

Branche: zufrieden, realistisch und anpassungsfähig

BRANCHENTREND Die Umfrage von «Marketing & Kommunikation» bei den wichtigsten Exponenten der Werbe- und Geschenkartikel-Branche zeigt zurzeit ein recht positives Bild. Kleinere Bestellungen, weil Kunden die Budgets kürzen, sind teilweise spürbar. Allgemein ist die Stimmung aber weiterhin positiv.

VON KURT BÜCHLER

■ Dass die Schweizer Hersteller und Vertrieber von Geschenk- und Werbeartikeln auch in einer wirtschaftlich schwierigen Zeit erfolgreich sind, hängt wohl mit ihrer Zuverlässigkeit, Kreativität und der hohen Qualität ihrer Produkte und deren Individualität zusammen. Auch wenn Kunden teilweise kleinere Budgets zur Verfügung haben, bestellen sie meistens qualitativ hochstehende Produkte und weichen eher in speziellen Fällen auf billigere aus. Praktisch alle angefragten Firmen verzichten auf Billigware, mit denen die Kunden ein falsches Image weitergeben würden. Bisher wurde oft der ganze Jahresbedarf geordert, nun sind Bestellungen öfters eventabhängig. Ausbau, Vorwärtsstrategien mit Beratung und Unterstützung der Kunden bei der Auswahl der Werbeartikel gilt für alle. «Segel in den Wind stellen und Schiff auf Kurs halten», wie einer sagt.

Spielkarten: nicht krisenanfällig, weiter ausbaufähig

Wir spüren bislang keinen Rückgang. Die Verhandlungen werden härter und dauern etwas länger, und wir liegen gerade im Werbe-

bereich deutlich über dem Budget und Vorjahr. Wir bewegen uns in einem Produktbereich, der nicht krisenanfällig ist. Manche Leute haben durch Kurzarbeit oder Zwangsferien ja auch wieder mehr Zeit für Spiele.

Unsere Toolbox ist seit mehreren Jahren sehr erfolgreich, weil sie alles beinhaltet, was es zum Jassen braucht und trotzdem handlich in eine Jackentasche passt. Inzwischen wurde sie um einen eingebauten Spitzer erweitert und erlebt dadurch einen neuen Aufschwung. AGM setzt eine Vorwärtsstrategie/Produktentwicklungsstrategie um und hält auch weitere Werbekarten-Konzepte bereit, so auch Karten aus Feingold und die neuen Stickerkarten.

Max Rüegg, AGM AGMÜLLER

20 Jahre Partnerschaft mit den Kunden wirken sich positiv aus

Im Moment spüren wir nicht unbedingt einen Rückgang, was die Bestellungen angeht. Die Situation ist einfach ein bisschen anders als in den Jahren zuvor, weil die Budgets von den Firmen nicht ganz so schnell freigegeben werden. Wo früher vermehrt der



Handyhalter mit Nano Pad von Cadolino.

kations-Mix. Wichtig ist, dass mit dem ausgewählten Artikel die Zielgruppe richtig angesprochen wird und der Artikel zum Thema/Event passt. Dann kann auch ein günstiger Kugelschreiber das richtige Gadget sein. Neu im Sortiment haben wir einen Handyhalter mit Nano Pad, schlicht im Design, mit der neuen Nanotechnologie, und ein Microfasertuch zum Reinigen von Brillen, Monitoren oder Handys.

Nicole Hugentobler, Cadolino

Kundenwünsche werden ernst genommen

Unser Kerngeschäft Bildkalender ist sehr saisonabhängig. Die Mehrheit der Aufträge geht im zweiten Halbjahr bis Spätherbst bei uns ein. Momentan herrscht grosse Unsicherheit auf dem Markt, natürlich auch, weil die Marketingbudgets gekürzt wurden. Wir intensivieren die Verkaufstätigkeiten und arbeiten mit zusätzlichen Verkaufsdokumentationen. Ausserdem entwickeln und verbessern wir unsere Produkte ständig weiter. So gibt es unseren beliebten Tischkalender nun auch im Querformat.

Regula Kurz, Calendaria



Alles, was es zum Jassen braucht: Toolbox von AGM AGMÜLLER.



Tischkalender von Calendaria gibts nun auch im Querformat.