



## SPKTRUM-WERBEARTIKELMESSE NÜRNBERG

# ERFOLGREICHES COMEBACK

Am 26. Januar 2023 feierte die Spektrum-Werbeartikelmesse ihr Comeback nach drei Jahren Pause und zwei Corona-bedingt ausgefallenen Veranstaltungen: Die veranstaltende Werbeartikelagentur Schuelbe Promotion Service scheute keine Mühen, das Mövenpick Meet & Dine Conference Center im Nürnberger Flughafen in ein buntes Podium voller innovativer und nützlicher Werbeartikel zu verwandeln. Zur Horizonsweiterung trug auch die Kulisse bei: Vom Conference Center aus hatten die Anwesenden einen guten Blick auf den Flugbetrieb des Nürnberger Flughafens.

Insgesamt 30 Aussteller freuten sich über die Gelegenheit, Produkttrends und Neuheiten vorzustellen sowie interessante Gespräche zu führen. Neben langjährigen Ausstellern wie Prodir, koziol, Faber-Castell und Blomus waren auf der Werbeartikelmesse 2023 auch erstmalig Artikel von Vonmählen, Kloster Kitchen und watterdrop vertreten. „Wir möchten unseren Kunden eine nachhaltige und hochwertige

Produktpalette anbieten, bei der für jeden Geschmack etwas dabei ist“, betont Moritz Schuelbe, stellvertretender Geschäftsführer von Schuelbe Promotion Service.

Unter dem Motto „Ideen Vielfalt“ präsentierte das Schuelbe-Team zudem gemeinsam mit den 30 Ausstellern spannende Produktideen und attraktive Sonderaktionen. Manche Themen waren auf der 28. Werbeartikelmesse dabei besonders gefragt. „Der Trendfokus lag in diesem Jahr v.a. auf Produkten aus europäischer und deutscher Produktion, mit kurzen Lieferzeiten und aus nachhaltigen Materialien“, erklärt Kathrin Harris, die sich bei Schuelbe um das Marketing und den Verkauf kümmert.

Bereits am Vormittag herrschte zur Zufriedenheit der Aussteller großer Andrang an den Ständen. „Die Frequenz auf der Messe ist gut, zudem haben wir bisher gute Gespräche geführt“, sagt Lars Leppert von Senator. „Qualität und Quantität passen, darüber hinaus ist die Messe besonders für die Endkunden interessant.“ Ähn-

lich sieht das auch Harald Väth, team-d: „Ich besuche die Messe zum ersten Mal, bin aber rundum zufrieden. Bisher konnte ich interessante Gespräche mit Industriekunden führen, viele hatten konkrete Anfragen.“ Auch die Stammassteller wie Faber-Castell freuten sich, endlich wieder live zusammenzukommen. „Es ist schön, sowohl Bestandskunden als auch neue Kunden hier zu treffen“, sagt etwa Roland Reszel von Faber-Castell.

Mit insgesamt 250 Besuchern von 120 Unternehmen konnten die Veranstalter nach eigenen Angaben an die Ergebnisse aus der Zeit vor der Pandemie nahtlos anknüpfen. Die reibungslose Organisation, umsichtige Kundenbetreuung und familiäre Atmosphäre sorgten für zufriedene Gesichter auf allen Seiten. Geschäftsführer Andreas Schuelbe fasst zusammen: „Die Kunden freuen sich, dass sie wieder dabei sein und haptische Werbung live erleben können.“ **WA SK**

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



Die 28. Spektrum-Werbeartikelmesse fand im Mövenpick Meet & Dine Conference Center im Nürnberger Flughafen statt.



Auch beim Mittagessen fanden interessante Gespräche statt – mit Ausblick auf den Flugbetrieb des Nürnberger Flughafens.