



WA Verlag GmbH • Walther Straße 49-51 • Geb. 32 • D-51069 Köln

books, bytes & magazines for the promotional products business

PRESSE-INFORMATION

Köln, den ##. April 2009

WA Verlag publiziert Leitfaden:

„Haptische Werbung. Praxishandbuch für Werbeartikel“

Für jede Werbedisziplin existieren einschlägige Nachschlagewerke. Was bis heute fehlte, ist eine aktuelle Publikation zum Werbeartikel, die Wissenswertes über gegenständliche Werbung in sich vereint. Diese Lücke schließt nun der WA Verlag. „Haptische Werbung. Praxishandbuch für Werbeartikel“ ist ein Leitfaden, der sich an alle richtet, die mit Werbeartikeln arbeiten oder sich mit gegenständlichen Werbeträgern befassen: Hersteller und Importeure, Händler, Agenturen, Wissenschaftler und Anwender.

Der über 400 Seiten starke Band vereint Wissen, das von Insidern zusammengetragen wurde: Verfasser sind neben den Redakteurinnen und Redakteuren des WA Verlags Branchenexperten, die als Gastautoren gewonnen wurden.

Anwender und Wissenschaftler, die mehr über die Branche erfahren wollen, erhalten ebenso wie Branchenmitglieder einen historischen Überblick über die Werbeartikelbranche in Deutschland, aktuelle Informationen über Marktgröße und -struktur sowie die verschiedenen Marktteilnehmer und Produktkategorien.

Ob Marketingentscheider oder Einkäufer bei einem Konzern, Creative Director bei einer Werbeagentur, Eventmanager, Mittelständler oder Ein-Mann-Unternehmen:

Wer die nächste Kampagne plant, wissen möchte, wie Werbeartikel wirken, oder Orientierung sucht in einem vielschichtigen und unübersichtlichen Markt, erhält detaillierte Informationen zum Werbeartikeleinsatz. Anhand von Studien werden Vorteile des Werbeartikels im Vergleich mit anderen Werbemedien aufgezeigt, ein Glossar skizziert die verschiedenen Typen (Streuartikel, Premium etc.), Einsatzarten (Prämie, Zugabe, Mailingverstärker, Corporate Wear etc.) und Einsatzbereiche (PR-Aktionen, Events, Produkteinführungen etc.) von Werbeartikeln.

Ein genau geplantes und präzises Briefing ist die Grundlage einer erfolgreichen Kampagne – Ratschläge von Profis helfen dabei, aus der Flut von Produkten das richtige herauszufiltern. Dabei werden auch rechtliche Aspekte wie Produktsicherheit und weitere Gesichtspunkte wie soziale Verantwortung und Umweltschutz erläutert. Ebenfalls vorgestellt werden die Dienstleister, die sich auf solche Fragen spezialisiert haben: die Fullservice-Agenturen.

Die Werbeanbringung ist es, die aus einem beliebigen Gegenstand einen Werbebotschafter macht. Sieb-, Tampon- und Digitaldruck, Lasergravur und Sticken, Doming, Porzellanveredelung und viele Techniken mehr werden erklärt und visualisiert, zum Teil von Spezialisten aus der Branche selbst.

Wie vielseitig und flexibel sich Werbeartikel in den verschiedensten Kampagnen einsetzen lassen, zeigen die zusammengestellten Best Practice-Beispiele. Rund 40 Fallstudien dokumentieren die Kreativität der Branche und liefern Inspiration.

Ein wichtiges Thema, wenn es um Werbeartikel geht, war und ist die Steuergesetzgebung. Daher wird ein Überblick über die aktuelle Gesetzeslage der steuerlichen Absetzbarkeit von Werbeartikeln geboten. Ein Steuerexperte erläutert



WA Verlag GmbH • Walther Straße 49-51 • Geb. 32 • D-51069 Köln

books, bytes & magazines for the promotional products business

anhand konkreter Beispiele aus der Praxis, wann sich Werbeartikel als Betriebsausgabe absetzen lassen und wann nicht.

Eine umfangreiche Linksammlung zu Studien, Messen, Verbänden, Branchenpublikationen u.v.m. rundet das Buch ab.

Haptische Werbung. Praxishandbuch für Werbeartikel
ca. 432 S., Paperback
© WA Verlag 2009
24,80 Euro

Der WA VERLAG, 1982 gegründet, ist seit rund einem Vierteljahrhundert Anlaufstation und Sprachrohr zunächst der deutschen, seit Ende der 90er Jahre auch der europäischen Werbeartikelbranche. Mitte der 90er Jahre übernehmen Klaus Stallbaum und Michael Scherer im Rahmen eines Management-Buyout die Verlagsführung. Gemeinsam entwickeln sie den WA Verlag mit Sitz in Köln zur europäischen multimedialen Plattform für den Werbeartikelhandel und Werbeartikelentscheider.

Pressekontakt:

Till Barth • Redaktion
WA Verlag GmbH • Walther Str. 49-51 • D-51069 Köln
Tel.: +49/221/6891125 • E-Mail: barth@waorg.com
www.waorg.com



Haptische Werbung

Praxishandbuch für Werbeartikel

Der Leitfaden für alle, die mit Werbeartikeln arbeiten oder sich mit gegenständlichen Werbeträgern befassen. Über 400 Seiten Insiderwissen, zusammengetragen von den Redakteuren des WA Verlags sowie Branchenexperten.

- Ja, ich möchte das Praxishandbuch „HAPTISCHE WERBUNG“ bestellen.** Bitte senden Sie mir direkt mit Erscheinen im Juni 2009 die unten stehende Anzahl von Exemplaren zu einem Stückpreis von je 24,80 EUR (inkl. 7% MwSt., zzgl. Versand) zu.

Anzahl:

Ich möchte per Rechnung im Voraus bezahlen.

Ich möchte per Bankeinzug bezahlen.

Hiermit ermächtige(n) ich/wir die WA Verlag GmbH widerruflich, die von mir/uns zu entrichtenden Zahlungen bei Fälligkeit gem. ihren Zahlungsbedingungen zu Lasten meines/unseres folgenden Kontos einzuziehen:

Kontonummer:

BLZ: Kreditinstitut:

Kontoinhaber: Unterschrift:

Mir ist bekannt, dass ich diesen Auftrag innerhalb von 10 Tagen bei der WA Verlag GmbH, Walther Str. 49-51, D-51069 Köln, widerrufen kann. Es genügt die rechtzeitige Absendung (Poststempel).

Datum: Unterschrift:

- Ich interessiere mich für das Praxishandbuch „HAPTISCHE WERBUNG“ für meine Kunden/ Mitarbeiter.** Bitte informieren Sie mich über folgende Möglichkeiten der Individualisierung:

Umschlag

Prägung

Vorblatt

Und machen Sie mir ein Angebot für eine **Anzahl von** **Stück.**

Name / Abteilung:

Firma:

Straße:

PLZ / Ort:

Tel.:

Fax:

E-Mail:

Datum: Unterschrift: