

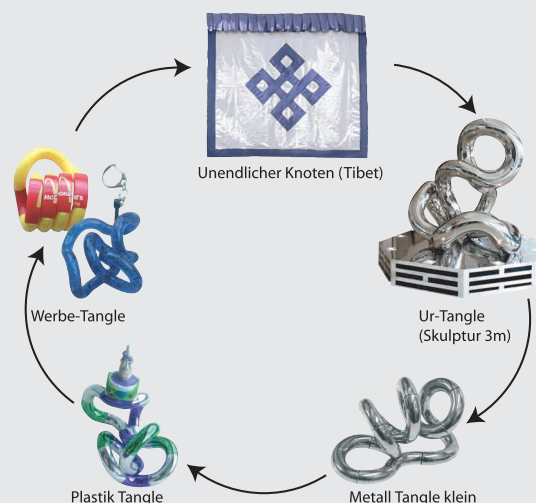
Tangle: das total durchgedrehte Werbe-Gelenk

Der Tangle - best verkaufter Promotionsartikel der USA - hat auch in Europa seinen Siegeszug begonnen. In Skandinavien hatte er sein Début mit Fernsehkampagne und in der Schweiz hat er an der X'05 (Marketingmesse) die Besucher verzaubert.

Als Spielzeug, das viel Raum für Phantasien lässt, fördert er das kreative Denken, unterstützt diejenigen, die aufhören wollen zu rauchen und hilft anderen beim Abbau von Stress. Und keiner kann die Finger mehr davon lassen, wenn er den Tangle erst einmal in der Hand hielt.

Die Urform des Tangle - eine drei Meter hohe Metallskulptur - wurde von einem künstlerischen Philosophen namens Richard X. Zawitz konstruiert. Der ewige Knoten, ein wichtiges Symbol des tibetischen Buddhismus, hatte Zawitz dazu inspiriert.

Doch das Statische, Unbewegliche seiner dreidimensionalen Metall-Skulptur entsprach noch unzureichend der Grundidee des ewigen Knotens, bei der die Interaktion mit dem Menschen im Zentrum steht. Deshalb entstand die viel kleinere, flexiblere Version, bestehend aus 18 rundum bewegbaren Einzelteilen aus Metall. Diese erhielt den Namen Tangle, was auf deutsch soviel wie „Wirrwar“ bedeutet.



Bald wurde die preiswertere Plastikversion geboren, die sich rasend schnell zu einem Topseller im Spielwarenbereich und kurz darauf zum heiss begehrten Werbegeschenk entwickelte. Jetzt ist der lizenzierte Tangle endlich auch bei uns erhältlich.

Zielgruppen: Wer freut sich über einen Tangle?

Menschen, die häufig sitzen. Diese Zielgruppe arbeitet mehr geistig als körperlich und hat meist ein Defizit an Bewegung. Sie verwendet den Tangle ersatzweise z.B. für das Herumspielen mit dem Kugelschreiber, das Drücken eines Stressballs oder das Zittern mit den unruhigen Beinen.

Trendsetter. Sie sind innovativ, kreativ und unkonventionell und immer auf der Suche nach Neuem. Deshalb sind sie den anderen meist einen Schritt voraus! Da kommt der Tangle gerade richtig.

Traditionsbewusste. Sie verkörpern hohe kulturelle, soziale und ästhetische Werte und schätzen daher die edle Variante des Metalltangles: harmonisch, formschön und schnörkellos strahlt er Seriosität und Solidität aus. Elegant thront er auf dem Schreibtisch und ist wunderbar geschmeidig, wenn man ihn in die Hand nimmt.

Techniker und Systemdenker. Sie sind begeistert von der Systematik des Tangles, seiner Präzision und Form, von seiner Flexibilität und dem perfekten Zusammenspiel seiner Einzelteile.

Sammler. Sie lieben es, nicht alles auf einmal zu bekommen. Knappheit heizt den Sammlertrieb an und damit ist klar: das modulare System des Tangles, der sich mit den „gebrandeten“, bunten Einzelelementen zu beliebiger Länge vergrössern lässt, kann mit der passenden Strategie ein Sammelfieber auslösen (wie erlebt in den USA und in Skandinavien).

Nutzen: Was erreichen Sie mit dem Tangle?

Der Tangle lässt sich überall hin mitnehmen und verwenden: im Büro, im Zug, zu Hause, im Sitzungszimmer. Dank seiner Eigenschaften kommt es zwischen Benutzer und Logo ganz spielerisch und unaufdringlich zu regelmässigen „Werbekontakten“, die sich mit Konstanz in das Unterbewusstsein der Benutzer einprägen. Mit den diversen Accessoires und Bedruckungsmöglichkeiten sowie seinen beliebig kombinierbaren Farbelementen, kann der Tangle Ihre Image- und Produktwerbung hervorragend umsetzen.