

Pressemitteilung

### **Ideenbörse 2007:**

## **Article-Formgebung für Werbebotschaften unter den Gewinnern der Existenzgründer-Aktion der Deutschen Post AG**

**Die Deutsche Post AG unterstützt jedes Jahr ambitionierte Selbständige bei Ihrem Start. Zu diesem Zweck vergibt sie pro Standort der Messe Ideenbörse 2007 fünf komplette Messeauftritte - kostenfrei.**

**Hamburg, 30.07.2007** -Einen davon konnte dieses Jahr die Produktdesignerin Natalie Rutard für sich verbuchen, die auf dieser Ideenbörse Ihren neuen Bereich **article - Formgebung für Werbebotschaften** präsentiert. Bei den Messeständen handelt es sich um Stände in einer Größe von 9m<sup>2</sup>.

Seit 2000 entwirft Natalie Rutard, Gründerin der Agentur für aufmerksame Gestaltung, als freiberufliche Designerin für internationale Vertriebsfirmen Wohnaccessoires und Geschenkartikel. Ihre Entwürfe werden auf der ganzen Welt vertrieben, Sie finden sie in den Suiten des Mandarin Oriental Hotel Hongkong, im Valentino-Shop in Dubai, oder im Hamburger Hanseviertel. Wer neugierig ist, erfährt mehr über die Aktivitäten und den Stil der Agentur für aufmerksame Gestaltung auf der Seite [www.natalierutard.de](http://www.natalierutard.de).

### **Ideenbörse: Marketingfachmesse für Entscheider, die sich weiter entwickeln wollen**

Die Deutsche Post AG bündelt auf der Ideenbörse 2007 bereits im zweiten Jahr Marketing-Fachwissen am Standort Hamburg. Besucher und Aussteller erhalten so die Möglichkeit, neue und innovative Ideen im Bereich Dialog-Marketing kennen zu lernen und zu präsentieren. Darüber hinaus eröffnet sie Ihnen die Möglichkeit, persönliche Gespräche zu führen und ihr Fachwissen durch das umfangreiche Rahmenprogramm zu erweitern. Die Besucher der Ideenbörse sind Unternehmer, Geschäftsführer und Vorstände, Marketingleiter sowie Angestellte in Führungspositionen aus

Deutschland und umliegenden europäischen Nachbarländern. Unterstützt wurde die Existenzgründeraktion von den Zeitschriften Impulse und Impulse Gründerzeit.

### **Article bietet formvollendete und individuelle Werbebotschaften auf hochwertigen Materialien**

Die neu kreierte Marke **Article-Formgebung für Werbebotschaften** bedient die stark wachsende Nachfrage im Segment für hochwertige Werbeartikel: Ein article ist eine individuelle, formvollendete Werbebotschaft auf hochwertigen Materialien in geringer Stückzahl. Dieses Angebot richtet sich an Kunden mit einem hohen Qualitätsbewußtsein, die eine Alternative zu bekannten Werbeartikeln suchen. Deren Qualität und Aussagekraft sind häufig zu gering, um ein hochwertiges Dienstleistungsangebot überzeugend zu repräsentieren.

### **Ausstellungen/ Events (Auswahl) Natalie Rutard**

- Flexibles Trennwandsystem zur Neuwagenpräsentation, Autohaus Willy Tiedtke, Hamburg
- Glasobjekte bei: Süßmuth Glasmuseum, Immenhausen / Glasbiennale, Museo Vetrario, Murano, Venedig, Italien / Rosenthal Studiohaus, Hamburg
- Leuchten, Museum für Kunst und Gewerbe, Hamburg
- weitere Informationen: [www.natalierutard.de](http://www.natalierutard.de)
- ab September 2007: [www.article-hamburg.de](http://www.article-hamburg.de)

### **Pressekontakt & Bildmaterial:**

**BECHTLE** <sup>PR</sup>  
KOMMUNIKATIONSBERATUNG

Herr Bastian Bechtle  
Tel.: 040 / 370 86 401  
Fax: 040 / 370 86 400  
Email: [agentur@bechtle-pr.de](mailto:agentur@bechtle-pr.de)  
[www.bechtle-pr.de](http://www.bechtle-pr.de)

Nr. 4 · Nov./Dez. 2007

EUR 4,50

# MediaPort

Nachrichten aus der Medienstadt Hamburg

## Ian K. Karan: Das Comeback des Königs der Kisten

Nach dem Verkauf von  
CAPITAL LEASE Neustart  
mit CAPITAL INTERMODAL

Harry Potter  
sorgt für Schotter  
**Warum der Handel  
trotzdem jammert**

Die große Zeit der  
Sonntagszeitungen  
**„Erbsenzähler  
und Idioten!“**

Wie Bibel TV in den  
Himmel kommt  
**Senden dank Spenden**



U  
4  
7  
7  
4  
3  
0



Wieder im  
Geschäft:  
Hamburgs  
Container-König  
Ian K. Karan

# Start-ups 2007

MediaPort, selbst ein Newcomer, präsentiert zehn besonders interessante Unternehmensgründungen des Jahres aus Hamburg in zehn Sparten und wünscht ihnen wie allen anderen neuen und schon arrivierten Playern auch für 2008 recht viel Erfolg.

## NEUE MEDIEN

### DEALJAEGER.DE

Daniel Grözinger, 35, links, und Sven Schmidt, 33, setzen mit DEALJÄGER auf „die Weisheit der Masse“: findige Shopping-Päpste tragen für sie die besten Online- und Offline-Angebote zusammen, aktuell sind es 50 000 Produkte von 4500 Händlern. Die Diplom-Kaufleute begannen als Berater, schufen 2000 die Ticketbörse getgo.de, verkauften 2002 an CTS Eventim und gingen getrennte Wege, Grözinger mit der Agentur GFEH, Schmidt mit einer Beteiligung am IT-Dienstleister Senacor Technologies. Ihre Firma hat 15 Mitarbeiter, soll 2008 den Break-even schaffen und ab 2009 Gewinn abwerfen.



DANIEL & SVEN

DEALJAEGER.DE

## ADVERTISING



### article

Natalie Rutard, 36, Produktdesignerin und Stylistin, braucht für ihre Firma „article – Formgebung für Werbebotschaften“ weder Katalog noch Beispiele, denn jeder Entwurf ist individuell. Prinzip: hochwertige Materialien, geringe Stückzahl für anspruchsvolle Kunden. Seit 2000 entwarf sie Wohnaccessoires für internationale Firmen, mit article gewann die Jungunternehmerin auch schon die Existenzgründer-Aktion der Deutsche Post AG.



## PRINT



### FELD HOMMES

Kai Maser, 42, Foto- und Mitherausgeber Markus Lenz, 42, publizieren nach einer Einführungsphase ihr Magazin FELD HOMMES in jährlich vier Ausgaben: Auflage 20 000, Copypreis 5 Euro, Anzeigen von Audi, Boss, Nivea und Nokia, Auszeichnungen von ADV und Lead Awards Maser ist Gesellschafter und Geschäftsführer im FELD Verlag, der zu APPEL GRAFIK gehört. Chefredakteurin Mieke Hasse war vorher bei

sleek, Stellvertreterin Sabine Manecke schrieb 2004 „bye bye love“ über „Liebeskummer und wie man ihn wieder los wird“.

