

Seit 1. Juli 2005 ist Stephan C. Lucht als selbstständiger Handelsvertreter u. a. für die italienischen Schreibgeräte-Marken Delta und Nettuno



zuständig. In der letzten Ausgabe von Kult am Pult haben wir ihn mit den Worten zitiert, dass für ihn „die Betreuung der Handelspartner nicht mit dem Vertrieb endet, sondern dort erst beginnt“. Was das bedeutet, konnten im Rahmen der Delta-Weihnachtspromotion Firmen wie Hugo Hamann, Trixi Gronau, Schacht & Westerich, Haufler am Markt, Papier Kraemer, Knoblauch und weitere erfahren. Die Promotion bestand aus drei Elementen: Public Relations, Promotion und Verkaufsförderung. Start war immer eine Pressemitteilung über den Delta Aktionstag in der jeweiligen Lokalzeitung. Aufgebaut wurde dann ein spezieller Delta-Counter mit ausreichend Platz für die gesamte Schreib-

geräte-Palette ohne dem Händler die eigene Präsentationsfläche zu rauben. Gezeigt wurden die Highlights der Dolcevita-Serie, flankiert von Markiario-Lederwaren und Limited-Serien. Ziel war es, die relevante Zielgruppe nicht nur auf Delta aufmerksam zu machen, sondern gleich im persönlichen Gespräch über die einzelnen Produktvorteile aufzuklären. Dank guter Ergebnisse ist eine zweite Delta-Promotion mit neuer Ausrichtung fürs Frühjahr geplant.

Lamy: Ort der Ideen

Deutschland, Land der Ideen: Die Standortinitiative, die von Politik und Wirtschaft aus der Taufe gehoben wurde, um im Jahr der Fußball-WM Deutschlands Innovationskraft vor den Augen der Welt zu präsentieren, ist mit „365 Orten im Land der Ideen“ angelaufen. Und der Schreibgerätehersteller Lamy gehört zu diesem exklusiven Kreis. Ausgewählt unter mehr als 1.200 Bewerbern aus allen Bundesländern werden u. a. 83 Unternehmen, 88 Forschungsinstitute, Universitäten und Schulen sowie 22 Feste, Festivals, Orchester und Theater ihr Engagement der Öffentlichkeit vorstellen. Dazu gehört nun auch am 26. Oktober die Lamy Innovationswerkstatt.