

Gutscheintasche, Kugelschreiber und Lebkuchenhaus-Bausatz

PROMOFRITZ Im Rahmen des PSF-Forums zeichnete der Verband Promoswiss die besten Werbeartikel mit dem Promofritz-Award aus. In der Kategorie «Werbeartikel des Jahres» gewann ein Kugelschreiber Gold. Bei den Kampagnen holte sich die Firma Drosselbart gleich zwei Preise ab.

VON SIMON WOLANIN



Alle Gewinner des Promofritz mit Jurypräsident Adrian Schmidhäusler (links).

Das PSF-Forum 2016 des Schweizer Werbearbeitungsverbandes Promoswiss fand am 10. März 2016 neu im Alpen Rock House in Dietikon/ZH statt. Knapp 200 Personen von über 100 Firmen besuchten das PSF-Forum mit 60 Ausstellern., was eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr bedeutet.

Im Rahmen eines Galadinner am Abend wurden die Promofritz-Awards vergeben. Der Wettbewerb Promofritz zeichnet herausragende Werbeartikel von Händlern oder Produzenten aus, welche in der Schweiz im kommerziellen, kulturellen oder Service-public-Bereich eingesetzt werden. Rangiert werden die Eingaben von einer unabhängigen Jury nach folgenden Kriterien: Originalität,

Neuartigkeit, Haptik, Umsetzung der Werbebotschaft, kommunikative Nachhaltigkeit, Funktionalität, Gebrauchswert.

Tasche mit Gutscheinen

Gewinner in der Kategorie «Innovation» war die Firma Riedle mit dem «CouponBag». Es handelt sich hierbei um eine Tasche, in die diverse Gutscheine zum Herausziehen integriert werden können. Diese kann beispielsweise in Kaufhäusern verteilt werden, um so einen Kaufanreiz für die verschiedenen Filialen zu schaffen.

Als Werbeartikel des Jahres ausgezeichnet wurde der QS00-Kugelschreiber von Prodir. Der QS00 bietet eine völlig neue Form der Personalisierung: Die Prodir-

Designer verwandeln die Ideen der Kunden in ein Muster, das im Spritzguss in die Oberfläche des QS-Schreibgeräts eingebracht wird.

Mit Silber wurde der Werbeartikel «Rhythm Bluetooth» von PF Concept ausgezeichnet. Der Artikel ist eine Trinkflasche und gleichzeitig eine Soundbox. Bronze holte sich die Jung Bonbonfabrik mit ihrem Oster-Sixpack.

Eigenes Lebkuchenhaus

Bei der Kampagne des Jahres triumphierte einmal mehr die Firma Drosselbart. Sie verschickte an ausgewählte Kunden ein Lebkuchenbausatz. Via Bilder und Videos konnten diese dann ihre selbst gebastelten Lebkuchenhäuser präsentieren.

Auch die Bronze-Auszeichnung ging an Drosselbart. Sie setzten für die Firma Appenzeller Käse verschiedene passende Werbeartikel zum neuen Produkt «Appenzeller für Raclette» um. Den silbernen Promofritz-Award gewann die Firma Lacoray für ihre Kampagne zum Musikfestival Baloise Session.

Der Award wurde in diesem Jahr zum letzten Mal unter dem Namen «Promofritz» vergeben. 2017 heisst der Preis neu «Promo Swiss Award». ■

Promofritz-Award: die Gewinner

WERBEARTIKEL INNOVATION

Gewinner: Bags by Riedle: CouponBag

Ausserdem nominiert:

Fare - Guenther Fassbender: iAuto Taschenschirm
 Rastal Sahm & Co: Wackel-Glas

WERBEARTIKEL DES JAHRES

Gold: Prodir SA:

QS00 Kugelschreiber

Silber: PF Concept:

Rhythm Bluetooth

Bronze: Jung Bonbonfabrik GmbH: Oster-Sixpack

Ausserdem nominiert:

Polyclean International: CarKoser
 MACMA oHG: Stifteköcher

KAMPAGNE DES JAHRES

Gold: Drosselbart AG:

Weihnachtsgeschenk 2015

Silber: Lacoray by comTeam:

Baloise Session / Versicherung

Bronze: Drosselbart AG: Appenzeller Käse

Ausserdem nominiert:

Lacoray by comTeam: Rivella Pool
 Hero Two



Das Team von Drosselbart freut sich über den goldenen Promofritz in der Kategorie «Kampagne des Jahres».



→
 Juryleiter Adrian Schmidhäusler mit