

Present & Profilreklam

Distribueras i DI juni 2007 provisa^a



INTERVJUN Hur används profilreklam på bästa sätt och hur ska fler företag få upp ögonen för denna typ av marknadsföring? Möt reklamgurun Bosse Rönneberg, grossisten Elisabeth Lennartsdotter och leverantören Ove Broström i stor intervju.



PRYLAR Solglasögon med inbyggd MP3-spelare är en av de senaste produktnyheterna. Vi presenterar annorlunda och aktuella present- och profilprodukter som kan inspirera och få ditt företag att sticka ut från mängden.



NY KEDJA Navet är kedjan som ska lyfta den växande profilreklambranschen och ta den till nya höjder. Man vill bli en del av en utveckling mot mer kundinriktade produkter och skapa de bästa villkoren för både kunder och leverantörer.

Succé för Pågens presentreklam

www.pennor.se

Låt dig inspireras

Present- och profilreklam är idag så mycket mer än bara kepsar, pennor och t-shirts med tryck. Många företag har insett att man kan uppnå en betydligt större effekt med sina marknadsföringskampanjer om man ser promotionprodukter som en integrerad del av marknadsföringen.

I den här tematidningen vill vi ge dig som läsare inspiration och idéer kring hur du kan använda promotionprodukter på ett effektivt sätt. Du kan vinna mycket på att redan i den övergripande, strategiska marknadsplaneringen tänka igenom vilken typ av produkter som

reder ut begreppen och frågetecknen kring vad man får ge bort och vilka skattereglerna som gäller. Att branschen får allt större plats i den integrerade och naturliga delen av marknadsmixen kan inte minst den kända reklamen Bosse Rönnbergs engagemang vittna om.



passar bäst in i helhetskommunikationen och som hjälper till att förmedla den image som eftersträvas. Alltför ofta bestäms det i sista sekund att någon "kul pryl" ska delas ut på mässan eller kundträffen, vilket naturligtvis inte är något ultimatum sätt att marknadsföra sig på.

Det händer mycket i branschen just nu. I tidningen träffar du intressanta personer med olika tankar om branschen och dess framtid. Vi ger också konkreta exempel på lyckade kampanjer där ett kreativt användande av promotionprodukter spelat en avgörande roll. Vi

Tidningen vill också underlätta för dig som läsare i valet av samarbetspartner och leverantör av present- och profilprodukter. Låt dig inspireras av exemplen, intervjuerna och artiklarna och ta del av informationen från de medverkande företagen.

Välkommen att bli en bättre kommunikatör med present- och profilreklam!

//Redaktionen

Kärt barn har många namn

Förvirrad av alla olika beskrivningar? Här reder vi ut begreppen:

Presentreklam:

Den vanligaste benämningen på gåvoartiklar, kläder såväl som saker, som företag ger till affärskontakter och anställda.

Promotionartiklar:

Helt enkelt en synonym till ovanstående, från engelskans promotional items.

Give-aways: Också en synonym – används ofta som benämning på enklare gåvor, exempelvis pennor eller nyckelringar som ges bort vid t ex mässor, massutskick, kampanjer eller liknande.

Reklamartiklar:

Annat ord för give-aways.

Företagspresenter:

(företagsgåvor) Påkostade artiklar som ges till anställda eller viktiga kunder. T ex julklapp till anställd eller en representationsgåva till kund.

Profilkläder:

(profilplagg, personalkläder, mässkläder, arbetskläder, yrkeskläder) Kläder som är tryckta, broderade eller på annat sätt specialanpassade för det varumärke som ska marknadsföras.

Profilprodukter:

(profilartiklar, profilreklam) Modern beteckning på saker som ska ge varumärket "rätt" image eller positionering. Kan vara t ex skyltmaterial och logomärkta artiklar som företags personal använder.

Merchandise:

Artiklar som designats eller logomärkts för att sedan säljas till slutkonsument. Exempelvis tröjor som säljs i samband med idrotts-evenemang och rockkonserter eller prylar gjorda för kända varumärken.



Producerad av
Provisa Information AB

Projektleddare: Michael Jensen

Red. projektleddare: Anna Flemmert

Annonser: Helen Lindqvist

Formgivning: Primaform Produktion AB

Traffic: Mei-Hsia Wang

Repro: Primaform Produktion AB

Omslagsbild: Pagen

Tryck: DNX/Sthlm

Har du tips eller synpunkter?

Hör av dig till Michael Jensen på telefon 08-555 400 47 eller e-posta till synpunkter@provisa.se

provisa

Strandvägen 19, 114 56 Stockholm
Tel 08-555 400 00 www.provisa.se

Två frågor

till Kenneth Ohlsson, tidigare ordförande för Svensk Branschförening för Profil- och Reklamartiklar.

Vad är det som är så bra med presentreklam?

Det kombinerar två saker: Nyttig profilering av ditt varumärke och samtidigt – åtminstone om du använder presentreklamen på rätt sätt – nytta för mottagaren. Den stora utmaningen är att hitta produkter som stödjer varumärket eller affärsidén.

Varför ska man då satsa på presentreklam framför, säg, tv-reklam?

– Just tv-reklam är ett flyktigt medium. Kreativt utformad presentreklam kan i bästa fall stanna hos och användas av kunden i flera år.

Källa: Presentreklam.nu

ADDSTRACT

products in action

www.addstract.se

Quality never goes out of style.

Adds profile to your business.®

HARVEST PROFILE CENTERS ÄR EN STARK GRUPP AV PROFESSIONELLA ÅTERFÖRSÄLJARE DÄR SERVICE, KUNSKAP OCH KVALITET ÄR SJÄLVKLARHETER I DET DAGLIGA ARBETET. VÄLKOMMEN.

BODAFORS BORLÄNGE BORÅS	Maxi Tryck & Brodyr AB 0380-37 05 50 Tryck Till Screen & Reklam 0243-881 90 Kwintet Corporate Wear 033-23 73 30 Top Line 033-20 59 00 Wackes 033-20 66 00	HUDDINGE HÄGERSTEN	Gewe Promotion, 08-689 90 25 Björk & Carlsson Försäljning 08-744 41 40 M.E. Produkter 08-775 30 01 MBS Maskinbroderi 042-162880 PreVox Reklam 036-30 49 40 Roupéz Profile Collection 036-35 10 90 Prendo AB 054-15 95 85 TAG Profil & Reklam 054-853270 Bengt Åke Larsson & Co 044-18 50 50 Kristianstad Textil 044-10 35 40 Waypoint 044-28 20 60 Magnidotter 0418-289 80 Petersson's Presentreklam 08-636 50 50 Solid Reklam 0510-665 65 Profile Professionals Malmö-Linhamn 040-16 00 85 TEAM SPORTIA Klubb & Företag 013-14 26 27 Profilpartner 013-31 44 20 Master Design 013-21 87 80 Company Line 0920-22 66 99	LUND LÖDDEKÖPINGE MALMÖ	Reklamtrion 0920-280 280 Wackes 046-16 22 60 FELESTAD TRADING 046-71 26 40 Arlövs Reklam 040-534140 Borgelin & Co 040-678 94 90 Magnidotter 040- 611 57 80 Prendo AB 040-170164 Profile Professionals Malmö-Linhamn 040-16 00 85 De Facto Yrkeskläder 08-591 130 60 Prendo 0155-20 03 40 Idépoolen i Piteå 0911-22 11 90 Mer Sport Agenturer 0457-261 10 Handelsfirman L&B Andersson 08-590 380 70 Care Nord 0910-71 50 40 Klövenäs Profil 026-66 94 50 De Facto Yrkeskläder 08-97 97 25 SanRic Profil & Brodyr 0620-175 50 PGM 08-50 162 100 PSS Yrkes & Profilkälar 08-585 701 10	SOLNA STOCKHOLM	Westman & Co 08-594 761 00 3PR Profil Project Promotion 08-564 616 00 Apropo Sales 08-556 328 80 Collection 12 08-556 308 00 FF Profilreklam 08-453 54 80 House of Brands Sweden 08-556 023 60 Master Design 08-744 78 80 Mitt i Prick 08-555 246 00 Prendo AB 08-655 45 45 Screenbolaget i Stockholm 08-781 04 00 TrippiQ Företagsprofilering 08-641 37 35 Wackes 08-728 44 80 Backmarks 060-56 68 00 Company Line 060-156699	UMEÅ	Care Nord AB 090-14 22 10 Z-Profil 090-14 32 32 PSS Yrkes & Profilkälar 08-5117 33 00 Visby Screen 0498-218 310 Borgelin & Co 08-471 76 70 Roupéz Profile Collection 0370-69 25 30 Noble Art 021-12 08 96 Tools Morten 021-15 61 80
BROMMA	Add Profile 08 - 26 20 10 Daylight Reklam 08-704 32 00 Sigillet Profil & Presentreklam 016-100 150 Idé & Art 0140-710 28 KE Reklamtryck 0970-558 24 Company Line 070-2726190	KARLSTAD	Prendo AB 054-15 95 85 TAG Profil & Reklam 054-853270 Bengt Åke Larsson & Co 044-18 50 50 Kristianstad Textil 044-10 35 40 Waypoint 044-28 20 60 Magnidotter 0418-289 80 Petersson's Presentreklam 08-636 50 50 Solid Reklam 0510-665 65 Profile Professionals Malmö-Linhamn 040-16 00 85 TEAM SPORTIA Klubb & Företag 013-14 26 27 Profilpartner 013-31 44 20 Master Design 013-21 87 80 Company Line 0920-22 66 99	MÄRSTA NYKÖPING PITEÅ RÖNNEBY ROSERSBERG SKELLEFTÅ SKUTSKÅR SKÄRHOLMEN SOLLEFTÅ SOLLENTUNA	SUNDSVALL	Mitt i Prick 08-555 246 00 Prendo AB 08-655 45 45 Screenbolaget i Stockholm 08-781 04 00 TrippiQ Företagsprofilering 08-641 37 35 Wackes 08-728 44 80 Backmarks 060-56 68 00 Company Line 060-156699	VÄSTERÅS	MKC Scandinavia 031-45 23 48 Prendo AB 0470-201 45 Roupéz Profile Collection 0470-451 40 Wackes 0705-206159 Company Line 0647-528 88 Frontline Reklam 019-33 11 80 MERI Textil & Reklam 063-55 61 00	
ESKILSTUNA GRÄNNA GÄLLIVARE	Sigillet Profil & Presentreklam 016-100 150 Idé & Art 0140-710 28 KE Reklamtryck 0970-558 24 Company Line 070-2726190	KRISTIANSTAD	Waypoint 044-28 20 60 Magnidotter 0418-289 80 Petersson's Presentreklam 08-636 50 50 Solid Reklam 0510-665 65 Profile Professionals Malmö-Linhamn 040-16 00 85 TEAM SPORTIA Klubb & Företag 013-14 26 27 Profilpartner 013-31 44 20 Master Design 013-21 87 80 Company Line 0920-22 66 99	MÄRSTA NYKÖPING PITEÅ RÖNNEBY ROSERSBERG SKELLEFTÅ SKUTSKÅR SKÄRHOLMEN SOLLEFTÅ SOLLENTUNA	SÖDRAVI TÄBY	UDDEVALLA	VÄXJÖ	V FRÖLUNDA	ÄRE ÖREBRO ÖSTERSUND
GÄVLE	Arne Blom Marknads 026-60 58 90 Deltab Profilplagg 026-18 21 80 Klövenäs Profil 026-66 94 50	LANDSKRONA LIDINGÖ LIDKÖPING LINHAMN LINKÖPING	UDDERVIK	UDDERVIK	UDDERVIK	UDDERVIK	UDDERVIK	UDDERVIK	
GÖTEBORG	Johan Skoglund 031-10 23 00 NICE Företagsreklam 031-22 77 66 Olympus 031-67 94 80 Idé & Art 08-541 328 10 Reklamprofilen 035-13 55 65	LULEÅ	UDDERVIK	UDDERVIK	UDDERVIK	UDDERVIK	UDDERVIK	UDDERVIK	
GRÄNNA HALMSTAD	Idé & Art 08-541 328 10 Reklamprofilen 035-13 55 65	LULEÅ	UDDERVIK	UDDERVIK	UDDERVIK	UDDERVIK	UDDERVIK	UDDERVIK	

james-harvest.com

Expertpanelen

1. Hur ska man tidigt få in profil- och present-reklam i marknads-föringstänket?

2. Hur ser branschens framtid ut?



Peter Johansson, ordförande, SBPR

1. Jag tror att vi kan få in vår del i större utsträckning om både kunder och deras reklambyråer ser effekten på just profilering. Dock är många byråer livrädda för att presentera vår del i den totala reklam-budgeten då "vi tar" från deras del. Det har skett en stor förändring de senaste åren och vi är helt klart på rätt väg.

2. Jag tror att branschen kommer genomgå flera förändringar framöver på olika sätt. Miljö, lagar, kvalitet, kreativitet samt leveranssäkerhet kommer vara de mest aktuella frågorna framöver. De som inte kan uppfylla kraven kommer få det svårt framöver.



Ulf Berge, säljare, Master Design

1. Det viktigaste är att marknadsavdelningarna och reklambyråerna tar med presentreklamen i sina kampanjer och marknadsplaner. För att lyckas med det så måste vi som företag aktivt bearbeta och påvisa effekterna med presentreklamen och dess prioritering, både i kampanjer och varumärkesuppbyggnad. Med prioritering menar jag att de får vetskap om våra ledtider men även att de genom att vara ute i god tid kan göra stora kostnadsbesparingar eftersom vi då har möjlighet att producera i andra länder.

2. Mindre företag kommer att ingå i de kedjor som etableras på sikt eftersom de större bolagen har lättare att bygga sina egna varumärken. Återförsäljarnas traditionella marknad är väldigt lokalt förankrad vilket den även kommer att vara i framtiden. Beträffande leverantörerna så kommer nog gränserna till handel med utlandet att suddas ut ytterligare. Förr eller senare tror jag att någon av de större leverantörerna kommer att börja sälja direkt till slutkonsument.



Yngve Blomström, affärsutvecklingschef, AB Sporrang

1. Det gäller att sätta sig in i företagets verksamhet och kroka arm med marknadsavdelningen. Då kan man lära sig förstå deras affär och aktiviteter och tidigt föreslå produkter för att stärka varumärket, kommunicera ett budskap kopplat till en kampanj etc. Det är vår uppgift som leverantör att se till att produktkommunikation behandlas som en viktig del i företagets totala marknadsstrategi.

2. Framtiden ser mycket positiv ut. I USA har branschen haft en enorm utveckling. Jag tror att CSR-frågor kommer att få en betydande roll framöver i vår bransch. Allt fler företag och organisationer har restriktioner och krav beträffande sociala och miljömässiga hänsynstaganden. Det blir allt viktigare för företag och organisationer att veta vad man sätter sitt varumärke på.

Full fart framåt för profilreklamen



Reklamlegenden Bosse Rönnberg (t. h.), grossisten Elisabeth Lennartsdotter och leverantören Ove Broström diskuterar branschen och dess framtid.

Intervjun:

När reklammakarna frotterar sig med eliten på röda mattan och tar emot guldägg och kindpussar får profilreklamen mest gliringar. Deras värld har länge förknippats med kepsar, koppar och pennor och är inte massmedial eller glamorös på samma sätt. Men det var då...

Nya aktörer har kommit in i branschen och tillsammans med en allmän höjning av utbildning och kreativitet har detta lett till ett uppsving de senaste åren. Även om vissa profilreklamföretag fortfarande nöjer sig med att köpa in tusentals kinesiska handdukar för att sedan kränga dem, vill andra se profilreklamen som en del av hela reklamkakan. De vill hellre prata om att sälja koncept än produkter. Dessutom ställer allt fler kunder krav på miljöanpassning efter den senaste tidens klimatdebatt.

Bosse Rönnberg, Elisabeth Lennartsdotter och Ove Broström jobbar med profilreklam på olika sätt. Bosse har kallats reklamlegend och är aktuell med Navet, en sammanslagning av flera företag i branschen. Elisabeth är marknadschef på Textet AB, en av branschens största textilgrossister, och Ove är vd på profilreklamföretaget Mitt i Prick.



Bosse Rönnberg

Hur kan man använda profilreklam?

Elisabeth: Jag såg en kul grej imorse på väg hemifrån. Någon hade satt sadelöverdrag med profilreklam på alla cyklar i cykelstället. Det är ett exempel på ett nytt sätt att se på profilreklam. Jag tror att branschen har framtiden för sig. Om man tittar på mediabusen så blir det allt svårare att slå igenom som företag och nå fram

till konsumenterna. Till och med när man går in på ICA så sitter det reklamskyltar på varanda hylla. Däremot har ingen tänkt på att trycka upp sitt budskap på personalens kläder.

Bosse: Just nu har vi en kampanj för Länsförsäkringar som går ut på att man kanske bara får behålla halva sin lön när man går i pension. I reklamfilmerna beställer Felix Herngren en halv kopp kaffe och köper en halv biobiljett. Om vi skulle göra profilreklam till det konceptet till exempel så skulle det handla om just hälften. Vi skulle skicka ut halva kakor eller halva kaffekoppar. Det man gör fel idag är att man kör en kampanj som handlar om hälften och så köper man en blå penna eller en keps som inte har med saken att göra.

Ove: En annan fördel är att produkten finns kvar när reklamfilmen slutat visas. Dessutom fungerar profilreklam väldigt bra för att förmedla känslor både utåt till kunder, men även internt i det egna företaget. För att påminna vilka värden som företaget står för.

Hur ska företagen få upp ögonen för profilreklam?

Ove: Vi är ju lite förvånade över att inte reklambyråerna tar mer hjälp av oss professionellt. Ibland känns det som man inte utnyttjar den kraft som finns hos oss. De ser inte potentialen i det vi gör utan prioriterar annat.



Elisabeth Lennartsdotter tror att branschen har framtiden för sig.

lugn *adj.* stilla, fridfull, ostörd, stillsam, rofylld, vilsam, bekväm, skön, skyddad, fredad, behärskad, sansad, trankil, oberörd, säker, trygg, balanserad, cool, sval, avspänd, harmonisk

(motsatsord: orolig, upprörd)

Hos oss på Sporrang finns en gedigen kunskap om hur man hanterar profilprodukter i kampanjer och vid event.

Vi älskar när våra uppdragsgivare och samarbetspartners gör bra affärer. Det handlar om att ta helhetsgrepp och att vara aktivt engagerad genom hela processen. Det betyder inte att våra inköpare alltid letar efter de billigaste produkterna, vi fäster stort avseende vid kvalitet och vi ställer krav på arbetsmiljön och de sociala förhållandena på våra leverantörers fabriker.

Vi är oerhört noggranna med all logistik och hantering.

Det betyder att när du gör en affär med oss kan du vara lugn – vi gör allt för att det ska innebära bättre affärer för dig.

För de allra flesta av våra kunder har det en märkbart lugnande effekt när vi berättar att vårt företags rötter sträcker sig så långt tillbaka som till mitten av 1600-talet.

De känner sig ännu tryggare i vårt sällskap när vi talar om att vi är toppklassade när det gäller kreditvärdighet: AAA. När vi dessutom får chansen att förklara våra utvecklade kvalitets- och miljöledningssystem samt berätta att vi själva tillverkar många av de produkter vi säljer, då är vi hemma. Många av våra största kunder har valt att outsourca delar av sin verksamhet till oss. Vi skapar t ex webbshopar och tar ansvar för lagerhållning, kontroll, ekonomi och logistik.

Våra kunder känner sig lugna, säger de. Då känner vi oss lugna.




SPORRANG
Making brands visible since 1666

www.sporrang.se

SVERIGE | NORGE | FINLAND | ESTLAND

Låt oss presentera ett landslag med 23 målhungriga och skadefria spelare:

1. **Perjab, Alfta**
2. **de Facto Yrkeskläder, Arlandastad, Skärholmen**
3. **Deltab Profilplagg, Gävle, Sollentuna**
4. **PR Presentera, Hudiksvall**
5. **PreVox Reklam, Jönköping**
6. **Profil Europa i Kristianstad, Kristianstad**
7. **Tofta, Landskrona**
8. **Profilpartner Swärdh & Björk, Linköping**
9. **Ryssby Reklam, Ljungby**
10. **Felestad Trading, Löddeköpinge**
11. **Borgelin & Co Profilreklam, Malmö**
12. **Freddy Gellberg, Malmö**
13. **Total Profil i Norrköping, Norrköping**
14. **Prendo, Nyköping, Göteborg, Karlstad, Malmö, Solna, Trosa, Växjö**
15. **Idépoolen i Piteå, Piteå, Luleå**
16. **Top Line Arrangemang & Profil, Sandared**
17. **Collection 12, Stockholm**
18. **Profilmakarna i Södertälje, Södertälje**
19. **Deval, Uddevalla**
20. **Jobline i Umeå, Umeå**
21. **Arbetsklädshuset, Uppsala, Bromma, Hammarby Sjöstad, Västerås**
22. **Creon Promotion, Växjö**
23. **Track Screen i Örnsköldsvik, Örnsköldsvik**

Navet är ny kedja för profilkläder, presentreklam och yrkeskläder. Vi finns på 35 platser i Sverige och omsätter redan 600 miljoner kronor. Vill du veta mer om oss ring **08-685 67 00** eller gå in på **www.navetpromotion.se** Välkommen!

NAVET

Namn:

Elisabeth Lennartsdotter

Ålder:

32

Familj:

Sambo med Morgan

Intressen:

Resa, träna, sluka böcker, umgås med nära och kära över god mat och gott vin.

Starkaste reklamögonblick:

Kanske inte starkaste men senaste – såg profilerade sadelöverdrag i morse på samtliga cyklar utanför mitt hus. Kul idé!

Namn:

Bo Rönnberg

Ålder:

62

Familj:

Fru och fem barn

Intressen:

Tennis, golf, musik och skidor

Starkaste reklamögonblick:

Länsförsäkringars reklam just nu med "Halva lönen"

Namn:

Ove Broström

Ålder:

48

Familj:

Fru och två barn, 11 och 15 år

Intressen:

Tennis, resor, familj

Starkaste reklamögonblick:

När vi gör en presentation för en kund och känner att vårt budskap når fram. Det glimtar till hos kunden.



Vad händer i branschen den närmaste framtiden?

Ove: Sista halvåret har det varit ett otroligt tryck på miljöfrågor från våra kunder. De kräver också att vi jobbar hårdare med etiska frågor och att vi själva ska ta fram miljövänliga produkter och sätta press på våra underleverantörer vad det gäller uppförandekoder. Därför har vi tagit fram en majspenna som är helt komposterbar. Det går inte att sälja pennor annars utan miljötänk. Utifrån vårt perspektiv måste vi också bli större som företag. Närmast så har vi fokus på att bli ISO-certifierade, vilket är en väldigt spännande resa.

Elisabeth: Det sker även förändringar globalt.

Företagen vill kanske ha samma koncept överallt. Istället för att handla land för land så köper de in samma t-shirt till hela Europa. Det viktigaste är att den vanliga ruljansen fungerar. Vi har precis flyttat in i nya lokaler. Annars har vi redan börjat tänka på julen.

har kedjor. Det finns 3 000 företag som håller på med profilreklam och alla verkar dra åt olika håll, så det finns stora möjligheter. Navet är en sammanslagning av 23 företag men vi siktar på att vara runt 60 inom ett par år. Större enheter innebär bättre konkurrensfaktorer och som kedja kan vi hjälpa varandra. Det blir en kontinuitet och tryggare relation till våra kunder och leverantörer.

Bosse: Jag tror det här är den enda bransch som inte har kedjor. Klockor, kläder, möbler – alla

”Många företag är väldigt noga med vilken tidning de väljer att annonsera i eller vilka som spelar med i reklamfilmen men när det sen kommer till vilken produkt man ska sätta sin logga på så är man inte så noga.”

Expertpanelen



Magnus Hamberg, vd, PSS

1. Inse att profilprodukter är ett media som är "gratis". Kläder har man på sig, pennor skriver man med. I början koncentreras sina inköp till produkter som har en daglig funktion. Ta ett helhetsgrepp för alla produkter som syns, från visitkort/faktura till keps och grävmaskin. Det enkla är ofta det bästa.
2. Branschen kommer fortsätta utvecklas, med nya produkter och nya tryck/brodyr-metoder. Allianser, samarbeten och kedjebildningar kommer att göra ÅF-ledet starkare gentemot leverantörer. Kunskap och förståelse från inköpare kommer att göra att kraven på återförsäljare blir större.



Johan Ramel, general manager, SC Communication,

1. Jag tycker att man ska centralisera det här området så att ansvaret hamnar på högsta nivå. Det finns ett par avgörande punkter inom trade marketing som kräver en centralt styrd process. Det är till exempel vanligt att många okvalificerade personer köper dessa tjänster, vilket resulterar i att fel personer lägger tid på något de inte bör arbeta med.
2. Jag tror att denna bransch kommer att konsolideras så att det blir färre och större aktörer än det är idag, jag tror även att köparna kommer att kräva en bredare service än bara produkter. Jag tror att kraven på miljö och arbetsrättsliga förhållanden hos producerande bolag löpande kommer att förstärkas.

Miljömedveten?

Produced by Stilolinea (TORINO, ITALY)
Manufactured by Jaan Ingel AB (INGLI SWEDEN)

Vegetal Pen

ENVIRONMENTALLY SAFE

From nature to nature

Vi vet alla att vår jord behöver vara sparsam med de resurser som den har. Vi vet också att även om sparsamhet är en dygd känns det många gånger som om det bidrag man gör är så litet och betydelselöst, att man kanske väljer ett vackrare och mindre sparsamt alternativ istället. När det gäller reklam-pennor har det dessutom inte funnits några riktigt sparsamma alternativ att tillgå. Tills nu!

Vegetal Pen är en miljövänlig penna som tillverkas av majs. 80 % av pennan är biologiskt nerbrytbart enligt direktiv EN 13432, DIN V 54900-1 E ASTM D6400, vilket motsvarar de Europeiska direktiven för material som används för förpackningar inom livsmedelsindustrin.

Denna majspenna, som är helt unik av sitt slag, tillverkas av Stilolinea srl, Torino, Italien och marknadsförs i Sverige av Jaan Ingel AB (grundad 1980). Försäljningen sker via ca 500 presentreklam- och kontorsvaruhandlare runt om i landet. Mer information om **Vegetal Pen** och vårt övriga sortiment av reklampennor hittar du på www.inglisweden.com.

Genom tillverkningen av **Vegetal Pen** vill Stilolinea och vi bidra till att minska miljöförstöringen på jorden. Vi önskar att även du tänker på detta när du väljer din reklampenna!



JAAN INGEL AB

saker att tänka på innan du beställer presentreklam

Innan du tagit något köpbeslut:

1. Samordna internt. Se till att en och samma avdelning har hand om all marknadsföring och har helhetsperspektivet. Att varje avdelning köper in gåvoartiklar helt på eget bevåg gör det dels dyrt, men olika produkter kan också ge ett förvirrat intryck som är svårt för kunden att ta till sig.
2. Sätt ihop en profilmanual. Bestäm vilka färger som ska användas, och hur logotyp och eventuella dekorelement ska återges i olika sammanhang. Detta förenklar när det är dags att förverkliga dina beställningar. De flesta större företag och varumärken har en profilmanual med regler om hur varumärket ska hanteras.
3. Se till att ha god framförhållning. Vet du att du t ex ska ställa ut på en mäs sa om några månader – se till att ha med presentreklam som en del i det tidiga förberedelsearbetet, precis som frågor kring vad du ska fylla montern med. Med god framförhållning har du bättre möjlighet att förverkliga dina goda idéer. För en riktigt lyckad kampanj behövs tid, både för förberedelser och produktion. Dessutom slipper man dyra expressfrakter.

När beslutet är fattat:

4. Ställ dig själv några grundläggande frågor:
 - Vad är syftet med sakerna – vad vill jag egentligen uppnå?
 - Vilken är målgruppen?
 - Ska jag stärka mitt varumärke i allmänhet eller är produkten en del i en kampanj?
5. Välj produkt – men sätt ditt varumärke i fokus. Här gäller samma regler som vid all marknadsföring. Går presentreklamprodukten i linje med din övriga marknadsföring och med vad ditt företag vill utstråla?
6. Kvaliteten är viktig. Tänk över vad dålig kvalitet på en produkt kan förmedla i form av negativa känslor hos mottagaren och kortare användningstid. Givetvis får man ställa detta mot priset.
7. Vad har du för budget? Hur mycket kan du lägga på en kampanj? Generellt får budskapet mer genomslag om du lyckas nå fler mottagare.
8. Prova. Begär hem provprodukter av din leverantör. Utstrålar de vad du tänkt dig? Duger kvaliteten?

Dags att marknadsföra

9. Hitta rätt tillfälle. Se till att ge presentreklamen i en positiv atmosfär. Ofta kommer mottagaren ihåg var och när man fått någonting. Att ge saker under en rolig kick off, på en bra mäs sa eller på en julfest gör att den blir minnesbärande av någonting som upplevs som positivt.
10. Var användbar. Välj saker som är så användbara som möjligt för mottagaren. Ju oftare den används desto oftare kommer mottagaren att bli påmind om ditt budskap.

Källa: Presentreklam.nu



Grejer

Det finns många spännande present- och profil- till exempel om solglasögon med inbyggd MP3-

Solbrillor med inbyggd MP3-spelare

Genialiskt om man tänker efter. Glasen är lagom tonade för att du ska njuta av din favoritbok i hängmattan. Lägg till lite soft musik i hörlurarna och vardagens bekymmer känns långt borta. Källa: www.usb.nu



Rubiks kub original

Favorit i repris! Rubiks Kub, originalet från 1974, finns nu för promotion. Med 4-färgstryck i egen design på alla sidor. Källa: Art4m/Presentreklam.nu

Minne på burk

Kolla in detta lilla USB-minne i form av en läsk/ölburk. Färg och layout bestämmer du själv, här är det bara att låta kreativiteten flöda. Det är bara fantasin som sätter gränserna. Källa: www.usb.nu



USB-minne

Källa: Addstract

som glänser

produkter på marknaden. Här presenterar vi ett axplock av det som är aktuellt just nu. Vad sägs spelare eller ett äpple med varumärket i skalet?

Visitkort i metall

I vår digitala tidsålder är visitkortet ofta den enda profilprodukt eller trycksak man lämnar till sina affärskontakter. Varför då inte göra ett kort som verkligen lämnar ett gediget och bestående intryck? Solidcard visitkort görs i metall och med relief-, stans- och färg effekter som inte kan efterliknas med något annat material. Du skiljer dig från mängden. Källa: Art4m/Presentreklam.nu



Sportbag

Källa: Art4m/Presentreklam.nu



Musmatta

Källa: Addstract



Fröstickor

En unik patenterad idé som får ditt reklambudskap att växa. Bryt bara loss en frösticka och tryck ned den till markeringslinjen. En ekologisk present till lågt pris och med högt uppmärksamhetsvärde. Idealisk för brevutskick, mässor etc. Ett stort urval av örter, blommor, träd och grönsaker finns. Källa: Källa: Art4m/Presentreklam.nu



Äppel-och bananbox

Skyddar din frukt i sportbagen till träningen eller till fruktstunden på jobbet. Källa: Källa: Art4m/Presentreklam.nu



Promotion-äpplet

Gör en kampanj ingen glömmar: ge bort ett färskt äpple med ditt varumärke i skalet. Hemligheten med denna märkning är att äpplet förses med en liten logodekal innan det har mognat klart. När dekalen tas bort framträder loggan i en ljusare ton mot det röda skalet. Effekten är obetalbar... Källa: Art4m/Presentreklam.nu



Skidhållare

Källa: Addstract





Exakt erbjuder ett komplett urval av profil och promotionprodukter. Nyttänkade skapar mervärde. Genom kreativa idéer hjälper vi företag att hitta exakt rätt produkt som förmedlar exakt rätt budskap.

Vi arbetar efter ledorden Kreativitet, Engagemang och Flexibilitet

Träffa oss för ett förutsättningslöst möte för genomgång av er profil. Låt oss inspirera er med nya idéer och produkter som ligger i tiden!

www.exs.se, 08-24 55 50
Jakobs Torg 3, 111 52 Stockholm





En av Pågens mest framgångsrika presentreklamkampanjer genom tiderna gjordes av profilföretaget Wackes. Syftet var att stärka varumärket och vårda trogna kunder. Det lyckades.

TEXT: HANS HJELMSTAD

Vem hade trott att en brödrost kunde väcka så mycket känslor och intresse? Wackes silverfärgade brödrostar som gör brödskivor med hjärtan gick hem hos Pågens kunder och blev förra sommarens stora hit.

Sommaren 2006 genomförde Pågen en mycket lyckad kampanj för sina produkter Jättefranska och Rasker. Genom att skicka in 20 streckkoder kunde kunden få en unik brödrost som rostade hjärtan på brödskivor. Wackes lyckades på det sättet skapa en stark koppling till Pågens varumärke, hjärtlogotypen och budskapet "Baka med kärlek". Kampanjen blev en av Pågens mest framgångsrika någonsin. Wackes fick också högsta utmärkelsen i kategorin Årets Profil- och Promotionkampanj i branschföreningen SBPR:s tävling Promotionbiet.

Wackes jobbar med två delar, dels Corporate Concept och dels kampanjer. Det förstnämnda innebär en omhändertagning av ett företags hela flöde av profil- och presentreklamprodukter med inköp, lagerhållning och distribution. I kampanjer jobbar Wackes mycket med livsmedelsföretag, butiker och andra detaljhandelsföretag.

– Vi har erfarenheten och kan tänket kring hur man bygger upp kampanjer och har bra koll på vad som fungerar och inte fungerar, säger Thomas Davidsson på Wackes.



Thomas Davidsson, Wackes



Koppling till varumärke, slogan och logga

Pågen hade tidigare gjort många kampanjer med pris och rabatter. Den här gången ville företaget göra något nytt.

– Skivat bröd leder osökt tanken till brödrostar. På några mässor hade vi även sett brödrostar som kunde rosta loggor på bröd och där föddes idén till hur vi skulle kunna hitta en presentreklam som kunde koppla hjärta och kärlek till bröd, säger Thomas Davidsson.

Mycket arbete lades ned på att kontrollera fabriker och hitta en som både var pålitlig och högkvalitativ. Ändå fanns en viss oro innan eftersom det rörde sig om elektronik. Skulle man få returer? Hur bra skulle brödrosten vara? Vad skulle det kosta att skicka ut dem till kun-

blev också mycket publicitet i pressen.

– Vi utgår alltid från kundens behov och budget när vi gör kampanjer. Kunden får berätta om och beskriva målgruppen och vidare vill vi veta vad som ska hända i målgruppen, vilken reaktion man vill ha. Ibland är det standardprodukter som passar bäst och ibland leder analysen till att vi tar fram specialdesignade produkter. Däremot gör vi aldrig som vissa företag, som till exempel har köpt ett jättestor parti muggar billigt och sedan försöker kränga dem till alla.

Fusioner och uppköp

På Wackes märker man att allt fler uppskattar denna typ av media. Mycket har ändrat sig på bara tre till fyra år och idag är present- och profilreklam en del av strategierna och marknadskommunikationen. Branschen står inför en spännande konsolidering med ca 3 000 företag där Wackes är ett av de stora med en omsättning på över 80 miljoner kronor.

Thomas Davidsson tycker att det är intressant att present- och profilreklamen nu är en självklar del av marknadsmixen och att allt mer kommer in i reklamens finrum.

– Det är en kul bransch med spännande framtidspotential. När det gäller mode har vi tidi-

”Wackes lyckades med denna presentreklam skapa en väldigt stark koppling till Pågens varumärke, hjärtlogotypen och budskapet ”Baka med kärlek”. Kampanjen blev en av Pågens mest framgångsrika någonsin”

derna? Sedan var det frågan om färgen. Man beslöt sig för silver eftersom det kunde passa in i de flesta köken.

Publicitet i pressen

Brödrostarna fungerade bra och blev mycket uppskattade av både handlare och kunder. Det

gare legat ett år efter med våra produkter, men det vi kan erbjuda nu är trendigt eller kommer att bli det, säger Thomas Davidsson.

Fortsättning på sid 12



BARFOTA ÄR SKÖNT! MEN VI VILL ÄNDÅ PÅMINNNA OM VÅRA SKÖNA STRUMPOR.

Vi stickar strumpor för arbete, sport och fritid med din logotype eller andra valda mönster och budskap.
Tillverkningen sker i Sverige och med över 60 års kunskap och erfarenhet lovar vi att det är strumpor i världsklass.
För visst är det så att ett par sköna strumpor borde vara minst lika viktiga som ett par bekväma skor.
Eller som känslan av att gå barfota på stranden. Titta in på www.cai.se eller ring oss på 0370-418 00 så berättar vi mer.

Cai
DET NATURLIGA VALET



S
SOUTH WEST


PRINTWEAR
CASUAL SPORTS

www.sandryds.com

FÖR INFORMATION OM NÄRMASTE ÅTERFÖRSÄLJARE KONTAKTA OSS PÅ 0300 -56 82 00

Fortsättning från sid 10

Så stärkte Pågen sitt varumärke

Förra sommarens presentreklamkampanj lyckades stärka Pågens varumärke och mätningar visar att det är en av deras mest framgångsrika kampanjer någonsin.

Sommaren 2006 var en bra sommar för Pågen. Den kärleksfulla kampanjen med brödrostar som kunde rosta hjärtmotiv blev mycket populär och gav stor effekt.

- Med den nya kampanjen ville vi belöna alla trogna kunder som köpt vårt bröd i många år och öka deras lojalitet, säger Kristina Ljungkvist, chef för Trade Marketing och all butiksreklam på Pågen.

En produkt som tillför något

Kristina Ljungkvist höll i planeringen och genomförandet av kampanjen från Pågens sida. I februari 2006 började arbetet, då bland annat Wackes fick en brief om tankar kring presentreklamen.

- I planeringen frågade vi oss vad som kunde vara rimligt att göra, hur vi skulle visa upp oss i reklamen och presentera oss i butik. Ganska snart kom vi fram till att vi ville använda kopplingen mellan hjärta och brödrost. Med brödrosten hade vi dessutom en produkt som tillför något i människors liv. Vi fick sedan ett bra stöd

internt. Alla som jobbade med kampanjen gillade upp-lägget och kände verkligen starkt för det, berättar Kristina Ljungkvist.

Vårda trogna kunder

Sagt och gjort. Lösningen blev att koncentrerat använda hela marknadsmixen med pr, reklamfilm, direktreklam, reklam via livsmedelskedjorna, webben, sales promotion i butik och presentreklam.

I butiken fanns golvorg med brödprodukterna samt ställ med reklam, bilder på brödrostar och

hjärtmönstrade brödsivor och svarskuvert för streckkoder.

”Syftet med kampanjen var att vårda trogna kunder och stärka Pågens varumärke. Det har vi lyckats med. Vi är mycket nöjda med mätningarna efter kampanjen”



- Allt fungerade toppen, det har varit en riktigt framgångsrik kampanj, säger Mikael Carlsson, kundchef på Pågen.

- Syftet med kampanjen var att vårda trogna kunder och stärka Pågens varumärke. Det har vi lyckats med. Vi är mycket nöjda med mätningarna efter kampanjen, säger Kristina Ljungkvist.



Har du sett gultomten?

Det kan vara knepigt att hitta presenter till sina nära och kära. Det är förmodligen ännu svårare att hitta bra presenter som passar alla kunder och anställda. Oavsett om det handlar om fem stycken eller femtusen vet vi på MERi att julkappsinköpen kan vålla en del huvudbry.

För oss handlar profil- och presentreklam om att skapa värden som bygger din goodwill och ditt varumärke. MERi's gultomte är smart, kunnig och kreativ. Han vet hur ditt budskap ska presenteras genom present- och profilreklam.

Kontakta vår gultomte innan din semester på www.meri.se/gultomten. Ge honom era förutsättningar, så kommer han i slutet av augusti med förslag hur vi löser era julkappsbehov.

God Gul!

PS. Medan gultomen tar fram julkappsförslag så jobbar våra 26 medarbetare med att lösa våra kunders profileringsbehov. Vill du också ha hjälp, ring oss 0771-556 100

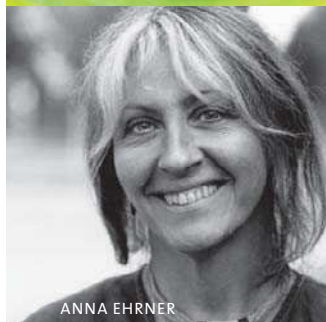
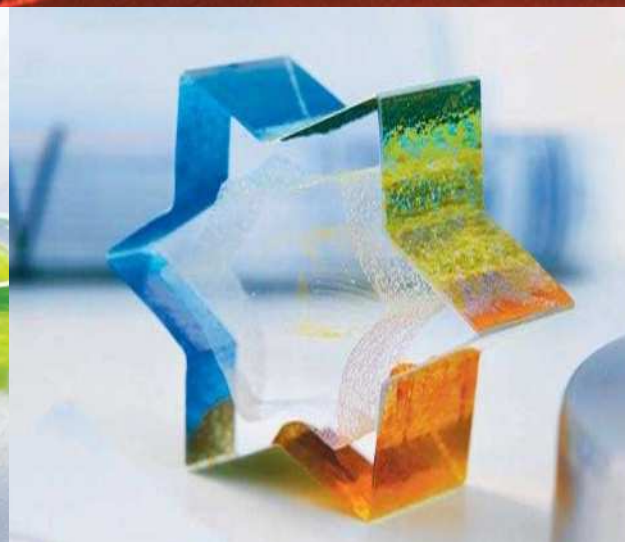
MERi

ÖSTERSUND | STOCKHOLM | HELSINGBORG

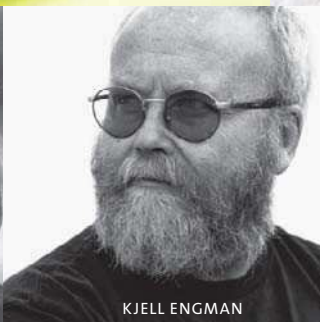
**KOSTA
BODA**
SWEDEN 1742

När gåvor är konst

I hyttans värme skapar formgivare tillsammans med glasblåsare unikt svenskt hantverk. Välj din företagspresent från Kosta Boda och du kommer att få många leenden som tack!
Svenskt kvalitetsglas är en personlig gåva som lever länge.



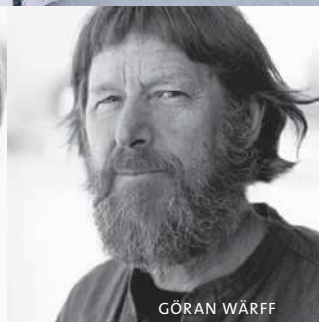
ANNA EHRNER



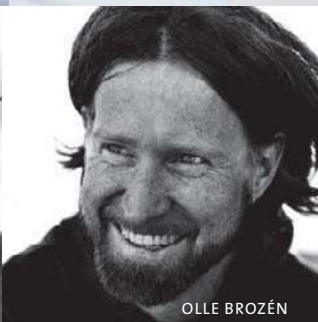
KJELL ENGMAN



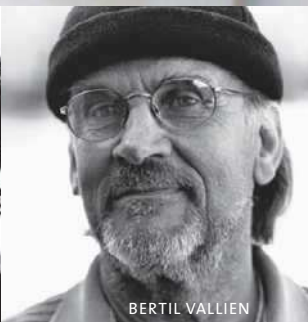
ULRICA H-V



GÖRAN WÄRRF



OLLE BROZÉN



BERTIL VALLIEN



Presentkatalogen – brett urval för alla smaker

Börja med att beställa vår presentkatalog och titta närmare på sortimentet. Där hittar du allt från bruksglas till uttrycksfulla konstföremål.



GlasKlart – låt mottagaren välja

Svårt att bestämma vad du ska ge? GlasKlart är ett presentkort på några av våra kvalitetsprodukter. Mottagaren väljer själv vad han eller hon vill ha, och får sedan din present hemlevererad.

Katalogbeställning, information samt närmaste återförsäljare:

E-post: kundservice@orrefors.se
Tel. direkt: 0478-345 66, 345 17
Växel: 0481-340 00

Utställning

Utställningslokaler finns i Stockholm, Göteborg och Malmö samt i Småland.



Lars-Erik Strömberg

Kedjan som

TEXT: PIA ROXELL

Presentreklambranschen har vuxit snabbt, men det har saknats en samlande kedja för dessa företag. Nu finns Navet, en kedjeaktör som vill samla och stärka de bästa företagen i branschen.

Navet har funnits i drygt ett år och bygger på ett koncept om en rikstäckande kedja som ska stärka medlemsföretagens positioner på marknaden. Affärsidén går ut på att stärka lönsamheten hos de bästa promotionföretagen genom att skapa de bästa villkoren.

– Detta gör vi genom att skapa bättre inköpspriser från de leverantörer vi knyter till oss men också genom en gemensam rikstäckande marknadsföring och att erbjuda starka varumärken som tydligare framhåller medlemsföretagens koncept, säger Navets vd Lars-Erik Strömberg.

FOTO: MAGNUS ERIKSSON

10
APROPO
[TEN YEARS WITH GREAT PEOPLE]

Kappa B2B Partner

Vi vill hjälpa er att skapa möten mellan ert varumärke och människor ni bryr er om. För att göra det vet vi att det krävs något utöver det vanliga, något som skapar minnen som består.

Genom vårt unika samarbete med det formstarka varumärket Robe di Kappa kan vi erbjuda golfkläder, leisure, sportswear, teamwear och en klassisk kollektion av högsta kvalitet som sätter guldkant på er profilreklam. Ert starka varumärke kräver en stark budbärare!

I takt med våra framgångar behöver vi expandera med fler säljare. Är du den vi letar efter? Vill du arbeta med de främsta varumärkena? Kontakta oss på telefonnummer 08-556 328 80 så berättar vi mer!



APROPO
[GREAT PEOPLE MEET GREAT BRANDS]

PROFILREKLAM MED GULDKANT!



Kappa



ROLKAN



KOMBAT COTTON



DRONDEL



TASUK

ska lyfta branschen

Tidigare har han varit vd för svenska Nokia och Adidas och när han senare började arbeta som konsult inom företagsaffärer fick han upp ögonen för den växande promotionbranschen.

– Jag såg en snabbt växande affärgren som trots höga omsättningssiffror var som bortglömd och där det inte fanns någon kedjeaktör. I jämförelse med till exempel sportbranschens kedjor som Stadium och Intersport så fanns här ingen koordinerande samordnare som effektivt kunde verka för återförsäljarnas gemensamma intressen.

Genomtänkt marknadsföring

Sagt och gjort; idén till Navet var född och med den utarbetades konceptet om att erbjuda blivande medlemmar bra villkor som bättre inköpspriser och genomtänkt marknadsföring.

Medlemstillströmningen har gått fortare än vad man först vågade hoppas på. Idag har Navet 23 medlemmar som Lars-Erik Strömberg vill likna vid ett landslag.

– Vi har helt enkelt samlat de bästa spelarna på respektive medlemsort. Tillsammans utgör de ett starkt lag som varje enskild spelare kommer att få njuta fördelarna av.

Medlemmarna finns på 35 platser runt om i landet och med en ny allianspartner, norska Gosh, har man nu även expanderat bortom Sveriges gränser.

– Med Gosh öppnas nya möjligheter att utnyttja fördelarna med den gemensamma svensk-norska marknaden. Det är mycket positivt och kommer alla medlemmar tillgodo. Just nu för vi även samtal med en annan möjlig partner som kan föra oss vidare till marknaden i ytterligare ett annat land.

Profilreklam är något som många idag associerar till pennor, väskor och t-shirts i likformigt standardutförande med tryckta företagsloggor. Detta tror dock Lars-Erik Strömberg kan komma att ändras i framtiden.

– En av Navets viktigaste uppgifter är att få i gång en utveckling mot mer kundinriktade produkter. Ofta har företag som verkar ensamma på marknaden varken pengar eller kunskaper att tänka i nya helhetslösningar, men det kan Navet. Så i framtiden kan vi nog få se ett mycket mera varierat utbud av promotionprodukter.

AFFÄRSIDÉN I KORTHET:

- **Bättre inköps- och fraktvillkor, utvecklande av starka varumärken och gemensam marknadsföring.**
- **Medlemmarna i Navet säljer olika typer av profilprodukter och arbetskläder till slutledet. Den samlade omsättningen låg förra året på drygt en halv miljard, en siffra som enligt ledningen för Navet beräknas fördubblas inom ett par år.**
- **I promotionbranschen som helhet finns idag över 3 000 företag som 2006 tillsammans omsatte omkring 11 miljarder kronor.**
- **Alla Navets medlemmar erbjuds delägarskap i kedjan.**



Post-it® är bra för minnet och kommunikationen – både på jobbet och hemma. Tryck ditt budskap på originalet – med en kvalitet som tål att jämföras. Prova en nyhet! Skicka in ditt namn och adress på psv@mmm.com så får du prova en Post-it Index penna.

För ytterligare information – www.3M.com/se



Ta det lugnt i sommar.



VINGLOB framhäver vinets egenskaper genom snabb dekantering.



MULTIREDSKAP med 13 funktioner, bland annat en mycket vass såg.



FÖRSTAHJÄLPENFLASKA som kan komma till pass om du kombinerar ovanstående produkter.

Hos oss på Xindao hittar du profilprodukter för alla tillfällen och behov. Vi är särskilt stolta över vårt exklusiva sortiment XD Design. Men ta det försiktigt – vissa kombinationer kan vara olämpliga. Trevlig sommar önskar vännerna på Xindao.

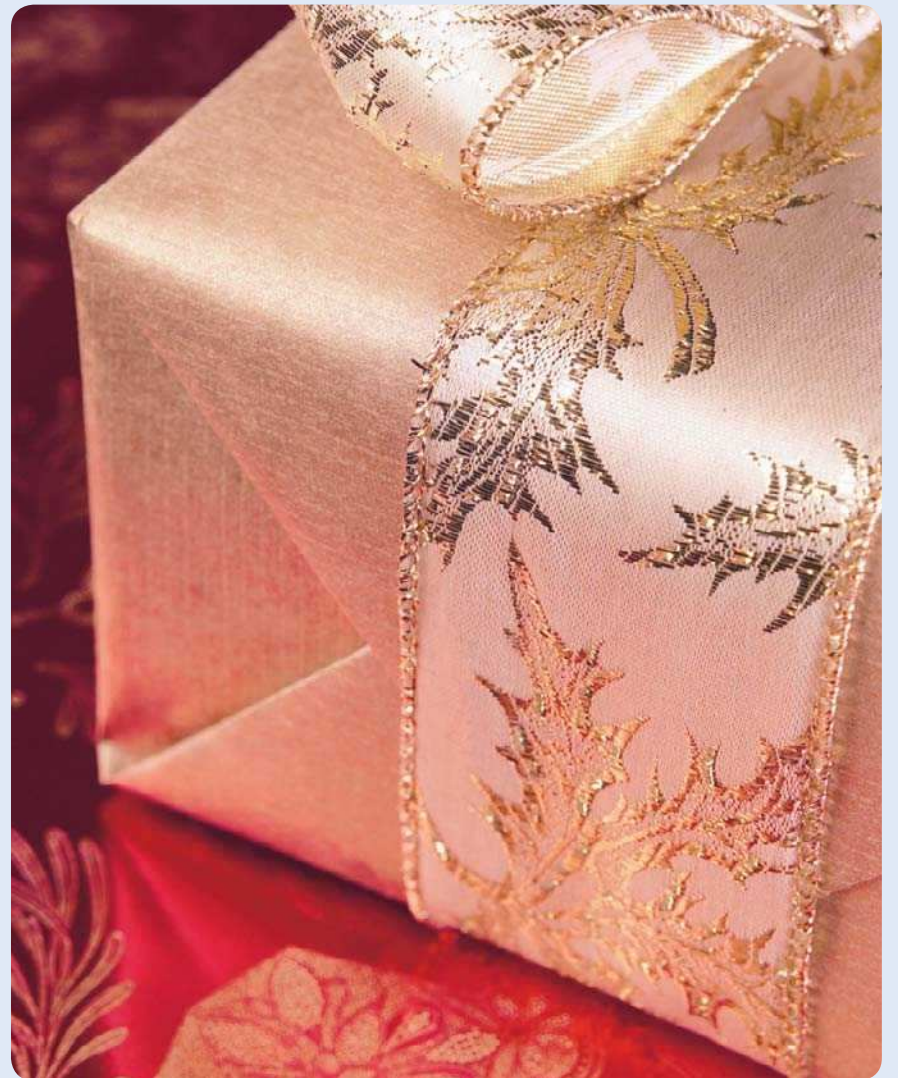


Kolla in hela vårt sortiment på xindao.se

All försäljning sker via återförsäljare.

Reklam, representation eller personalvård?

Skatteverket behandlar din presentreklam olika beroende på sammanhang och mottagare. Här är skattereglerna kring företagets gåvor till kunderna – och till de anställda.



Företagspresenter som kostar mer än 180 kronor plus moms är inte avdragsgilla och ska vinstbeskattas.

– Alla typer av företagsgåvor måste på något sätt öka bolagets försäljning för att vara avdragsgilla, säger Peter Lindholm, skattejurist på Skatteverket.

Skatteverket ser lite olika på din presentreklam. Är det exempelvis kläder som personalen bär vid ett visst evenemang så är de i många fall fullt avdragbara som vilken kostnad som helst. Ska de däremot skänkas bort gäller betydligt strängare regler. Så här säger skatteregelverket om presenter till kunder:

Reklamgåva ska ha "obetydligt värde" och dessutom på något sätt ha anknytning till ditt ordinarie sortiment. Om inte, får det bara vara enklare reklamartiklar – exempelvis pennor eller enklare almanackor. Normalt ska den vara värd mindre än en representationsgåva.

Representationsgåva måste ha ett omedelbart samband med företagets verksamhet. Ett tillverkande företag kan t ex ge en mindre gåva till en kund vid avslutandet av en förhandling. Representationsgåvan får max kosta 180 kronor plus moms för att vara avdragsgill.

Företagspresenter som kostar mer än 180 kronor plus moms är inte avdragsgilla och ska vinstbeskattas till hela beloppet.

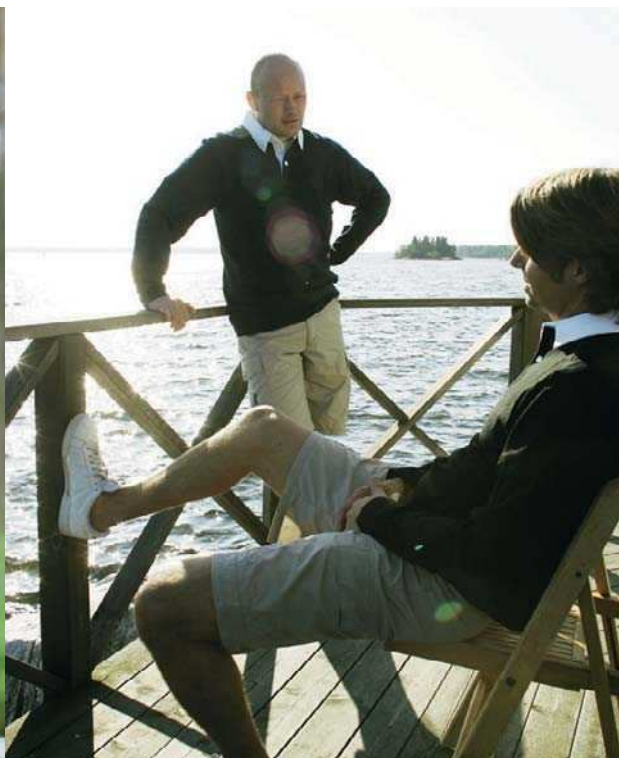
Ingen form av högtidsgåva är avdragsgill.

Kampanjprodukter får inte heller kosta mer än 180 kronor plus moms.

När det däremot gäller olika former av personalgåvor är Skatteverket lite frikostigare. Julklappar, sommarpresenter eller andra typer av företagsgåvor till de anställda får nämligen kosta upp till 400 kronor inklusive moms. Kostar den mer så räknas hela beloppet som lön, vilket gör att du måste betala sociala avgifter – och att den anställda förmånsbeskattas.

Läs mer om reglerna på Skatteverkets hemsida: www.skatteverket.se

Källa: Presentreklam.nu




ACTIVE WEAR

Lön för mödan. Att pusta ut efter äventyret, slappa en stund i solen, ta en mugg kaffe och summera intrycken. Att känna sig nöjd med sig själv, helt enkelt. Dela ut en liten gliring till kompisen som körde vilse. Det känns bra att ha gått i mål, äntligen!



PROFILE MANAGEMENT™

integrerad hantering av företags profilkläder – www.pss.se

Huvudkontor/butik:
Tallhammarsvägen 11
186 33 Vallentuna
Tel. 08-511 733 00
Fax. 08-511 761 63

Butik:
Turebergs Allé 4
191 62 Sollentuna
Tel. 08-585 701 10
Fax. 08-585 701 14



Profil & Souvenir i Sverige AB

Håller inte bara kaffet varmt.

Väl vald presentreklam håller kundrelationerna varma och bygger varumärken.



Hela denna tidning är en annons från Provisa Information AB

Profilbranschen – då och nu

I mer än 20 år har jag arbetat i profilbranschen och haft förmånen att vara med från telex till internet. Utvecklingen har varit enorm - från broderade märken på skoltröjor till en fulländad promotionverksamhet som integrerad del i marknadsföringen.

För 20 år sen bestod profilverksamheterna till största delen av t-shirts och collegetröjor med tryck - en trend från USA. Vid den tidpunkten övergick vi till att börja sälja presenter och ett nytt namn uppstod på marknaden: presentreklam.

Utvecklingen gick snabbt med hjälp av den svenska skattelagstiftningen. På den tiden var alla produkter med företagsnamn avdragsgilla och vips var en ny marknad född. Textilprodukter med företagsnamn på såldes redan då och fortfarande idag tror de flesta att så är fallet, men den svenska lagstiftningen är helt ändrad. Från den tiden utvecklades nya företag som såg en möjlighet att utvecklas på en expansiv marknad och på den vägen är det fortfarande. Sverige har länge haft en framskjuten position i profilreklambranschen. Vi har börjat arbeta mer i den globala världen då avståndet till främmande länder har försvunnit i den dagliga kontakten. Internet ger oss ett helt nytt sätt att arbeta och driva handel på som har varit positivt för branschen.

Framtiden i promotionbranschen

Det har aldrig varit framgångsrikt att sitta på två stolar, det vill säga att både importera och sälja till slutkund. Förr eller senare trillar man emellan. Jag har alltid förespråkade att det ska finnas goda grossister att lita på och framgångsrika distributörer, vilka i samförstånd kan utveckla verksamheter.

De företag som ställer ut på en mäsas idag måste vara solventa. Besökarna och kunderna måste kunna lita på att de får leveranser på de order som är beställda. Vi arbetar i en utsatt bransch och är ständigt utsatta för svårigheter. Vi som importföretag måste även kunna klara en reklamation - i samförstånd med kunderna.



Framtiden i promotionbranschen måste bygga på utökat samförstånd mellan importörer och distributörer med gemensamma mål för ögonen. Hur kommer den nya generationen att hantera dessa frågor?

Yngre generationen

Idag söker vi efter den yngre generationen och vi som är äldre är osäkra på hur denna generation uppträder - både som kund och leverantör. Den traditionella bilden av kunder finner vi inte hos den nya generationen och vi vet heller inte hur den nya generationen leverantörer kommer att uppträda på marknaden. Till de befintliga branschorganisationer som finns saknar vi ungdomen.

PWA som är en grossistorganisation med medlemmar som inte säljer till slutkunder har startat ett samarbete med Högskolan i Jönköping för att utbilda ungdomar i denna bransch. Utbildningen som är ny blev fullbokad direkt i Jönköping. Är det där vi kommer att hitta den nya generationens affärsmän?

Vem vet.

Något vi vet är däremot att något är på gång och att en förändring är att räkna med.

Evert Grahn, vd Keback AB

Profilreklam med kvalitet!

Besök vårt inspirerande showroom!

Du hittar oss mitt i stan på
Kammakargatan 7. Välkommen!

FF Profilreklam AB

För varumärken som märks!



HARVEST
profilreklamcenters

Beställ vår
katalog på
ffprofilreklam.se



LJUDBÖCKER TILL FÖRETAGET ?



Vill du ge Liza Marklunds nya ljudbok till anställda eller kunder Julen-07 ?

..eller kanske andra ljudböcker som sommarpresent nu?

I samarbete med Bonniers Audio och Piratförlaget så kan vi erbjuda ljudböcker direkt till företag och organisationer, även som valfrihet via gåvokort (hösten -07)

BokningsPremie !!



Får vi besöka dig och tala om ljudböcker och presentreklam så bjuder vi på en ljudbok! Jan Guillous "Madame Terror" (värde ca 300:-) Maila till info@triffiq.se så hör vi av oss för en bokad tid!

Tel: 08-641 37 35
www.triffiq.se/gavokort

Återförsäljare ljudböcker via www.gavokort.nu



Prendo

Prendo hjälper företag i sin marknadskommunikation genom anpassade reklamprodukter. Vi har tre affärsområden: Promotion & Gifts, Workwear Solutions samt Web Solutions & Logistics.

Your Corporate Identity Provider



www.prendo.se

Nyköping · Stockholm · Malmö · Göteborg · Växjö · Karlstad

S E R V I C E • I N N O V A T I O N • D E S I G N • K V A L I T E T



MINNE PÅ BURK!

Ett USB minne av aluminium i form av en öl / läsk burk. Uppmärksamheten är garanterat oslagbar. Låt fantasin flöda, endast fantasin sätter gränserna! På www.usb.nu hittar du ännu fler spännande, roliga, smarta och nyskapande marknadsföringsprodukter!



Här har ni sommarens roligaste och mest prisvärda produkt för lata dagar i solen! MP3-solglasögon! Kan det bli bättre?



F1, PC-mössens formel 1! Innovation, design och kvalitet med egenskaper som sträcker sig utöver det vanliga.



Tilltalande mjuka former gör OVAL till en storsäljare. Finns i flera färger eller varför inte i egen PMS!

För mer information kontakta din leverantör av presentreklam.


www.usb.nu



Det handlar om
att lyfta och stärka
kundens identitet.
Hos oss kallar vi det
för merchandising.

SC Communication bidrar till att företag och organisationer stärker sitt varumärke genom att använda produkter som ett verktyg i sin marknadskommunikation. Sedan 15 år samarbetar vi med några av Sveriges mest framgångsrika företag. Vi är också etablerade i övriga Europa, USA och Kina. Vi erbjuder ett helhetskoncept som inkluderar: design, tillverkning, marknadsföring, försäljning, lagerhållning och distribution.

Vi anser att bra merchandise är produkter som er målgrupp vill betala för.

www.sc-communication.se

GÖTEBORG | STOCKHOLM | CHICAGO | STUTTGART | DONGGUAN

SC
COMMUNICATION

makes your brand visible