



Fotos: Claudia Pfeifer, © WA Media

## WEMA STUTT GART

# BITTE LÄCHELN!

■ „Wertschätzung zum Anfassen“ hieß es bei der 20. Ausgabe der WEMA, die am 1. Februar 2018 in der Phoenixhalle des Bad Cannstatter Römerkastells über die Bühne ging. Bei der traditionellen Produktschau von Scholz Promotion Service, Stuttgart, drehte sich in diesem Jahr alles um die emotionale Wirkmacht des Werbeartikels für eine nachhaltige Kundenansprache. Passend dazu präsentierten 36 Lieferant:innenpartner, darunter einige Markenhersteller, Produkthighlights, die der Zielgruppe ein Lächeln ins Gesicht zaubern – vom leckeren Apfelsnack über angesagte digitale Gadgets bis hin zum farbenfrohen Zettelblock. Ideen für die kreative Umsetzung der haptischen Botschafter lieferten Mitarbeiter von Scholz Promotion Service – ein Info-Areal in der Mitte der Halle bot die Möglichkeit zum direkten Austausch und demonstrierte das Leistungsspektrum des DIE6-Mitglieds, das Produktentwicklung, Produktionsabwicklung, Online-Shop-Film und Logistik umfasst.

Das Veranstaltungsmotto „Wertschätzung zum Anfassen“ fand sich nicht nur

als Key Visual auf Messetaschen und Giveaways wieder, auch das persönlich überreichte Präsent am Eingang – ein trendiges Food Jar – war mit dem Slogan gebrandet. Für zufriedene Gesichter sorgten außerdem das erstklassige Catering und eine Smoothie-Bar, darüber hinaus konnten Besucher in einer Fotobox ihr schönstes Lächeln zeigen und die Bilder im Anschluss mit nach Hause nehmen. Messteilnehmern winkte zudem ein Gutschein für einen eintägigen Fotografie-Workshop.

Nicht zuletzt war die gute Stimmung in der luftigen Eventlocation auf volle Gänge und gute Gespräche zurückzuführen. „Der allgemeinen wirtschaftlichen Situation entsprechend herrschten auf der Messe Zuversicht und eine hohe Kaufbereitschaft. Trotz des frühen Veranstaltungstermins wurden viele konkrete Ideen und Anfragen geäußert, und wir konnten erstmalig vier Aufträge direkt auf der WEMA abschließen“, resümiert Alexander Helm, Geschäftsführer von Scholz Promotion Service. Sichtlich begeistert über die Qualität und Entschlussfreudigkeit der 337 Besucher (2017: 373

Besucher) zeigte sich u.a. Dirk Peppmüller, Faber-Castell: „Auch in diesem Jahr haben wir mit hochkarätigen Kunden sprechen können. Hier finden sich viele Interessenten für hochwertige Schreibgeräte.“ Auch die Aussteller hatten also gute Gründe zu lächeln. **WA CP**

[www.scholzpromotion.de](http://www.scholzpromotion.de)



Scholz-Geschäftsführer Alexander Helm (r) im Kundengespräch.