

Pressemitteilung

4. Oktober 2007

BUGA 2007 ein voller Erfolg – Merchandiser M.A.X. 2001 zieht positive Bilanz

Der Verkauf von 175.000 BUGA-Artikeln spricht für den großen Erfolg der diesjährigen Bundesgartenschau in Gera / Ronneburg. Wesentlich dazu beigetragen hat der Merchandising-Experte M.A.X. 2001. Als offizieller Ausstatter der BUGA 2007 bietet das Berliner Unternehmen noch bis zum 14. Oktober 2007 Besuchern aus dem In- und Ausland ein umfangreiches Souvenirsortiment. „Anfangen von der Entwicklung des Maskottchens Bugalou und der kompletten BUGA-Kollektion bis hin zur Produktion und dem Vertrieb auf dem Gelände konnten wir unseren kompetenten und zuverlässigen Service unter Beweis stellen. Die Verkaufszahlen bestätigen, dass wir über das richtige Konzept verfügen“, betont **Thomas Thiele**, geschäftsführender Gesellschafter von M.A.X. 2001.

Zu den beliebtesten Produkten zählen mehr als 120.000 Postkarten. Dabei überzeugte nicht nur ein ausgewogener Mix aus Gelände-, Blumen- und regionalen Postkarten, sondern auch ein regelmäßiger Motivwechsel, mit dem auch Dauergäste immer wieder neu überrascht werden konnten. Als Verkaufschlager erwies sich das offizielle BUGA-Maskottchen Bugalou - mehr als 20.000 Artikel, vom Plüschtier bis zum Schlüsselanhänger, wurden an Besucher der Bundesgartenschau verkauft.

Zudem fanden über 5.000 Artikel mit dem offiziellen BUGA-Logo, mehr als 4.000 florale Artikel wie Stroh- oder Sonnenhüte, Leinenschals sowie Stroh- und Leinentaschen, über 7.500 themenbezogene Fachbücher und Reiseführer, aber auch rund 3.000 Serviceartikel wie Filme und Batterien großen Anklang bei den Besuchern. Für alle Gartenfreunde, die sich das bunte Blumen- und Pflanzenmeer mit nach Hause nehmen wollten, bot M.A.X. 2001 ein umfassendes Sortiment an Sämereien. Von den Samenmischungen und -raritäten konnten insgesamt 20.000 Packungen verkauft werden. „Egal ob Groß oder Klein, Alt oder Jung – für jeden Besucher war das passende Erinnerungsstück an einem tollen Tag auf der BUGA 2007 dabei. Emotionale Produkte zu familienfreundlichen Preisen sind dabei unser Erfolgsgeheimnis“, fasst **Thomas Thiele** zusammen.

Auch in Zukunft möchte M.A.X. 2001 seine jahrelange Erfahrung im Merchandising von Großveranstaltungen zur Verfügung stellen. Unter dem Motto „Merchandising mit System“ bietet das Unternehmen ein einzigartiges, umfassendes Gesamtkonzept, mit dem es bereits auf zahlreichen Gartenschauen bundesweit, darunter Landesgartenschauen (Kaiserlautern, Luckau, Kehl/Straßburg, Wolfburg, Wernigerode) und Bundesgartenschauen (Potsdam) sowie Internationalen Gartenbauausstellungen (Rostock) erfolgreich vertreten war. „Der diesjährige Erfolg bei der Bundesgartenschau in Gera und Ronneburg hat uns bestärkt, unser Engagement fortzusetzen. Wir würden uns freuen, wenn wir auch die Landesgartenschau in Bingen 2008 und die BUGA 2009 in Schwerin als erfahrener Partner begleiten können“, so **Thomas Thiele**.

M.A.X. 2001 wurde 1991 von dem ehemaligen Hockey-Nationalspieler Michael Stiebitz anlässlich der Olympiabewerbung Berlins gegründet. Unter dem Motto „Merchandising mit System“ hat sich das Unternehmen zum Spezialisten für Sportmarketing und Merchandising etabliert. Zum Leistungsspektrum gehören u. a. unkonventionelle Werbemittelproduktionen und Lizenzübernahmen von Großveranstaltungen. 1994 entwickelte M.A.X. 2001 die erfolgreiche Hauptstadtmarke BERLIN. Mit dieser bunten und lebendigen Marke tragen Touristen Erinnerungen an die Metropole Berlin und das Lebensgefühl der Hauptstadt in die gesamte Welt.

Pressekontakt:

Business Network Marketing- und Verlagsgesellschaft
Karen Jeratsch
Fasanenstraße 47
10719 Berlin
Tel 030/ 81 46 46-00
Fax 030/ 81 46 46-046
E-Mail kj@businessnetwork-berlin.com