: Diesen Anspruch hat sich das 2021 in Berlin gegründete Unternehmen Belamy auf die Fahnen geschrieben. Mit den Belamy bottles, wiederverwendbaren Trinkflaschen aus Glas, will das Unternehmen Einwegplastik reduzieren und einen Beitrag zu sauberen Meeren und Flüssen leisten.

Durch neue Individualisierungstechnologien sind z.B. eine unbegrenzte Farbanzahl pro Flasche oder Farbverläufe möglich. Auch Personalisierungen in Farbe sind umsetzbar. 360°-Designs lassen sich als Digital-, Sieb- oder Laserdruck verwirklichen. Da bei der Herstellung der Flaschen keine Glasnähte entstehen, kommt es zu keinen Einbußen bei der Druckqualität. Zudem sind auch Deckel und Verpackung individualisierbar.

www.belamy.de

BELAMY

BIC Graphic (H, C13)

FÜR MORGEN GEMACHT

Hochwertig, innovativ und zuverlässig – dafür stehen die Produkte der französischen BIC Group, nach eigenen Angaben Weltmarktführer in den Bereichen Schreibwaren, Feuerzeuge und Rasierer. Seit 50 Jahren ist das Unternehmen in der Werbeartikelbranche präsent und zeigt sich dank moderner Botschafter bestens gerüstet für die Zukunft.

Mit britePix™ Digital präsentiert BIC Graphic ein Digitaldruckverfahren, das individuelle Veredelungen in HD-Qualität ermöglicht und Werbebotschaften mit großer Farbauswahl in Szene setzt. BritePix™ Digital lässt sich bei Schreibgeräten auf jede beliebige Schafffarbe anwenden. Mehrere BIC-Bestseller, z.B. die Modelle Media Clic, 4 Colours, Wide Body, Round Stic und Clic Stic, sind von dieser Technik erhältlich.

www.bicgraphic.com





Blooms out of the Box (H, C11)

EINE KISTE GRÜNES GLÜCK

Das niederländische Unternehmen Blooms out of the Box bringt ein Stück Natur ins Büro. Die BloomsBox ist eine nachhaltige, patentierte Lösung für den Versand von frischen, luftreinigenden grünen Pflanzen und zur Weihnachtszeit Weihnachtsbäumchen, mit denen man garantiert Sympathiepunkte sammelt, denn Pflanzen steigern das Glücksgefühl und die Kreativität.

Die BloomsBox ist ein 3-in-1-Konzept. Sie ist sowohl eine nachhaltige Verpackung als auch ein dekoratives Holzgefäß. Und dank des Wasserreservoirs benötigen die Pflanzen nur noch alle drei bis fünf Wochen Wasser. Per Gravur werden Logos oder individuelle Texte aufgebracht.

Die Zusammenarbeit mit sozialen Werkstätten und der Verzicht auf überflüssige Versandverpackungen sind weitere Pluspunkte in Sachen Nachhaltigkeit.

www.BloomsoutoftheBox.de



Brunnen & Eilers Promotion (H, B12)

ECHTE ORGANISATIONSTALENTE

Mit der Erfahrung aus über 140 Jahren bietet Brunnen & Eilers Promotion hohe Qualität bei Werbekalendern, Notizbüchern und Schreibartikeln. Die hochwertigen, individuellen sowie auf Wunsch FSC-zertifizierten oder klimaneutralen Produkte sind nicht nur „made in Germany“, sondern zudem ideal dafür geeignet, als haptische Botschafter für Unternehmen zu werben.

Da Nachhaltigkeit in jeglicher Form mittlerweile nahezu alle Lebensbereiche durchzieht, wird sie bei dem Bielefelder Unternehmen verstärkt auch bei der Wahl der eingesetzten Rohstoffe zum entscheidenden Kriterium. Daher hat Brunnen & Eilers Promotion auch Werbekalender, Notizbücher und Haftnotizen aus Recycling- und Graspapier im Repertoire.

www.brunnenpromotion.com





Bühring (H, C12)

UMWELTFREUNDLICHE PALETTE

Bühring stellt Werbeartikel, Sonderanfertigungen und verkaufsfördernde Produkte individuell auf Bestellung her. Das Portfolio des norddeutschen Familienunternehmens reicht von Schlüsselanhängern und Lederuntersetzern über Portemonnaies und Etais bis hin zu aufwändigen Präsentations- und Außendienstmappen.

Besonderes Augenmerk liegt dabei auf nachhaltigen Materialien wie recyceltem Polyesterfilz, zertifizierte Feinpappe, gerettetes Leder oder pflanzenbasierte Alternativen aus Äpfeln und Kork. Im Trend liegen zudem die Patchwork-Produkte, bei denen mehrere recycelte Materialien kombiniert werden. Gefertigt werden die Artikel in Handarbeit in Deutschland, Europa oder auf Wunsch in einem zertifizierten Nähbetrieb in Indien.

www.buehring-shop.com



burger pen (H, B2)

SCHREIBEN MIT STYLE

Die in St. Antoni in der Schweiz hergestellten Schreibgeräte von burger swiss pen sind Ausdruck der Kombination von technischem Know-how, zeitlosem Design, Zuverlässigkeit und Schweizer Qualitätsanspruch.

Die langlebigen Schreibgeräte werden aus mindestens 50% recyceltem Material und mit 100% Wasserkraft hergestellt, womit das Unternehmen auf Nachhaltigkeit und den Erhalt der Natur achtet.

Ein Upgrade erhält nun die Serie 100% Recycling, die den Beolino Recycled, Elan Recycled und Cinema Recycled umfasst: Neben den bereits vorhandenen Farben Schwarz und Hellgrau ist sie nun zusätzlich in der Farbe Weiß erhältlich. Die bleifreie Großraummine lässt sich nach 6.000 m Schreiblänge problemlos auswechseln.

www.burgerswisspen.com



burger
swiss
pen.





Carry Bottles (H, C9)

MACHT EINDRUCK

Mit individualisierbaren Glastrinkflaschen bietet das Berliner Unternehmen Carry Bottles ideale Werbepresents, um einen nachhaltigen Eindruck zu hinterlassen. Die Trinkflaschen sind zu 100% „made in Germany“, bestehen aus ca. 60% recyceltem Altglas und lassen sich in einem energie-sparenden Verfahren individualisieren.

Mit langjähriger Erfahrung in der Bedruckung von Glastrinkflaschen setzt das Team von Carry Bottles Designwünsche im Sieb- und Digitaldruck um. Die Spezialisierung liegt dabei auf Veredelungsmöglichkeiten wie der Personalisierung mit Einzelnamen oder einem haptischen Embossing-Druck – so wird jede Flasche zu einem besonderen Hingucker, der zum ausreichenden Trinken anregt und obendrein die Umwelt schont.

www.carrybottles.com

carry

Cartamundi Deutschland/

ASS Altenburger (H, A6)

SPIELEND KOMMUNIZIEREN

Zielgruppen spielend erreichen: Mit den Werbebotschaftern von ASS Altenburger ist (fast) nichts leichter als das. Egal ob individuell gestaltetes oder mit Werberückseite versehenes Kartenspiel, Spielesammlung oder Spielzeuge aus Pappe – werbende Unternehmen profitieren vom jahrzehntelangen Know-how aus Altenburg.

Das Unternehmen der Cartamundi-Gruppe berät, entwickelt, konzipiert und produziert individuelle Werbeartikel und maßgeschneiderte Promotion-Konzepte auf Spielebasis. Umfangreicher, kundenorientierter Service, Umweltbewusstsein und Zuverlässigkeit in der Betreuung individueller Projekte sind für die Thüringer selbstverständlich. Produziert werden die spielbaren Werbebotschafter seit mehr als 185 Jahren in Deutschland am Standort Altenburg.

www.werbespielkarten.de





CD-Lux (H, B17)

GESCHMACKVOLLE IDEEN

Seit 1997 verführt CD-Lux werbende Unternehmen mit Leckereien, Adventskalendern und Weihnachtspräsenten. Zu den Highlights zählen z.B. Newcomer wie der umweltfreundliche Lindt-Kalender Organic mit einem Inlay aus Reinpapier® und der formschöne Weihnachtsbaum oder auch Klassiker wie der Kalender Cube sowie diverse Tisch- und Wandkalender. Bei der Füllung verwendet CD-Lux Markenschokolade namhafter Hersteller wie z.B. Lindt oder Milka. Ein Frühlings- und Ostersortiment hat sich ebenfalls im Markt etabliert.

Standardprodukte werden auf Verpackungsmaschinen gefertigt, komplexere Modelle händisch und in Manufakturqualität. Zudem setzt CD-Lux auf Digital- und Offsetdruck. Das Unternehmen ist nach ISO 9001 und FSC® zertifiziert.

www.cd-lux.de

CD LUX

contigo by Action Sports (H, D15)

DESIGN FÜR JEDEN TAG

Die Marke contigo steht für Thermobecher, aber auch für Wasser- und Outdoorflaschen. Ein echter Bestseller ist seit über zehn Jahren der Edelstahl-Thermobecher West Loop. Neben seiner außergewöhnlichen und einzigartigen Becherform, die ihn zu einem echten Blickfang macht, überzeugen auch die hohe Qualität und das praktische Handling des Thermobechers, denn er ist mit einer Hand nutzbar und zudem 100% auslaufsicher und tropffrei.

Ganz egal ob für den Gebrauch im Büro, im Auto oder in der Freizeit – West Loop ist für alle Gelegenheiten unterwegs ideal geeignet. Zudem hält der Thermobecher Getränke bis zu fünf Stunden heiß und bis zu zwölf Stunden kalt und wird so zu einem ausgefallenen Giveaway für mobile Zielgruppen.

www.action-sports.de

contigo™





Domex (H, D12)

WOHL BEKOMM´S

Als Veredelungsbetrieb mit Produktionsstandort im Westerwald fertigt die Domex Manufaktur individuelle Bierkrüge, Werbeartikel und Präsente für werbende Unternehmen und Interessenten in Deutschland, Europa und der ganzen Welt. Die Werkstoffe Keramik, Glas und Zinn sorgen dabei in Verbindung mit verschiedenen Dekorationstechniken für eine große Vielfalt an hochwertigen Produkten.

Durch ausgefeilte Produktionsabläufe gelingt darüber hinaus der Spagat zwischen individuellen Produkten und einer effizienten Fertigung. Die Leidenschaft fürs Handwerk und das Streben nach kontinuierlicher Verbesserung machen die Manufaktur schließlich zu einem Lieferanten besonderer Werbebotschafter und Präsente.

www.domex.de



Dommer (H, A14)

EFFEKTIVE EYECATCHER

Für effektive Unternehmenskommunikation, die sofort ins Auge fällt, steht der Name Dommer. Im breiten Sortiment der Fahnenfabrik finden werbende Unternehmen alle nötigen Tools für eine gelungene Außenwirkung auf Messen, Events und am POS. Neben den klassischen Werbefahnen reicht das Portfolio von aufblasbaren Möbeln und Zelten über mobile Messewände mit vollflächiger LED-Beleuchtung, platzsparende Fallsitzboxen und LED-Leuchtrahmen bis hin zu Eventartikeln, Giveaways u.v.m.

Die neuesten Highlights sind die individuell bedruckbaren Nackenkissen, der Handsitzsack und die bedruckten Kuscheldecken. Die Fotodecken sind nicht nur für den privaten Bereich ein Hingucker, sondern auch als gebrandetes Präsent oder Eventausstattung geeignet.

www.dommer.de

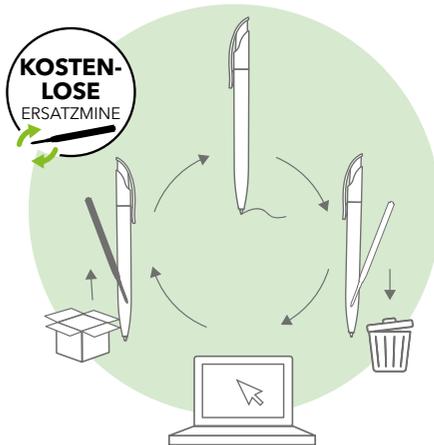




SENATOR® SERVICE

KOSTENLOSER ERSATZ FÜR IHRE MINE.

Vermeiden Sie Abfall und verlängern Sie die Lebensdauer Ihres Kugelschreibers. Immer wieder.



- Mit der **kostenlosen senator® Ersatzmine** schonen Sie die Umwelt und verlängern die Werbedauer Ihres Kugelschreibers um ein Vielfaches.
- **Hochwertige Qualitätskugel**, dokumentenecht gemäß ISO-12757-2 und geprüft nach strengen Qualitätskriterien für höchste Ansprüche.
- **Unser Minenversprechen:**
bis zu 5 Jahre Schreibleistung,
bis zu 5 km Schreiblänge.



PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2023

minen.senator.com

senator®
Made in Germany. Since 1920.



dot on (F, C5)

AUF DEN PUNKT

Das Stuttgarter Label dot on steht für kreative Klebepunkte und bietet damit ein Tool, das jeden zum Künstler macht. Vom Postkartenformat bis hin zur XXL-Wand lassen sich mit den bunten dots zahlreiche Ideen umsetzen – ganz egal ob fantasievolles Gestalten, Auskleben, Aufkleben oder Umkleben. Kinderleicht und ohne Vorkenntnisse lassen sich mit den dots bunte Kunstwerke kleben: Die Klebepunkte bieten diverse Möglichkeiten, sich auszudrücken und etwas zu gestalten, und erweitern somit die Grenzen der Kreativität.

Auf der HAPTICA® live haben Besucher die Gelegenheit, auszuprobieren, wie aus vielen kleinen Touchpoints ein zusammenhängendes Gesamtbild entsteht. Eine Aktion, die buchstäblich im Gedächtnis haften bleibt.

www.dot-on.de



Easy Gifts (H, B14)

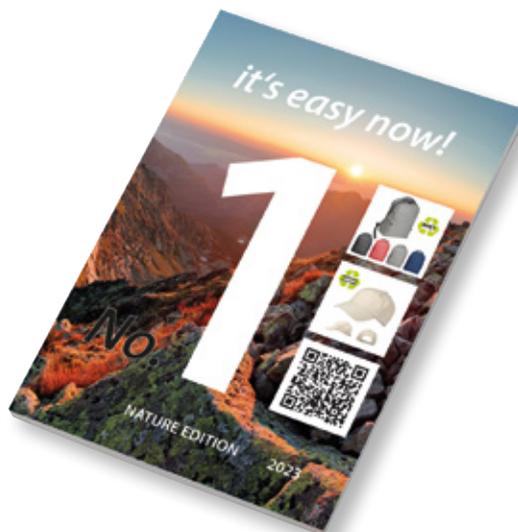
FACETTENREICHES REPERTOIRE

Easy Gifts zeichnet sich nicht nur durch ein junges und dynamisches Team aus, sondern darüber hinaus durch eine hohe Flexibilität: Das Unternehmen aus Nürnberg hat sich ausdrücklich zum Ziel gesetzt, alle Wünsche seiner Kunden möglichst zu machen und somit für eine hohe Kundenzufriedenheit zu sorgen.

Mit einer großen Bandbreite an Werbeartikeln im Sortiment hat Easy Gifts für jede Zielgruppe etwas zu bieten. Von klassischen Streuartikeln, z.B. Kugelschreibern, über innovative Gadgets bis hin zu Sonderproduktionen präsentiert sich so eine bunte und vielfältige Palette an Werbebotschaftern. Im Gesamtkatalog, der Nature Edition für 2023, sind alle Artikel von Easy Gifts übersichtlich mit allen Eigenschaften aufgeführt.

www.easygifts.de

EASY
GIFTS
IT'S EASY NOW!





elasto (F, A5)

VERANTWORTUNGSVOLL WERBEN

Das vielseitige Repertoire des Kunststoffspezialisten elasto garantiert ein rundum positives Markenerlebnis: Dabei setzt elasto sowohl auf klimapositive Kunststoffproduktion in Deutschland als auch auf effizientes Global Sourcing. Zu den besonderen Services des Unternehmens zählen u.a. Sonderanfertigungen, kurze Lieferwege und kurze Transportzeiten. Elasto ist zudem ISCC Plus- und als klimapositives Unternehmen zertifiziert.

Der Fokus liegt auf Artikeln, die durch Nutzen begeistern und auch in puncto Nachhaltigkeit Eindruck machen. Dazu zählt der Kaffeebecher ToGo in fünf Größen und fünf Farben – zu 100% in Deutschland gefertigt. Er ist die wiederverwendbare Alternative zum Einwegmüll, vollständig recycelbar und BPA-frei.

www.elasto.de



Fare (F, A8)

DER REGEN KANN KOMMEN

Ganz egal ob Taschen-, Stock-, Golf- oder Gästeschirme, Sonnenschirme oder Taschen – vom Klassiker über Ausgefallenes bis hin zu nachhaltigen Modellen mit watersave®-Bezugsmaterial bietet Fare für jedes Anliegen den passenden haptischen Werbebotschafter. Bereits seit über 65 Jahren stehen die Schirmspezialisten für innovatives Design und hohe Qualität.

Der Großteil der Produkte ist Labtech-geprüft, so auch der neue Stockschirm 4Kids Skylight im kindgerechten Design. Ein integriertes, einfach an- und auszuschaltendes LED-Licht schenkt Kindern unterwegs mehr Sicherheit, gerade in der Dämmerung oder bei Dunkelheit. Das Regenbogendesign sorgt außerdem auch an trüben Regentagen für gute Laune.

www.fare.de





garant (H, B13)

BEGEISTERENDE INHALTE

Als Spezialist für Bücher, Wandkarten, Faltpäne u.Ä. vereint *garant* Erfahrung und ein wertvolles Netzwerk mit einem kleinen, aber feinen, agilen Team. Das Unternehmen steht für hochwertige, maßgeschneiderte Sonderproduktionen, einen guten Service und für schnelle Entscheidungen.

Vom günstigen Minirätsel für Kinder über Reiseführer für effektives Stadtmarketing und Atlanten für Unternehmen aus der Touristikbranche bis hin zu einem hochwertigen Bildband für treue Kunden – *garant* sorgt mit abwechslungsreichem und vielseitigem Infotainment für einen echten Mehrwert. Darüber hinaus werden Giveaways oder Souvenirs wie Frühstücksbretchen, Papiertragetaschen oder Mikrofasertücher mit topaktuellen kartografischen Inhalten individualisiert.

www.garant-verlag.de

garant

Gefu (F, E6)

INS GEDÄCHTNIS EINGRAVIERT

Gefu ist eine innovative Marke für hochwertige Küchenwerkzeuge und steht sowohl für originelle Produkte, hohe Qualität und Zuverlässigkeit als auch für nachhaltigen Kundennutzen und die Freude am Kochen und Genießen.

Das Unternehmen aus Eslohe im Sauerland bietet einen individuellen Gravurservice für ausgewählte Produkte an – laserscharf für einen sehr edlen Look. Damit wird jeder Artikel zu einem ganz persönlichen Einzelstück und lässt sich ideal als Präsent verwenden. Der Gravurservice von *Gefu* ist nicht nur für anspruchsvolle Privatkunden geeignet, sondern auch ideal für Unternehmen, Vereine sowie Werbepräsentationsuchende, die die begehrten Küchenwerkzeuge mit einem eigenen Logo verzieren lassen möchten.

www.gefu.com

GEFU®





Geiger-Notes (H, A9)

IMMER UP TO DATE

Geiger-Notes aus Mainz-Kastel ist ein unabhängiger, mittelständischer Hersteller von Werbeartikeln aus Papier. Zum Produktsortiment zählen neben hochwertigen Kalendern und Haftnotizen auch Notizbücher und Print-Werbeartikel, deren Produktion in Deutschland erfolgt. Für wichtige Notizen und Termine eignet sich z.B. die Recyclingserie green+blue ideal. Die Notizbücher bestehen zu 100% aus recycelten Materialien, die eingesetzten Papiere sind außerdem mit dem „Blauen Engel“ zertifiziert.

Zahlreiche Produkte aus dem Bestseller-Sortiment sind bereits ab zehn Stück mit Individualisierung erhältlich. Besonderer Service: Wenn es schnell gehen muss, überzeugt das Express-Sortiment mit Lieferzeiten ab drei Werktagen.

www.geiger-notes.ag

geiger  notes

Gifts with Impact (H, B10)

FLOWER POWER

Mehr Eindruck hinterlassen, indem man den Abdruck verringert – das ist das Motto des niederländischen Unternehmens Gifts with Impact, das immer auf der Suche nach qualitativ hochwertigen Produkten ist, die aus nachhaltigen Materialien hergestellt werden und positiven Einfluss auf die Umwelt haben.

Dazu gehören die farbenfrohen Saatgut-Bomben Blossombs, über die sich besonders Bienen und Schmetterlinge, aber auch Garten- und Balkonbesitzer freuen werden. Ebenso können brachliegende Flächen so aufgehübscht werden. Die in verschiedenen Ausführungen erhältlichen Blossombs werden in den Niederlanden aus biologischen, wilden Blumen hergestellt. Vom erwirtschafteten Umsatz werden 5-10% an eine Wohltätigkeitsorganisation gespendet.

www.giftswithimpact.nl



Gifts with Impact





Goldstar (H, C17)

WACHSENDES SORTIMENT

Goldstar hat eine Vision: Das Wachstum von Unternehmen zu unterstützen. Dafür ist das Goldstar-Team nicht nur auf die Betreuung einzelner Vertriebsgebiete in ganz Europa und Nordamerika spezialisiert, sondern zudem stetig auf guten Service, faire Preise und hochwertige Werbeartikel bedacht. So präsentiert Goldstar im Jahr 2023 neben gebrandeten Schreibgeräten auch über 40 neue Drinkware- und Taschenstyles.

Ein Highlight ist auch der Kugelschreiber Bowie Softy Monochrome. Mit dem trendigen, monochromen Design und einem glänzenden Spiegelaufdruck lassen sich Logos elegant und gleichzeitig dezent präsentieren. Der Kugelschreiber eignet sich auch zur Nutzung auf Touchscreens, zudem verfügt er über eine luxuriöse Soft-Touch-Beschichtung.

www.goldstareurope.com



Halfar System (F, B4)

NEU, NÜTZLICH, NACHHALTIG

Halfar punktet 2023 mit besonders lässigem Taschenstil. Die Newcomer im Sortiment sind nicht nur nachhaltig, vielfältig, jung und überraschend, sondern auch hochwertig, innovativ und klimaneutral. Der neue Notebook-Rucksack Fellow z.B. begeistert mit seinem geraden Schnitt und den frischen Farben. Auch die hohe Funktionalität sowie die Herstellung aus recyceltem Material überzeugen.

Die Bielefelder Taschenspezialisten stellen mit zahlreichen Zertifizierungen und Mitgliedschaften zudem immer wieder unter Beweis, wie wichtig ihnen Nachhaltigkeit ist: So ist Halfar z.B. Mitglied bei amfori BSCI und weist Zertifizierungen nach ISO 9001 und 14001 sowie nach GOTS, GRS und Oeko-Tex® auf. Unternehmen und Produkte sind zudem seit 2022 klimaneutral.

www.halfar.com



Hanseatisches Chocoladen Kontor (F, B1) SÜSSE GENUSSMOMENTE



Als Traditionsunternehmen liefert Hachez seit 1890 Schokolade in erprobter Qualität. Bekannt ist die Marke mit über 130 Jahren Erfahrung nicht zuletzt für die Verwendung besonders edlen Kakaos und ihr kakaointensives Aroma.

Das umfangreiche Portfolio im B2B-Bereich gibt werbenden Unternehmen die Möglichkeit, mit besonderen Genussmomenten zu punkten. Dazu gehören neben Schokoladentafelchen mit individuellem Einschlag auch Metalldosen, die mit Schokolade gefüllt sind und sich per Logodruck oder im Laserverfahren veredeln lassen. Individualisierbare Adventskalender sowie Schokoladen- und Pralinenpackungen versüßen zuverlässig die Weihnachtszeit.

Besucher der HAPTICA® live '23 erhalten einen Messe-rabatt von 10%.

www.hachez.de



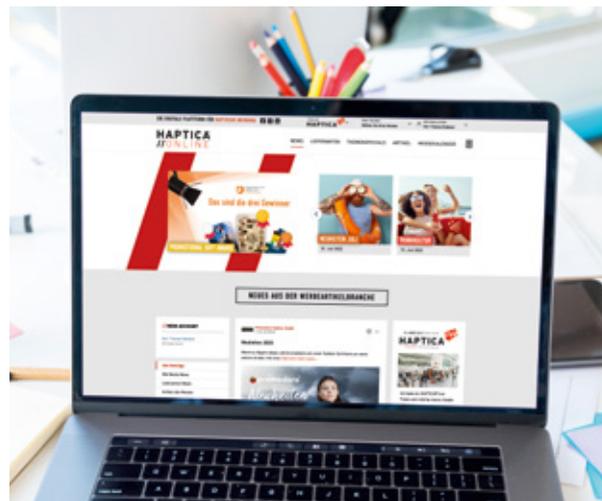
HAPTICA®//ONLINE (F, C4) EIN PORTAL FÜR ALLE(S)

HAPTICA®//ONLINE ist eine neue Internet-Plattform für alle, die sich professionell mit haptischer Werbung beschäftigen: Entscheider, Marketingspezialisten und Einkäufer aus werbetreibenden Unternehmen, Werbeagenturen sowie Werbeartikelhändler und -lieferanten. Das Portal dient als zentrale Anlaufstelle für sämtliche Belange rund um den zielgerichteten Werbeartikeleinsatz – von einem reichhaltigen Artikelangebot und Produktspecials zu ausgewählten Themen über News und Best Practices aus der Branche bis hin zu unterhaltsamem Bewegtbild-Content.

Hinter HAPTICA®//ONLINE steht md Xchange – ein Joint Venture des digitalen Branchendienstleisters dMAS sowie des Fachverlags und Eventveranstalters WA Media.

www.haptica.online

HAPTICA
//ONLINE
DIE DIGITALE PLATTFORM FÜR HAPTISCHE WERBUNG





helo® Heckelmann (H, B1)

HOLZ AUS ÜBERZEUGUNG

1924 gegründet, hat sich helo® Heckelmann auf die Produktion von Haushaltswaren und Werbeartikeln aus Holz und Kunststoff spezialisiert. Die Produkte sind „made in Germany“ und überzeugen mit hoher Qualität. Nahezu alle helo-Artikel lassen sich per Einbrand, Lasergravur oder Farbdruk veredeln.

Mit der ebenso stylishen wie nützlichen Brotdose präsentiert das Unternehmen einen praktischen Werbebotschafter, der lange in Gebrauch bleibt. Bestehend aus Edelstahl, erweist sich die Box als robust und langlebig. Der Deckel aus Buchenholz lässt sich zudem als Schneide- oder Brotzeitbrettchen verwenden. Mit dieser Zusatzfunktion wird aus einer einfachen Brotbox ein cleverer 2-in-1-Artikel mit Überraschungseffekt.

www.heckelmann.com

helo



PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2023

Höfats (H, A10)

FÜR ENTSPANNTE STUNDEN

Ob als Lagerfeuer auf der Terrasse, als Kerzenschein auf dem Balkon oder als lecker Gegrilltes vom offenen Feuer auf dem Teller – höfats bringt das Feuer zurück ins Leben der Zielgruppen. Mit Leidenschaft schafft das Unternehmen faszinierende Produkte, die puristische Form und Funktionalität vereinen. Das Sortiment umfasst Tischfeuer, Feuerkörbe, Feuerschalen, Grills, Windlichter sowie Fackeln und wird stetig erweitert.

Aktuelles Highlight ist das Tischfeuer Spin. Es lädt zu entspannten Stunden auf der Terrasse, dem Balkon oder auch im Wohnzimmer ein. Ein wilder Flammenwirbel im dekorativen Glaszylinder sorgt für feinste Lagerfeueratmosphäre. Glaszylinder, Fuß und Flügelkörper lassen sich auf Wunsch individualisieren.

www.hofats.com

höfats





i.p.a. cosmetics (F, D5)

QUALITÄT FÜR DIE HAUT

Mit fast 40 Jahren Erfahrung in der Konzeption und Herstellung von pflegenden Kosmetikprodukten für anspruchsvolle Apothekenkunden stehen Qualität „made in Germany“ und Zuverlässigkeit sowie Kreativität bei i.p.a. cosmetics an erster Stelle. Alle Produkte des Kosmetikexperten werden nach GMP und den Bestimmungen der Europäischen Kosmetikverordnung hergestellt und dermatologisch getestet.

Ganz neu im vielseitigen Sortiment: Die Handcreme Feigenkaktus. Sie pflegt nicht nur zuverlässig die Haut mit feuchtigkeitsspendendem Feigenkaktus-Extrakt, sondern dient zudem auch der Regeneration trockener und strapazierter Haut. Verpackt in Tuben aus 50% PCR-Material, macht die vegane Rezeptur eine gute Figur.

www.ipacosmetics.de

i.p.a. cosmetics
sweets |

IP Industrierwerbung

Promotia (H, A8)

KREATIVE KÖPFE

Die Agentur IP Industrierwerbung Promotia steht seit 40 Jahren für originelle und einzigartige Produkte und zeichnet sich u.a. durch Sonderproduktionen aus, mit denen sich eine langfristige Werbewirkung erzielen lässt. Gemäß den Mottos „Fishing for Products“ und „Diving for Ideas“ stellt das österreichische Unternehmen immer wieder seine kreative Ader unter Beweis und behält dabei die Nachhaltigkeit stets im Blick, bestätigt durch das Gold-Label der CSR-Ratingagentur Ecovadis.

Ein Highlight ist der selbst entwickelte und patentierte, aufblasbare Bob Snokey, ausgezeichnet mit einem Promotional Gift Award 2021. Für einen individuellen Touch lässt sich die Materialfarbe frei wählen und das Rodelkissen im Allover-Druck individuell gestalten.

www.promotia.at

PROMOTIA
WE MATERIALIZE MARKETING





James & Nicholson/ myrtle beach (F, D2)

AUFFALLEND STYLISH

Mit ihren hochwertigen Kollektionen haben sich James & Nicholson und myrtle beach in den Bereichen Promotional Textiles, Corporate Fashion, Workwear & Headwear nahezu unentbehrlich gemacht. Beide Marken bieten ein Vollsortiment an Werbetextilien von Basics wie T-Shirts über Jacken und Hosen bis hin zu Funktionskleidung. Bereits seit Jahren werden verstärkt nachhaltige Materialien wie Bio-Baumwolle und recycelter Polyester für die Herstellung verwendet.

Im Zuge der jährlichen Kollektionserweiterung bildet die neue Softshell-Jacke in Signal-Orange eines der zahlreichen Produkthighlights. Mit sportlichem Design und strapazierfähigen Eigenschaften meistert sie problemlos den Spagat zwischen Mode und Funktionalität.

www.promotextilien.de



Kalfany Süße Werbung (F, D4)

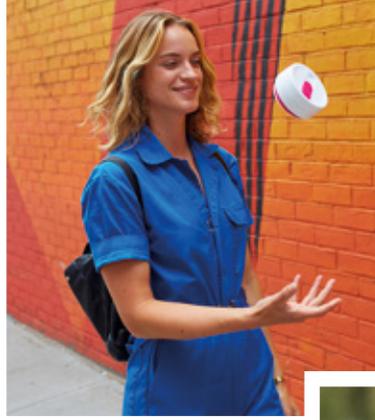
FRUCHTIGE VIELFALT

Mit eigener IFS-zertifizierter, klimaneutraler Herstellung von Fruchtgummi und Bonbons, der Veredelung von Schokolade und einem eigenen Drucktechnologie- und Verpackungszentrum bedient Kalfany Süße Werbung nun seit über 40 Jahren den Snacking-Sektor. Namhafte Marken wie u.a. Ferrero, Pulmoll und Dextro Energy runden das breite Sortiment ab.

Für einen fruchtig süßen Genuss sorgt nun die Produktneuheit Herr Bert: Der kultige Handtrainer aus dem Sortiment von mbw ist bei Kalfany jetzt als Anti-Stress-„Kautrainer“ verfügbar. Farblich und geschmacklich mit Orangen-, Passionsfrucht-, Zitronen-, Kirsch-, Ananas- und Himbeergeschmack bunt gemischt, ist Herr Bert in transparentem oder weißem Werbetütchen verpackt erhältlich.

www.suesse-werbung.de





Kontaktstifter & Kommunikationshelfer:
MAILINGS & GIVEAWAYS

Kundenbindung par excellence:
PRÄMIEN & INCENTIVES

Maßgeschneidertes Marketing:
SONDERANFERTIGUNGEN & BEST PRACTICE

Kreative Impulse:
PRODUKTTRENDS & INNOVATIONEN

Neue Werbeartikelideen
für jede Zielgruppe und
jeden Anlass zeigt:

PROMOTION PRODUCTS

FACHMAGAZIN FÜR HAPTISCHE WERBUNG | PRODUKTE UND IDEEN



Besuchen Sie uns am WA Media-Stand
im Foyer (F, C6) auf der HAPTICA® live '23!





Kingly (H, D13)

STYLES MIT WOHLFÜHLFAKTOR

Kingly ist auf die Herstellung und schnelle Lieferung von hochwertigen Werbekleidungsartikeln spezialisiert und ist eigener Angaben zufolge der einzige GOTS-zertifizierte Hersteller im Vereinigten Königreich sowie einer von nur 52 GOTS-zertifizierten Sockenstrickern weltweit. Viele Produkte – Socken, Handtücher, T-Shirts und andere Kleidungsstücke – sind mit der Polygiene StayFresh-Technologie ausgestattet und verfügen über FSC-zertifizierte Verpackungen, die zur Abfallvermeidung beitragen.

Die Socken aus GOTS-Bio-Baumwolle wurden zudem mit einem Promotional Gift Award 2022 ausgezeichnet. Auch in Sachen Nachhaltigkeit punkten sie: Sie besitzen den höchsten Rang auf der BCome-Nachhaltigkeitsplattform und erhielten die Note „Honours“.

www.wearekingly.com



Klio-Eterna (F, D3)

VIELFALT FÜR JEDEN BEDARF

Mit den Marken klio, klio eco, klio+, klio protect, klio structure und klio trade sowie einem Sortiment von mehr als 180 Modellvarianten bietet der Schwarzwälder Schreibgeräteproduzent für jeden Bedarf und jedes Budget das passende Produkt.

Punkten kann z.B. das Notizbuch Filoflex aus nachhaltigem, schwarzem Apfelleider mit farbigen Ziernähten und zwei Lesebändern. Die Innenseiten bestehen aus kariertem Recyclingpapier, das das Siegel „Blauer Engel“ trägt. Die im Einband integrierte Froschtasche bietet Stauraum etwa für ein Kalendarium, und in der seitlich angebrachten Stifttasche findet z.B. ein passender Kugelschreiber seinen Platz. Zudem lässt sich das Cover durch eine Prägung individualisieren.

www.klio.com

Klio-Eterna
Est. 1900





Knirps + doppler (H, A4) GARANTIERT GESCHÜTZT

Mit den individualisierten Regenschirmen von doppler lässt sich auch Regentagen etwas Positives abgewinnen: Seit 1946 steht das österreichische Unternehmen für Qualität, Innovation, Vielfalt und Kundenorientierung.

Ein Produkthighlight ist z.B. die neue mia-Serie. Die mia-Regenschirme verbinden nicht nur Qualität und Nachhaltigkeit mit einer regionalen Produktion am Firmenstandort in Österreich, sondern stehen auch für handgefertigte Qualität aus dem Herzen Europas. Mit einem lebenslangen Reparaturservice von doppler sowie fünf Jahren Garantie zeichnen sich die Schirme außerdem durch einen langen Lebenszyklus aus – so tragen sie zur aktiven Ressourcenschonung sowie zu mehr Nachhaltigkeit bei.

www.dopplerschirme.com



koziol »ideas for friends (F, A6)

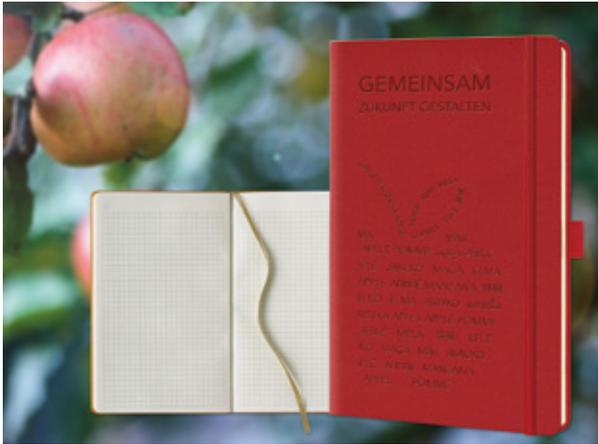
THE SUSTAINABLE BRAND

Das seit 1927 bestehende Unternehmen koziol produziert klimaneutral und nachhaltig am Firmenstandort in Erbach. Die aktuelle Kollektion besteht aus biozirkulärem Kunststoff in Kombination mit FSC-zertifiziertem Holz. Dieser neue Werkstoff wird aus recycelten Pflanzenölen gewonnen, ist frei von BPA, Bambus und Melamin sowie vollständig recycelbar.

Produktseitig überzeugt koziol u.a. mit dem Besteckset Klick Ready, das für zeitgemäßes Design, höchste Qualität und den ökonomischen Umgang mit Form und Material steht. Ebenso praktisch ist die Move-Kollektion: Sie umfasst u.a. Frischebehälter und Becher in verschiedenen Größen sowie bruchfestes Mehrweggeschirr und eignet sich optimal für den gastronomischen Bereich.

www.koziol.de





Lediberg (F, A1)

FREUDE AN NACHHALTIGKEIT

Individuell gestaltete Kalender und Notizbücher sind die Kernkompetenzen von Lediberg by Lindocastelli. Mit einem breiten und nachhaltigen Sortiment garantiert das Unternehmen mit Sitz in Lage bei Bielefeld erstklassige Qualität, zudem schafft Lediberg mit den neuesten Branding-Technologien ganz besondere haptische Werbebotschafter.

Lediberg ist FSC- und PEFC-zertifiziert. Darüber hinaus überzeugt das Unternehmen nicht nur mit Sonderanfertigungen, sondern auch mit kurzen Lieferzeiten dank großer Lagerkapazitäten. Ein Produkthighlight ist z.B. die nachhaltige und vegane Apfeel-Kollektion – dabei handelt es sich um Notizbücher und Kalender, die aus dem Pressrückstand der Apfelsaftproduktion hergestellt werden.

www.lediberg.de

Lediberg
by LINDOCASTELLI GmbH

Leuchtturm (H, C5)

WEGWEISENDES DESIGN

Semikolon ist eine Marke der Leuchtturm Gruppe, ein Unternehmen mit über 100 Jahren Firmengeschichte. Gegründet 1988 in einem Atelier am Starnberger See, sitzt Semikolon mit seinem Markenteam heute am Hamburger Fischmarkt. Die Produktion erfolgt in der eigenen Manufaktur in Tschechien. Verwendet werden ausschließlich hochwertige Materialien wie feinstes schwedisches Papier und strapazierfähiges Buchbinderleinen: Wegweisendes Design und ausgewählte Farben stehen für den charakteristischen Semikolon-Look.

Zu den Produkt-Highlights zählt das Semikolon-Notizbuch Classic, das mit seinem hochwertigen Einband aus edlem Buchbinderleinen, dem fadengehefteten Buchblock aus schwedischem Feinpapier, dem Kapitalband und dem Lesezeichen überzeugt.

www.leuchtturmgruppe.com

Semikolon



Lust auf Süße Werbung



Trend-
Farbe und
-Geschmack
für Ihre Werbung



 Süße
Werbung



Lurch (H, C7)

CHEERS!

Seit 1995 entwickelt das Unternehmen Lurch Küchengeräte und bietet für die Küche sowie für den Haushalt funktionale Produkte für den Arbeitsalltag sowie stylische To-Go-Artikel, die die Umwelt schonen. Cocktailfreunde und Hobby-Barkeeper z.B. kommen mit der neuen Lurch-Barkollektion ganz auf ihre Kosten. Diese enthält alles, was für das Zaubern farbenfroher und geschmackvoller Cocktails benötigt wird. Auch stylische Isolierflaschen und -becher sowie Lunchboxen finden sich im Sortiment. Die einzigartigen Motive der ebenfalls bei Lurch erhältlichen Glasdeckel machen die praktischen Deckel zu einem ganz besonderen Hingucker.

Darüber hinaus bietet Lurch zahlreiche Produkte auf der HAPTICA® live auf Wunsch mit einer individuellen Veredelung an.

www.lurch.de



Macma (H, D11)

BEWUSST QUALITATIV

Macma gehört mit über 400 Mitarbeitern nach eigenen Angaben zu den größten Werbeartikelimporteuren in Europa und zeichnet sich als Lieferant und Partner des Werbeartikelhandels aus. Dabei arbeitet das Unternehmen immer nach dem Motto „lieferfähig, schnell, zuverlässig“.

Zur Qualitätssicherung arbeitet Macma ausschließlich mit anerkannten Unternehmen wie z.B. SGS, Intertek, Dekra, TÜV Rheinland und Bureau Veritas zusammen. Diese Prüfinstitute testen die verschiedenen Produkte auf EU-Richtlinien bzw. auf spezielle Kundenvorgaben. Seit Anfang Juni 2016 ist Macma zudem Mitglied der amfori BSCI. Nicht zuletzt übernimmt das Nürnberger Unternehmen auch Verantwortung bei der Auswahl seiner Lieferanten.

www.macmaworld.com





Magna sweets (F, A3)

GESCHMACKVOLLE MOMENTE

Magna sweets ist mit über 30 Jahren Markterfahrung ein kreativer Partner für süße Werbeatikel und arbeitet als Fullservice-Unternehmen mit eigener Grafikabteilung, Lohndruckerei und Lohnverpackung. Im Fokus: Nachhaltigkeit. Die Herstellung aller Produkte erfolgt klimaneutral, Magna sweets ist zudem als klimaneutrales Unternehmen zertifiziert. Viele Produkte sind zudem in einer nachhaltigen Verpackung erhältlich, und auch die Innenteile aller Adventskalender sind frei von Kunststoffen.

Ein nachhaltiges Produkthighlight sind die neuen Tree Gum-Kaugummis. Der plastikfreie Kaugummi wird aus Baumsaft gewonnen und ist dank des Süßungsmittels Xylit zahnefreundlich. Das FSC-zertifizierte Papiertütchen ist 100% recycelbar und vollflächig veredelbar.

www.magna-sweets.de



Mahlwerck (F, A2)

TRENDS IN PORZELLAN

Die Mahlwerck Manufaktur ist der Premiumanbieter für bedrucktes, graviertes und farbiges Porzellan. Die innovativen Produkte sind zu 100% klimaneutral und durch ihre einzigartigen Designs in ganz Europa gefragt. Mit Sinn für Ästhetik und Qualität versorgt Mahlwerck den Markt seit über 30 Jahren mit echten Stilikonen und trendigen Porzellan-Highlights. Als Manufaktur denkt das Unternehmen auch „outside the cup“ – stets mit dem Ziel, neue Ideen zu verwirklichen.

Das neue Highlight stellt ein stylischer Sleeve für den klassischen To-Go-Becher dar. Dieser Hitzeschutz punktet mit außergewöhnlichem Design, das ihn zu einem echten Hingucker macht und gleichzeitig seinen funktionellen Aspekt bewahrt.

www.mahlwerck.de





Mairdumont (H, A3) FÜR WELTENTDECKER

Die Produktvielfalt des Medienhauses Mairdumont ist crossmedial und umfasst Printprodukte, E-Books, Apps sowie verschiedene Reise- und Mobility-Portale. Zum Programm gehören u.a. die Reiseführermarken Marco Polo, Baedeker, DuMont sowie die deutschsprachigen Lonely Planet-Reiseführer und Bildbände. Die Einbindung von Werbeformen in die Produkte und die Umsetzung von individuellen Sondereditionen ist möglich.

Produkthighlight des Jahres 2023 stellt der Marco Polo Green Guide dar, der CO₂-kompensiert und in einem FSC-zertifizierten Betrieb hergestellt wird. Der Reiseführer stellt u.a. besondere Naturerlebnisse und Museen vor – so lässt sich Deutschland im Einklang mit der Natur entdecken und erleben.

www.b2b.mairdumont.com  MAIRDUMONT

Makito (H, B8)

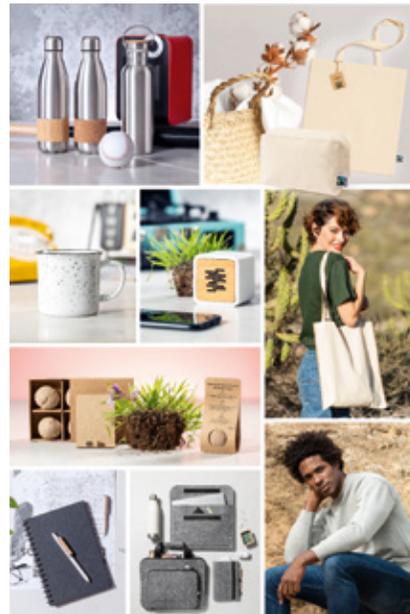
GROSSE VIELFALT

Makito liefert das nach eigenen Angaben weltweit größte Sortiment an Werbeartikeln mit mehr als 14.000 SKUs an Artikeln und Textilien. Ein hoher Grad an Innovationsfähigkeit, ein starkes Engagement in Sachen Nachhaltigkeit und ein immerwährendes Gespür dafür, die Artikel zu wettbewerbsfähigen Preisen anzubieten, haben dazu beigetragen, dass sich Makito weit über den heimischen iberischen Markt hinaus großer Bekanntheit erfreut und in ganz Europa gute Wachstumsraten verzeichnet.

Makito weist mehr als 25 Jahre Erfahrung in der Branche auf und bietet seinen Kunden ein hohes Maß an individuellen Serviceleistungen. Hohe Lagerkapazitäten und die Möglichkeiten der Inhouse-Veredelung sorgen für schnelle Lieferzeiten.

www.makito.eu

makito
COMMERCIAL PRODUCTS





marcolor (F, D7)

SCHWAMM DRÜBER

Bedruckt mit cleveren und coolen Sprüchen, überzeugt das Schwammtuch Kalli mit Witz und Raffinesse. Es ist als großformatiger Werbeträger täglich im Blick und in acht verschiedenen Standardfarben sowie 18 Standarddruckfarben erhältlich. Auch eine Gestaltung nach Pantone, HKS oder RAL ist umsetzbar.

Hergestellt aus Baumwolle und Zellulose in Deutschland, ist Kalli kompostierbar und bei bis zu 95 °C waschbar. Die Veredelung erfolgt mit veganen und palmölfreien Druckfarben. Im Set gebündelt mit einer eigenen Banderole aus Recyclingpapier, ziehen die cleveren Wischtücher noch mehr Aufmerksamkeit auf sich. Vom witzigen Streuartikel werden sie so zu einem hochwertigen und beliebten Präsent für jeden Anlass.

www.kalli-werbemittel.de



Maxim Ceramics (H, B5)

KERAMIK-KNOW-HOW

Maxim Ceramics ist seit mehr als 20 Jahren auf die Veredelung von Porzellan, Keramik und Glas spezialisiert. Über 150 verschiedene Designvarianten an Bechern, Tassen, Gläsern u.v.m. sowie viele eigene geschützte Designs stehen zur Verfügung. In Kombination mit den Einfärbe-, Druck- und Gravurtechniken entstehen in Zusammenarbeit mit den Händlerpartnern so interessante Werbelösungen für Industrie, Handel und Gewerbe.

Der in der EU produzierte Becher Berg gehört zu den Neuheiten der Porcelaine Kollektion 2023. Aufgrund seiner hohen Qualität stellt er die Basis für viele Einfärbemethoden dar und wird immer beliebter. Der schlichte, trapezförmige Korpus lässt sich gut als Fläche für weitere Dekorationstechniken nutzen, und zwar schon ab 24 Stück.

www.maxim.com.de





mbw (F, B3)

GLÜCKSMOMENTE-TO-GO

Seit über 40 Jahren steht das norddeutsche Unternehmen mbw mit großer Begeisterung für kleine, bunte Aufmerksamkeiten und Präsente mit großer Wirkung – denn jeder erinnert sich gerne an die Augenblicke oder Situationen zurück, die für ein Lächeln sorgen und das Herz haben höherschlagen lassen. So begeistert die umfangreiche und kreative Produktwelt von mbw mit zahlreichen sympathischen Präsentideen für Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner.

Alle Produkte lassen sich bereits ab Kleinmenge veredeln. Mit dem neuen Service Direkttransfer[plus] druckt mbw zudem jedes Wunschdesign – ganz egal ob feine Details, einfarbige oder mehrfarbige Logos – in hoher Qualität, und das auch auf bunte oder dunkle Textilien.

www.mbw.sh



Mepal (F, A1c)

GENUSS GUT VERPACKT

Seit über 70 Jahren stellt Mepal unverzichtbare Alltagsbegleiter her, die das Leben angenehmer und unbeschwerter machen. Zur breiten Produktpalette des Unternehmens zählen u.a. praktische Vorratsbehälter, auslaufsichere Joghurtbecher, durchdachte Brotdosen und stylische Thermo-becher.

Aktueller Bestseller ist die neue Mehrwegserie Mepal Pro. Die Serie beinhaltet Mehrweg-Bowls für den professionellen Einsatz in der Gastronomie, beim Catering oder in der Kantine. Die Mehrweg-Bowls lassen sich auch problemlos für den Lunch unterwegs mitnehmen. Mepal Pro punktet nicht nur mit Nachhaltigkeit, Funktion und praktischem Design, sondern ermöglicht seinem Besitzer kulinarischen Genuss – überall und zu jeder Zeit.

www.mepal.com

MEPAL





Mister Bags (F, E7)

ECHT ETHISCH

In allen Unternehmensbereichen ethisch und nachhaltig handeln – das ist die Vision von Mister Bags. Als Spezialist für stylische Taschen und Beutel bietet das Unternehmen aus Essen eine große Auswahl an verschiedenen Bio- und Fairtrade-zertifizierten Baumwoll- und Jucotaschen, Jutebeuteln, Food Bags und Recycling-Taschen an.

Zum Jahresstart präsentiert Mister Bags auf der HAPTICA® live '23 die neue Recycling-Kollektion mit besonderen neuen Taschen aus rPET und recycelter Baumwolle. Ein Highlight der Recycling-Kollektion ist Bruno: Der recycelte Shopper eignet sich mit seiner hohen Grammatik und seiner Boden- und Seitenfalte ideal z.B. für den täglichen Einkauf oder den Besuch im Fitnessstudio.

www.misterbags.de



J.G. Niederegger (H, B3)

SÜSSE TRÄUME

Das Lübecker Traditionshaus Niederegger, gegründet 1806, wird heute in achter Generation geführt und punktet mit einer Vielfalt aus Marzipan, Praliné, Nougat und Schokolade. Über 300 Produkte mit unterschiedlichen Geschmacksrichtungen bietet das Familienunternehmen. Bis heute werden die Leckereien nach traditionellen Verfahren und in Handarbeit produziert.

In der Niederegger Meister-Selektion etwa finden sich Highlights wie etwa Marzipan-Klassiker, Nougat-Happen, Praliné-Kompositionen und Chocolate-Kreationen. Individuelle Marzipantorten, Torten mit Firmenlogo oder einfach einen Gruß aus Marzipan kreiert Niederegger schon ab kleinen Mengen. Viele Artikel lassen sich mit extra gestalteten Schubern und Banderolen individualisieren.

www.niederegger.de





Nuts Innovations (H, A20)

WERBEN MIT VERANTWORTUNG

Nuts Innovations steht für nachhaltige, natürliche und plastikfreie Produkte, die nicht nur wiederverwendbar und kompostierbar sind, sondern auch unter fairen Bedingungen produziert werden. Das Ziel des Unternehmens ist dabei, durch innovative Produkte nachhaltige und intelligente Alternativen zu Einweg- und Kunststoffartikeln zu bieten. Die Herstellung der Produkte wird zudem bewusst einfach gehalten, um sowohl Ressourcen als auch die Umwelt zu schonen.

Bestes Beispiel sind die neuen, zu 100% organischen PopUp-Schwämme, die sich nach Unternehmensangaben als einzige am Markt individuell stanzen und bedrucken lassen. Zum breiten Reinigungssortiment gehören auch organische, feste Spülseife und wiederverwendbare Küchenrolle.

www.nuts-innovations.com

nuts

Pins & mehr (H, B6)

UNVERKENNBARES PORTFOLIO

Als kreativer Streuartikelhersteller hat sich Pins & mehr seit über einem Vierteljahrhundert zu einem aktiven Marktteilnehmer entwickelt. Ein Highlight sowie erfolgreiches Werbeprodukt ist z.B. der Einkaufswagenlöser Triggi. In seinen zahlreichen Formen überzeugt er nicht nur in puncto Vielseitigkeit, sondern auch in Bezug auf Nachhaltigkeit und Haptik. Reiner Edelstahl, bedruckt in brillanten Farben, und hochwertige Veredelungen machen den Werbebotschafter zu einem absoluten Blickfang.

Zudem hat Pins & mehr recycelte oder aus natürlichen Materialien gefertigte Lanyards, edle Abzeichen und Orden und andere einzigartige Marketingartikel im Sortiment, die Werbebotschaften ins Rampenlicht rücken.

www.pinsundmehr.de

Pins & mehr
Lanyards & Co.



**DIE NEUE
DIGITALE PLATTFORM
FÜR HAPTISCHE WERBUNG**



// IHR PLANUNGSTOOL FÜR DIE HAPTICA® LIVE // ALLE AUSSTELLER ONLINE
// PRAKTISCHE SPEICHERFUNKTION FÜR DIE NACHBEREITUNG // PRODUKTE DIREKT
ÜBER DAS PORTAL ANFRAGEN // PLUS: THEMENSPECIALS, CONTENT UND INFOTAINMENT

JETZT KOSTENLOSE TESTPHASE STARTEN: CONTACT@HAPTICA.ONLINE



WWW.HAPTICA.ONLINE



PopSockets (F, A7)

GRIFFIGE BOTSCHAFTEN

PopSockets wurde 2010 von dem ehemaligen Philosophieprofessor David Barnett gegründet, der das Unternehmen aus seiner Garage im US-Staat Colorado heraus startete. Bis heute hat das Unternehmen eigenen Angaben zufolge mehr als 265 Mio. Handygriffe verkauft und verfügt über Standorte in der ganzen Welt. Zu den Produkten gehören der Original-PopGrip und ein System von weiteren Produkten wie z.B. das PopWallet mit integriertem Kreditkartenhalter.

Als besonders umweltfreundliche Alternative zum Original haben die US-Amerikaner den neuen PopGrip Plant entwickelt. Er besteht aus pflanzlichen Materialien. Dieser neue PopGrip ist in den Farben Translucent White, Ice Blue und Translucent Gray erhältlich und lässt sich individuell bedrucken.

www.popsockets.com

POPSOCKETS

Porzellanmanufaktur Kahla/ Thüringen (F, E2)

INNOVATIVES PORZELLAN

Die Marke Kahla steht für multifunktionales Porzellan „made in Germany“. Der hohe Innovationsgrad der Produkte zeigt sich nicht nur in den unkonventionellen Gestaltungsideen und der Nachhaltigkeitsstrategie „Kahla pro Öko“, sondern auch im Einsatz progressiver Technologien.

Ein Highlight ist das nachhaltige To-Go-Becherkonzept fillit, das sich dank diverser Veredelungstechnologien auf Wünsche anpassen und individuell gestalten lässt. Der fillit-Porzellanbecher ist in den Größen 0,27 l bzw. 0,40 l erhältlich, zudem sind ein Trinkdeckel und eine isolierende Bänderole erhältlich. Der Deckel und die Bänderole bestehen aus einem zertifizierten, BPA-freien und 100% recycelbaren Material und sind in 15 Farben der Kahla-Colour-ID verfügbar.

www.kahlaporzellan.com



Prodir (F, A1b)**KLEIN, ABER FEIN**

Die Schreibgeräte des Schweizer Schreibgeräteherstellers Prodir zeichnen sich durch innovative Nachhaltigkeit, ein starkes Design sowie hohe Wertigkeit aus. Eine Neuheit 2023 ist z.B. der DS6 S Mini. Das handtaschentaugliche Schreibgerät ist 24,4 mm kürzer als vergleichbare Modelle. Sein Gehäuse wird zudem zu 100% aus per Spezialverfahren recyceltem ABS gefertigt, bei dessen Herstellung 40% weniger CO₂-Emissionen entstehen als bei herkömmlichem ABS.

Auf der Kappe des DS6 S ist neben dem Recycling-Logo daher auch das Symbol für die CO₂-Reduzierung angebracht. Erhältlich ist der neue Mini nicht nur in acht starken Standardfarben, sondern außerdem in jeder Sonderfarbe nach PMS.

www.prodir.com**prodir****Promodoro** (H, B11)**TEXTILIEN MIT VERANTWORTUNG**

Promodoro punktet mit Premiumqualität und persönlicher Kundenbetreuung. Seit über 30 Jahren bietet die deutsche Textilmarke Corporate Fashion, Merchandising, Promotionwear und Workwear. Das neue Label OekoTex Made In Green zeigt, dass die Herstellung der Textilien verantwortungsvoll und sicher erfolgt. Mit rund 3 Mio. Textilien auf Lager ist promodoro in der Lage, selbst kurzfristige Anfragen schnell und zuverlässig umzusetzen.

Zur diesjährigen HAPTICA® live bringt der Textilspezialist die neue Light Softshell Jacket mit. Die leichte Kapuzenjacke besteht aus bi-elastischem Softshell-Single-Jersey-Bonding. Sie ist atmungsaktiv mit einer Wassersäule von 8.000 mm und in allen Farben bis 5 XL erhältlich.

www.promodoro.de



Promowolsch (H, C15)

DER KUNSTSTOFFSPEZIALIST

Bereits seit 1997 ist Promowolsch auf die Herstellung hochwertiger Kunststoffserzeugnisse für den Werbeartikel-sektor spezialisiert. Das von Wolfgang Schmidt und seinem Sohn Uwe-Karsten geführte Unternehmen steht zudem für ein in der EU und hauptsächlich in Deutschland hergestelltes Sortiment. Die Produktion „made in Germany“ garantiert hochwertige Rohstoffe, kurze Lieferzeiten sowie budgetgerechte Preise.

Mit dem Produkt Fight for Nature hat Promowolsch beim Promotional Gift Award 2022 gewonnen. Die Pappverpackung des Design-Eiskratzers 2K erhält als Parkscheibe einen Zweitnutzen. Pappe und Eiskratzer werden aus recycelten Materialien und in Kooperation mit einer Lebenshilfe-Einrichtung produziert.

www.promowolsch.de

PROMOWOLSCH
The Custom Solution

Reflects (F, C1)

VIELFÄLTIG SPEZIALISIERT

Als inhabergeführtes Kölner Unternehmen widmet Reflects sich seit über 30 Jahren der Konzeption, Produktion und Vermarktung von qualitativ hochwertigen Werbeartikeln. Der Fokus liegt auf den Marken Retumbler® - Best of Drinkware, Reeves® - Smart Electronics, Retime® - Smart Watch Concepts und Re98® - Classics & Trends.

Der konfigurierbare Retumbler®-Thermobecher mySteelOne etwa ist ein echtes Produkthighlight und die ideale Ergänzung zur Thermotrinkingflasche der gleichnamigen Produktserie. Seine Füllmenge von 400 ml, der 360°-Deckel – durch Drücken leicht zu öffnen – und nicht weniger als 1.734 mögliche Farbkombinationen machen ihn zu einem Multitalent für Sport, Freizeit und Beruf. MySteelOne ist zudem durch Kompensation CO₂-neutral.

www.reflects.com

reflects.





Retap (F, C3)

BEWUSSTER TRINKEN

Das dänische Unternehmen Retap betrachtet es als seine Mission, die Verschmutzung der Umwelt durch Einwegkunststoffe zu minimieren. Die stylishen Retap-Trinkflaschen im skandinavischen Design bieten daher eine einfache und kostengünstige Methode, um die tägliche Flüssigkeitszufuhr zu sichern und dabei auf die Verwendung unnötiger Einweg-PET-Flaschen zu verzichten.

Eine unabhängige Studie von Carbon Footprint Ltd. verdeutlicht Unternehmensangaben zufolge, dass sich durch die Verwendung einer Retap-Flasche anstelle von herkömmlichen 0,5 l-PET-Flaschen 57,5 kg CO₂ pro Jahr einsparen lässt. Zudem hat bereits eine zweimal nachgefüllte Retap-Flasche eine geringere Umweltbelastung im Vergleich zur Nutzung einer einzigen Einwegwasserflasche.

www.retap.dk



Richartz (H, B7)

JEDERZEIT GRIFFBEREIT

Ausgezeichnet mit mehr als 85 nationalen und internationalen Design- und Markenauszeichnungen, u.a. als Marke des Jahrhunderts, fertigt Richartz seit über 120 Jahren weltweit Produkte, die begeistern – ideale Werbebotschafter also.

Das hochwertige Multitool Struktura tool 25+ etwa setzt neue Standards in Design, Präzision und Funktion. Die sorgfältig verarbeiteten Edelstahlgriffe mit den markanten Richartz-Gumminoppen umschließen eine Vielzahl von durchdachten Funktionen. Alle ausklappbaren Funktionsteile des Multitools sind einzeln verriegelbar, was ein besonders sicheres und präzises Arbeiten ermöglicht. Produkte von Richartz lassen sich bereits bei geringer Stückzahl z.B. durch individuelle Gravuren und Verpackungen individualisieren.

www.richartz.com

RICHARTZ





Ritter-Pen (H, B15)

KANTE ZEIGEN

Der neue Ridge von Ritter-Pen zeichnet sich besonders durch seine Linienführung aus: Die dreikantige Form im Griffbereich sorgt für ideale Handhabung, und die nahezu runde Form am Schaftende ermöglicht einen harmonischen Übergang zu Drücker und Clip. Eine große Werbefläche auf dem Clip setzt Logos ideal in Szene, auch auf dem Schaft ist auf den definierten Kanten Platz für dezente Botschaften.

Die Neuheit Ridge Recycled ergänzt zudem die Serie Ritter Cares, die ein umfangreiches Sortiment an nachhaltig produzierten Schreibgeräten beinhaltet. Klimaneutral hergestellt aus dem bewährten, recycelten Post-Consumer-Kunststoff und ausgestattet mit der Großraummine Ultra Recycled, wird der Ridge Recycled zum nachhaltigen Werbebotschafter.

www.ritter-pen.de



Sahm (H, C3)

GLASKLARE SACHE

Sahm ist einer der weltweit führenden Gläseranbieter für die Getränkeindustrie. Das Unternehmen aus Höhr-Grenzhausen gestaltet Gläser ganz individuell und setzt Werbebotschaften somit auf einzigartige Art und Weise in Szene.

Mit dem Digital-Reliefdruck bietet Sahm eine echte Innovation in der Glasveredelung, die durch hohe Präzision und Detailgenauigkeit zahlreiche neue Möglichkeiten der Individualisierung ermöglicht. So vereint Sahm nicht nur Glas- und Dekordesigns zu einer optimalen Einheit, sondern schafft auch eine Symbiose aus genussvollen Getränken und den passenden Gläsern. Nicht zuletzt ist das Unternehmen nach ISO 9001 und ISO 14001 zertifiziert und arbeitet eng mit ClimatePartner zusammen.

www.sahm.de



PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2023





Samsonite (F, A4)

IMMER AN DEINER SEITE

Eigenen Angaben zufolge ist Samsonite die weltweit führende Marke für Reisegepäck, basierend auf einer über 100-jährigen Geschichte. Immer wieder neue, revolutionäre Gepäcklösungen machen es den Menschen leicht, rund um den Globus zu reisen, neue Horizonte zu entdecken und dabei jede Sekunde zu genießen.

Seine Position als Marktführer und Trendsetter festigt Samsonite mit der Verpflichtung zur Innovation und nicht zuletzt mit einem breiten Spektrum an Produkten. Mit Proxis startet Samsonite in eine neue Ära des Reisens auf hohem Niveau. Die Außenschalen bestehen aus Roxkin™, einem exklusiven mehrschichtigen Material, von Samsonite entwickelt. Es federt in Form zurück und bietet Stärke, Elastizität und Leichtigkeit.

www.samsonite.de

Samsonite

Sanders Imagetools (F, E4)

BELEBT DIE SINNE

Sie schmecken, erfrischen, pflegen, duften oder schützen – die Artikel von Sanders Imagetools sprechen die Sinne an und bleiben besonders gut im Gedächtnis. Mittlerweile hat das Unternehmen aus Neutraubling mehr als 20 Jahre Erfahrung mit der Entwicklung und Vermarktung von Produkten aus den Bereichen Getränke, Kosmetik und Hygiene. Überzeugen können dabei sowohl die kurzen Lieferzeiten und geringen Mindestmengen als auch die Premium-Drucktechniken.

Ein sinnliches Highlight ist z.B. die Flüssigseife Rosmarin-Ingwer im 250 ml-Spender. Der Spender aus recyceltem PET lässt sich auch mit anderen Füllungen ordern, z.B. Handbalsam oder Hände-Desinfektionsgel, und ist ab 100 Stück mit individuellem Etikett erhältlich.

www.imagetools.com

**SANDERS
IMAGETOOLS**
communication by products





Sara & Kate (H, D10)

ZEITLOS TRENDIG

Sara & Kate bietet hochwertigen, aus Silber und Edelstahl gefertigten Schmuck sowie wertvolle Uhren für Damen und Herren. Durch besondere Materialien wie 925 Sterlingsilber mit Anlaufschutz und Edelstahl sind die Schmuckstücke besonders langlebige Werbebotschafter.

Das vielfältige Schmucksortiment umfasst Halsketten, Ohrschmuck und Armbänder. Von zeitlosen Klassikern bis zu modischen Trendartikeln für besondere Anlässe ist für jeden etwas dabei. Eine individuelle Absprache und Zusammenstellung der Kollektionen ganz nach individuellen Wünschen ist möglich. Erweitert wird die Kollektion zudem um Uhren und Unisexmodelle im Edelstahlbereich. Auch die hochwertige Verpackung unterstreicht den Präsentcharakter der Schmuckstücke.

www.sara-kate.de

SARA & KATE

Secrid (F, E8)

DIE KRAFT DER KLEINEN DINGE

Seit dem Start vor 27 Jahren hat sich Secrid der industriellen Evolution verschrieben – jedes Produkt muss besser sein als das letzte. Mit viel Hingabe und Liebe zum Detail entstehen so Alltagsaccessoires im Taschenformat, die zu 100% in den Niederlanden hergestellt werden. Getrieben von einem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz, wird in dem B-Corb zertifizierten Unternehmen viel Wert auf gute Produktqualität, soziale Verantwortung, transparente Herstellung und eine lokale Produktion in Behindertenwerkstätten gelegt.

Zu den kultigen Highlights im Sortiment gehört das Miniwallet, kompakt in der Größe, aber mit überraschend viel Platz. Der patentierte Mechanismus ermöglicht einen schnellen Zugriff auf alle Karten, es besteht zudem ein RFID-Schutz.

www.secrd.com

SECRID



Senator (F, E3)**FÜR EINE GRÜNE ZUKUNFT**

Die Produkte des 1920 gegründeten Unternehmens Senator begeistern mit einem durchdachten Konzept für individuelle Markenpräsentationen. Das Sortiment umfasst Schreibgeräte aus Kunststoff und Metall sowie Becher und Tassen. Dabei liegt die komplette Wertschöpfungskette der Produkte in Deutschland, und die Produktion erfolgt unter Verwendung von Ökostrom. Zudem ist Senator nach ISO 9001 und 14001 sowie amfori BSCI zertifiziert.

Zu den Produkthighlights zählt z.B. der Kugelschreiber Super Hit Matt Recycled aus Recycling-Kunststoff. Darüber hinaus bietet das Unternehmen den Nutzern seiner Schreibgeräte kostenlose Ersatzminen an, die zur Verlängerung der Lebensdauer von Kugelschreibern als auch zur Werbewirkung gleichermaßen beitragen.

www.senator.com

senator
Made in Germany. Since 1920.

**Sigg Deutschland** (H, B19)**THE ART OF HYDRATION**

Bereits seit 1908 produziert das Traditionsunternehmen Sigg in Frauenfeld in der Schweiz Flaschen aus Aluminium, seit 2022 ist die Produktion klimaneutral.

Die Neuheit Traveller MyPlanet z.B. wird aus 100% recyceltem Aluminium in einem Stück gefertigt. Die Flasche ist leicht, stabil und auslaufsicher – auch bei kohlenensäurehaltigen Getränken. Zudem ist sie geschmacksneutral und frei von BPA und Phthalaten. Der Drehverschluss basiert auf dem erneuerbaren Werkstoff Zellulose.

Für den Bereich Corporate Gifts/Werbeartikel stehen 44 Flaschenfarben und die Füllmengen 0,6 l und 1 l zur Auswahl. Bei einer Mindestauflage von 120 Stück erfolgt die Veredelung mit Siebdruck in bis zu sechs Farben oder Gravur und immer im Co-Branding mit dem Sigg-Logo.

www.sigg.com

SIGG 





Sigikid (H, A11)

KUSCHELWEICHE WELTEN

Sigikid begleitet Kinder von ihren ersten Atemzügen an in ihrer Entwicklung und liefert dafür nicht nur schmuseweiche Spielkameraden, sondern auch Kindermode und besondere Accessoires. Marken bietet Sigikid die Möglichkeit, ihren Auftritt durch kuschelige Werbung zu emotionalisieren.

Begeistern kann das Unternehmen aus Mistelbach etwa mit dem Organic-Schnuffeltuch aus der Serie Green – inspired by nature. Dabei handelt es sich um einen weichen, in Europa produzierten Hasen aus 100% kontrolliert biologisch angebaute Baumwolle, gefüllt mit Schafschurwolle. Der nachhaltige Hase wurde für Unternehmen und Gemeinden als Präsent für frischgebackene Eltern entwickelt. Ein Logo oder Spruch findet auf einem aufgenähten Signet Platz.

www.sigikid.de



Skarpeta (F, D1)

SOCKEN, DIE ROCKEN

Wenn sich Logo und Werbebotschaft auf die Socken machen sollen, kommt Skarpeta ins Spiel. Das Unternehmen konzipiert, entwirft, produziert und distribuiert Werbesocken, die sich ideal als wandelnde Werbeträger eignen, indem sie – stets gut zu Fuß – die buchstäblich schrittweise Verbreitung von Logo und Werbebotschaft garantieren.

Alle Wünsche rund um den Einsatz von Werbesocken setzt Skarpeta dynamisch, exklusiv und mit viel Herzblut um – von individuellen Konzepten bis hin zu Kollektionen. Die Realisierung der Produkte und der damit verbundenen Dienstleistungen erfolgt maßgeschneidert, unter strikter Einhaltung der jeweiligen CSR-Vorgaben sowie aller relevanten Produktzertifizierungen.

www.skarpeta.eu



SND PorzellanManufaktur (F, B5)

VARIANTENREICHES HANDWERK



Handwerk „made in Germany“ trifft individuelle Variationsvielfalt – so lässt sich die Fertigung in der SND PorzellanManufaktur im Städtchen Zeulenroda beschreiben. Seit mehr als 20 Jahren steht das inhabergeführte Familienunternehmen für Qualität, Flexibilität, Zuverlässigkeit und persönlichen Kundenservice. Produziert wird mit ca. 50 Mitarbeitern an der traditionsreichen Thüringer Porzellanstraße, wo tausende Werbebecher pro Tag veredelt werden und ihren einzigartigen Schliff erhalten.

Besonders die Modelle ohne Henkel bieten diverse Einsatzmöglichkeiten: Sie lassen sich nicht nur zum Trinken verwenden, sondern z.B. auch für Tütensuppen, kleine Kuchen, als Zahnputz- und Stiftebecher, als Blumentopf, Vase oder Besteck- und Kerzenhalter.

www.snd-porzellan.de



snkrs2design (H, C14)

AUF SCHRITT UND TRITT

Das Branding von Sneakern und anderen Schuhen lenkt den Fokus auf einen einheitlichen, professionellen Auftritt eines Unternehmens und fördert somit sowohl die Sichtbarkeit als auch die Markenerinnerung. Und genau das ermöglicht snkrs2design seinen Kunden.

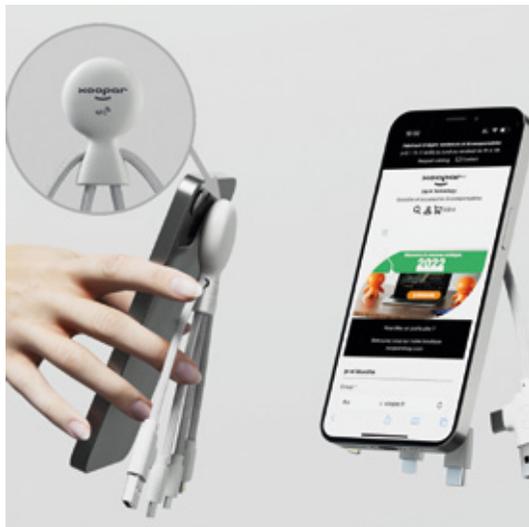
So hat sich das Unternehmen auf individualisierte Corporate Looks spezialisiert – ganz egal ob auf Premium-Leder-Sneakern, auf veganen Alternativen oder auf Textilvarianten. Das hochwertige Design lässt sich sowohl in Kleinstmengen als auch für Großaufträge von Geschäftskunden umsetzen.

Ein Produkthighlight von snkrs2design sind z.B. die individualisierten Leder-Sneaker, die nicht nur handgemacht sind, sondern zudem Logos mit einem DTF-Logodruck ideal in Szene setzen.

www.snkr2design.com

**SNKRS₂
DESIGN**





Toppoint/Intraco (H, A12)

TECHNIK IM TREND

Intraco Trading steht für hochwertige technische Werbeartikel mit Individualisierungs- und Druckmöglichkeiten. Mit eigenen Produkten sowie Markenprodukten, z.B. von Philips, Blaupunkt, TCL und Fresh ,n Rebel, aber auch House of Marley, Moyoo, Jays, Xoopar und Zens, haben die Niederländer ein vielfältiges Portfolio an werbewirksamen Produkten von hoher Qualität zu bieten.

Ein Produkthighlight ist z.B. der Mehrfachadapter Mr Bio Long PD von Xoopar, der sich mit einem Gehäuse aus ökologischem Material und Kabeln aus rPET präsentiert. Der Mehrfachadapter verfügt über Datenübertragungsmöglichkeiten für iPhones und Android-Smartphones und unterstützt zudem die Schnelllade-Funktion mit 60 W, um u.a. MacBooks und iPads aufzuladen.

jacques@intraco.nl



Touchmore (F, C2)

FÜHLBAR MEHR WIRKUNG

Touchmore ist ein Spezialist für haptische Markenkommunikation. Unternehmen, die auf nachhaltige Werbeartikel, Medien fürs Employer Branding, haptische Verkaufshilfen oder Mailingverstärker setzen, finden im Sortiment der Remscheider nicht nur innovative Produkte, sondern erhalten auch tatkräftige Unterstützung bei der Ausarbeitung von Konzepten. Zu den Services gehören Grafik-, Text- und Designkreationen, 3D-Animationen oder AR-Anwendungen ebenso wie Sonderanfertigungen.

Neu im Programm ist der aus biologisch abbaubarem PHA-Kunststoff hergestellte Magic Cube® Bio, der Produkte wie den original Rubik's Cube® Zauberwürfel, den Magic Flyer®, die Endloskarte logoloop® oder den cleveren Smartphone-Butler Flixcard® sinnvoll ergänzt.

www.touchmore.de

touchmore
HAPTISCHE MARKENKOMMUNIKATION





uma Schreibgeräte Ullmann (H, A7) UMWELTBEWUSST SCHREIBEN

Uma zählt zu den führenden Herstellern von Schreibgeräten in der Werbeartikelbranche. Neben dem Qualitätsanspruch steht die Entwicklung innovativer Ideen an erster Stelle, so landete uma z.B. beim Innovationswettbewerb Top 100 nach 2019 auch 2022 wieder unter den Besten.

Für eine nachhaltige Entwicklung ist der Firmenstandort in Fischerbach zu 100% klimaneutral, gleiches gilt für die Veredelung aller Schreibgeräte. Unvermeidbare Emissionen werden durch Kompensationszahlungen in Klimaschutzprojekte ausgeglichen.

Ein Highlight ist die Recycled PET Pen-Serie, bei der alte PET-Flaschen wiederverwertet und zu neuen Schreibgeräten werden. Neuester Zuwachs ist der Recycled PET Pen Pro Ocean aus rPET-Material aus Ocean Bound Plastic.
www.uma-pen.com



UTC (H, C10)

LIVE WIRD ZU CONTENT

UTC ist seit 25 Jahren auf die Entwicklung von erlebnisorientierten Foto- und Video-Eventmodulen sowie zunehmend auch auf Online-Events spezialisiert. Zur Wahl stehen dabei 26 Module, die in unterschiedlichen Bereichen eingesetzt werden. Dazu zählen z.B. personalisierte Produkte auf On-Location Events oder digitales Teambuilding.

Für Besucher der HAPTICA® live im März steht die Statement-Box bereit. Sie bietet die Möglichkeit, automatisierte Videointerviews durchzuführen – ob mit Kunden, Mitarbeitern oder Gästen von Messen und Events – und liefert sowohl wertvolles Feedback als auch Videocontent zur weiteren Verwendung. Besucher können die Statement Box am UTC-Stand ausprobieren und eine Überraschung mitnehmen.

www.utc.de





Vogel's Süsse Werbe-Ideen (H, B4) SCHMACKHAFTER IDEENREICHTUM

Vogel's Süsse Werbe-Ideen bietet in einem umfangreichen, genussvollen Repertoire u.a. individualisierte Schokolade aus der hauseigenen Chocolaterie, Fruchtgummis in Standard- und Sondermotiven, Weihnachtsartikel sowie Gebäck oder Pralinen jeweils in individuell gestalteten Werbeverpackungen.

Besonders verführerisch sind z.B. die Schoko-Pfefferminz-Taler in der Präsentbox. Verpackt werden die edlen Zartbitter-Taler einzeln in einem Flowpack, wahlweise im modernen Standarddesign oder komplett individualisierbar. Befüllt ist die nach individuellen Vorgaben bedruckte sowie wiederverschließbare Box mit acht der feinen Schoko-Pfefferminz-Taler. Zudem ist die Schoko-Minz-Taler-Box auch in der Variante Individuell erhältlich.

www.vogels.de



Anzeige



ANGELIKA SCHUMACHER
EDDING

„HAPTICA® ist permanent packend.“

30.000 Marketingentscheider
lesen HAPTICA®. Bleiben Sie
dran, und abonnieren Sie jetzt!





Vonmählen (F, B2)

TECH-LIFESTYLE

Funktionales Zubehör rund ums Smartphone – dafür steht Vonmählen. Vom ersten Designkonzept bis hin zum Endprodukt ist das Ziel des norddeutschen Unternehmens, multifunktionale, langlebige Technik-Accessoires zu kreieren, die Eleganz und Funktionalität miteinander vereinen.

Punkten kann z.B. der kompakte, kabellose Bluetooth-Lautsprecher Air Beats Mini, der mit beeindruckendem Klang sowie einer Akkulaufzeit von bis zu 13 Stunden überzeugt. Dank IPX6 ist der Air Beats Mini vor größerem Wassereinfluss geschützt. Für Stereo-Sound lassen sich zudem zwei Geräte miteinander koppeln. Ein integriertes Mikrofon ermöglicht Sprachsteuerung und Telefonie, zudem ist der Lautsprecher mit allen Bluetooth-fähigen Endgeräten ab Version 5.0 kompatibel.

www.b2b.vonmaehlen.com

VONMÄHLEN
Northern Germany

Walter Medien (H, B9)

LOBENSWERT LANGLEBIG

Nachdem Kalender ein ganzes Jahr lang unverzichtbare Begleiter waren, landen sie nach Ablauf des Jahres i.d.R. im Altpapier. Das muss nicht sein: Dass es auch nachhaltiger geht, beweist das auf Werbekalender spezialisierte Familienunternehmen Walter Medien.

Der Kalender Wertpapier z.B. gibt Anregungen und Tipps zur Weiterverwendung der Monatsblätter. Fröhlich-bunte Muster und Formen sorgen darüber hinaus dafür, dass der Kalender nicht nur ein Jahr lang ein attraktiver Blickfang an der Wand ist, sondern sich auch in seinem zweiten Leben als nützlicher und praktischer Hingucker beweist. Messebesucher der HAPTICA® live '23 haben die Möglichkeit, sich am Stand von Walter Medien einen Kalender abzuholen.

www.kalender.walter.de





WA Media (F, C6)

INFORMATIONSNETZWERK

Informationen und Inspirationen aus dem Markt der haptischen Werbung – dafür steht WA Media. Das Kölner Verlagshaus erreicht Kreativkräfte, Einkäufer und Entscheider aus Marketing und Werbeagenturen auf verschiedenen Kanälen von Print über live bis online. Wer Anregungen bei der Produkt- und Anbietersuche braucht, sich über Marketingtrends oder Nachhaltigkeitsthemen informieren möchte, Expertenmeinungen und Best Practice-Beispiele schätzt, ist bei den Machern von Promotion Products, HAPTICA®, HAPTICA® live, Promotional Gift Award und – in Kooperation mit dMas – HAPTICA®//ONLINE genau richtig.

Die Kaffeelounge am Stand bietet traditionell einen Anlaufpunkt zum Verweilen und Netzwerken inmitten des Messetrubels.

www.waorg.com



WIL Langenberg (H, C1)

ABSOLUT TRAGBAR

Seit 1991 steht das Familienunternehmen WIL Langenberg für Qualitätstaschen und Qualitätsschirme im Werbeartikelmarkt.

Ein besonderes Produkt ist der Multifunktionsrucksack Phoenix, der sich mit seinen diversen Funktionen für jeden Anlass eignet. Für Stauraum sorgen nicht nur die drei Einzelfächer auf der Frontseite, sondern auch das aufklappbare Hauptfach, mit dem sich der Rucksack wie ein Koffer packen lässt. Durch die Doppel-Hauptfach-Funktion lässt sich der Rucksack in zwei einzelne Hauptfächer unterteilen. Ein Trolleygurt sorgt darüber hinaus dafür, dass der Rucksack als der ideale Reisebegleiter fungiert. Nicht zuletzt überzeugt das schmeichelnde PU-/rPET-Material.

www.langenberg.one



92





Service

& Netzwerk

VOLL VERNETZT – DIE PARTNER DER HAPTICA® LIVE

Seit ihrer Premiere 2013 pflegt die HAPTICA® live intensive Partnerschaften mit Institutionen aus der Marketingbranche ebenso wie mit Partnern aus benachbarten Branchen und aus der Wirtschaftsregion rund um den Veranstaltungsstandort Bonn. Zehn Kooperationspartner umfasst das Netzwerk inzwischen.



Der regionale Ableger des Deutschen Marketingverbandes ist das berufliche Netzwerk für Marketingexperten aus dem Raum Köln/Bonn.



Der unabhängige Fachverband engagiert sich für die Interessen von Medienproduzierenden in der (Marken)industrie, in Werbe- und Produktionsagenturen.



Im bundesweiten Netzwerk für Brand Marketing tauschen sich Marken- und Vermarktungsexperten aus.



Der regionale Arm des Verbands Druck + Medien vertritt die Interessen von Mitgliedern u.a. aus Druckereien, Agenturen, Zeitungshäusern und Verlagen.



Die IHK Bonn/Rhein-Sieg treibt für und mit rund 53.000 angeschlossenen Unternehmen die Entwicklung der Wirtschaftsregion voran.



Das Kölner Business-Netzwerk auf LinkedIn verbindet Unternehmen aus Köln und der Region und fördert die Verbindung von online und offline.



Der Fachverband repräsentiert deutschlandweit rund 2.000 Mitglieder aus der Druck- und IT-Branche.



Die Plattform fördert und vernetzt die gesamte Tourismus-, Tagungs- und Veranstaltungsbranche in der Region.



Als Schnittstelle zwischen Event-Planern und -Dienstleistern steht memo-media für crossmedialen Wissenstransfer und Know-how für Event-Profis.



Der Bundesverband Souvenir-Geschenke-Ehrenpreise e.V. (BSGE) ist ein Zusammenschluss von Fabrikanten, Groß- und Außenhändlern, Einzelhändlern und Handelsvertretern.



save the

date



13. MÄRZ 2024
WCCB BONN



HAPTICA®

ERLEBNISWELT HAPTISCHE WERBUNG



ANREISE

MIT ÖFFENTLICHEN VERKEHRSMITTELN

ZUG/STRASSENBAHN/U-BAHN

// Ab Bonn Hbf mit den Linien 63/16 und 66 in Richtung Königswinter/Bad Honnef bzw. Bad Godesberg bis Haltestelle Heussallee/Museumsmühle, dann der Beschilderung Bundeshaus/World Conference Center Bonn folgen. Der Eingang zur HAPTICA® live befindet sich nach 100 m auf der linken Seite.

// Ab Bahnhof Bonn UN-Campus zu Fuß über Genscherallee und Heussallee der Beschilderung Bundeshaus/World Conference Center Bonn folgen.

BUS

// Ab Bonn Hbf (Haltepunkt C4) mit den Buslinien 610 und 611 Richtung Pappelweg bis Haltestelle Deutsche Welle, dann der Heussallee bis zum Platz der Vereinten Nationen folgen und dort links abbiegen.

TAXI

// Ab Bonn Hauptbahnhof/Innenstadt ca. 10 Minuten

// Ab ICE Bahnhof Bonn/Siegburg ca. 20 Minuten

// Ab Flughafen Köln/Bonn ca. 25 Minuten

MIT DEM AUTO

// Für die Navigation zum Parkhaus bitte „Welckerstraße 22“, 53113 Bonn als Zieladresse eingeben.

VON NORDEN

// A 3 Ri. Frankfurt bis Dreieck Heumar, A 59 bis AK Bonn-Ost, Ausf. Rheinaue

VON SÜDEN

// A 3 Ri. Köln bis AK Bonn/Siegburg, A 560 bis Dreieck Sankt Augustin-West, A 59 bis AK Bonn-Ost, Ausf. Rheinaue

VON OSTEN

// A 4 Ri. Köln bis AK Köln-Ost, A 3 Ri. Frankfurt bis Dreieck Heumar, A 59 bis AK Bonn-Ost, Ausf. Rheinaue

VON WESTEN

// A 61 Ri. Koblenz bis AK Meckenheim, A 565, Ausf. Poppelsdorf

// Ab Ausf. Rheinaue: rechts abbiegen auf die Petra-Kelly-Allee und über die Ampelkreuzung geradeaus fahren auf die Franz-Josef-Strauß-Allee. Nach der Linkskurve halb rechts abfahren und der Straße folgen, im Kreisel sofort rechts abbiegen auf die Friedrich-Ebert-Allee (B 9). An der zweiten Ampelkreuzung rechts abbiegen auf die Welckerstraße, an der T-Kreuzung links abbiegen auf die Karl-Carstens-Straße.

// Ab Ausf. Poppelsdorf: Richtung B 9 auf die Reuterstraße fahren, dort immer geradeaus über die Reuterbrücke. Hinter der Brücke halb links einordnen auf die Einzelspur der Willy-Brandt-Allee (Auschilderung World Conference Center Bonn/Vereinte Nationen). Dem Straßenverlauf mit der Rechtskurve folgen, an der nächsten Ampel links abbiegen auf die Welckerstraße. An der T-Kreuzung links abbiegen auf die Karl-Carstens-Straße.

// Das Parkhaus mit 960 Stellplätzen befindet sich auf der linken Seite.



// World Conference Center Bonn

Platz der Vereinten Nationen 2
53113 Bonn

Tel.: +49 (0)228 9267-0

www.worldccbonn.com

Legende:

- Anfahrt Parken
- Fußweg zum Haupteingang

- Gelände UN-Campus (Gesparttes Areal)
- Durchgang gesperrt

Hinweis für die Adresseingabe in Navigationsgeräte:
 = Charles-de-Gaulle-Straße = Welckerstraße

SERVICE



APOTHEKE

// Eine Apotheke befindet sich auf der Friedrich-Ebert-Allee 65.



APP

// Die HAPTICA® live-App als Orientierungshilfe auf der Veranstaltung können Sie in Versionen für Android (Google Play Store) oder iOS (iTunes) herunterladen.



ERSTE HILFE

// Während der HAPTICA® live sind Sanitäter im Einsatz, das Dienstzimmer befindet sich am Foyer nahe des Haupteingangs.



GARDEROBE

// Die Garderobe befindet sich direkt rechts vom Eingang.



GELDAUTOMAT

// Der nächstgelegene Geldautomat befindet sich an der Heussallee 12-14 (vier Minuten Fußweg vom WCCB).



HANDY AUFLADEN

// Eine Ladestation für Smartphones aller Art finden Sie an der WA Media-Lounge im Foyer.



HOTELS

// Hotels lassen sich über den kostenlosen Vermittlungsservice der Bonn Information buchen unter 0228/77 50 00.



ONLINE

// Auf der digitalen Plattform HAPTICA®//ONLINE (www.haptica.online) stehen Besuchern diverse Tools zur Messevor- und nachbereitung zur Verfügung.



PARKEN

// Parkplätze für Besucher stehen im gebührenpflichtigen Parkhaus an der Karl-Carstens-Straße zur Verfügung (zwei Minuten Fußweg zum WCCB).



RAUCHEN

// Das Rauchen ist in einem eigens eingerichteten Bereich innerhalb des WCCB gestattet, der Zugang befindet sich im Foyer hinter der Ausstellung zum Promotional Gift Award.



TANKSTELLE

// Die beiden nächstgelegenen Tankstellen befinden sich einander gegenüberliegend in der Reuterstraße 108 (Esso) und Reuterstraße 181 (Shell) zwei Fahrminuten vom Parkhaus entfernt.



TAXI

// Der Taxi-Ruf für Bonn lautet 0228/55 55 55.



TOILETTEN

// Die Toiletten befinden sich im Foyer hinter der Ausstellung zum Promotional Gift Award.



WLAN

// Im WCCB steht Ihnen kostenfreies WLAN zur Verfügung. Das Passwort lautet: hapticalive.

ENTWERFEN SIE SELBST IHRE TEXTILIEN

▶ BRILLENPUTZTÜCHER

▶ MULTIFUNKTIONALES BANDANA

▶ ÄRMEL SLEEVE

BRANDNEU!

▶ SOCKEN

BRANDNEU!

▶ MAUSPAD

▶ MIKROFASERHANDTUCH

▶ KÜHLHANDTUCH

▶ BRILLENETUI / SKIBRILLENETUI

▶ STIRNBAND

▶ VIERECKIGES TUCH



badge4u.eu

www.badge4u.eu

info@badge4u.eu

+48 32 616 55 72

Besuchen Sie uns an unserem Messestand



RECYCLED PET PEN PRO
ocean



made from ocean-bound plastic

Mehr
Informationen



uma-naturals.com/material-rpet-ocean