

## **HAPTICA<sup>®</sup> live '16, Bonn**

### **Gewinn für die haptische Werbung**

Eine neue imposante Location, ein hochwertiger und vielfältiger Ausstellungsmix, interessierte Besucher aus Marketing, Agenturen und Werbeartikelhandel, konstruktive Gespräche, kreative Konzepte, interessante Facts, „geile“ und „spürbar andere“ Vorträge sowie glückliche Sieger beim Promotional Gift Award – auch die vierte Ausgabe der HAPTICA<sup>®</sup> live '16 am 16. März im World Conference Center Bonn (WCCB) erwies sich als Gewinn für die haptische Werbung.

Nach drei Jahren in Köln war die vom Kölner Verlagshaus WA Media organisierte „Erlebniswelt Haptische Werbung“ dieses Jahr erstmalig nach Bonn ins neu gegründete World Conference Center gezogen, um der wachsenden Nachfrage auf Aussteller- und Besucherseite entsprechen zu können. Der neue Standort wurde gut angenommen: Die Location gefiel insbesondere durch das lichtdurchflutete Foyer mit seiner 2.000 qm großen stützenfreien Glasdachfläche. Neben vielen namhaften Unternehmen und Organisationen aus der ehemaligen Bundeshauptstadt kamen auch zahlreiche Interessierte aus Rhein-Main, Rheinland und Ruhrgebiet, teilweise auch aus Berlin, Nord- und Süddeutschland. Insgesamt wurden 1.494 Besucher (Vorjahr: 1.299 Besucher) gezählt, ein Plus von 15% gegenüber 2015. 142 Aussteller (Vorjahr: 110 Aussteller), darunter auch zahlreiche aus dem Retail bekannte Marken, deckten das ganze Spektrum haptischer Werbung ab – von Schreibgerät, Scheibenschwamm und Schneekugel über Pastateller, Powerbank und Popcorn bis hin zu abwaschbaren Taschen aus Papier, individualisierbaren Müslimischungen und Notizbüchern mit farbigen Schnittkanten.

Nicht nur das Angebot der Aussteller überzeugte, auch die weiteren Programmpunkte der HAPTICA<sup>®</sup> live '16 fanden großen Anklang. Als Anziehungspunkt erwies sich einmal mehr das Vortragsprogramm. Philip Siefer wusste mit seinen cool-rotzig vorgetragenen, aber immer geschmackssicheren Ausführungen über die haptische Aufwertung veganer Kondome zu „geilen Produkten“ mehr als 200 Zuhörer zu begeistern. Aber auch die anderen Referenten – Melanie von Seht (Bonn-Information) und Sebastian Pretzsch (D2B), Elke Deckert (Pernod Ricard) sowie Frank Sahler (1.FC Köln) – hatten großen Zuspruch zu ihren Beiträgen über Stadtmarketing, Markeninszenierung am Point of Sale und das Merchandising im Zeichen des Geißbock.

Welches kommunikative Potenzial haptische Werbeträger entfalten können, konnten Besucher in der Best Practice-Sonderschau erfahren. Zu den Highlights der ausgestellten Beispiele gehörten zwei brasilianische Kampagnen: Puppen, die Sonnenbrand bekommen können und von Nivea an brasilianischen Stränden als Edutainment-Produkt an Kinder verteilt wurden, sowie die Barbecue-Bibel von Tramontina, bei der jede Seite einen Nutzen fürs Barbecue hat – als Grillanzünder, Messerschärfer, Schneidebrett ...

Während Besucher in der Facts and Coffee-to-go-Lounge interessante Zahlen zur haptischen Werbung sowie frische Kaffeespezialitäten kredenzt bekamen, konnten sie in der Ausstellung zum Promotional Gift Award 2016 die 49 diesjährigen Preisträger in Augenschein nehmen. Mit der Preisverleihung für die Gewinner des Awards sowie einem abendlichen Get-together schloss die Veranstaltung, die bei Ausstellern und Besuchern gleichermaßen gute Noten bekam.

**Die HAPTICA<sup>®</sup> live '17 findet erneut im WCCB statt, und zwar am 22. März 2017.**

### Besucherstimmen:

*„Das Vortragsprogramm gefällt mir sehr gut. Knackige Sessions, in denen inhaltlich auf den Punkt gekommen wird. Die HAPTICA® live bietet vor allem den Mehrwert, dass man sein individuelles Erlebnis hat. Es gibt verschiedene Bausteine, aus denen sich die HAPTICA® live zusammensetzt, und jeder kann sich sein eigenes Messeprogramm generieren.“*

(Tim Schiller, Deutsche Telekom)

*„Meine Erwartungen sind voll erfüllt worden: viel Werbematerial auf kurzem Weg und eine gute Qualität der Aussteller.“*

(Timo Taubitz, VDI Wissensforum)

*„Wir sind im Bereich Operative Kommunikation bei der Bundeswehr tätig und interessieren uns für Produkte, die wir u.a. bei Auslandseinsätzen verwenden können. Hier haben wir viele interessante Sachen gefunden, die wir auch intern nutzen können, um uns als „Medienbataillon“ innerhalb der Streitkräfte zu positionieren.“*

(Vincent Gall, Bundeswehr ZOPkomBW)

*„Die Auswahl der Aussteller, die sich auf der HAPTICA® live präsentieren, ist für meine Bedürfnisse ideal – hier werden alle Produkte präsentiert, die ich brauche, um sämtliche Aktionen für das aktuelle Jahr zu planen, und ich starte gut gerüstet in die kommenden Monate.“*

(Elke Hugot, Zeitungsverlag Aachen)

*„Für mich ist die Best Practice Sonderschau besonders interessant, weil die Anwendungsbeispiele zeigen, wie man Werbeartikel kreativ einsetzen kann.“*

(Andreas Hunger, BorTec)

*„Die HAPTICA® live zeigt mit einer großen Vielfalt an Produkt- und Best Practice-Beispielen, dass sich Unternehmen viele Gedanken darüber machen und auch machen sollten, wie sie mit haptischer Werbung ihre Marke buchstäblich greifbar machen – das liefert Inspiration für den eigenen Einsatz haptischer Werbung.“*

(Stephan Johland, Heads by Johland)

*„Die HAPTICA® live ist jedes Jahr wieder ein Erlebnis, da lohnt sich die Anreise von 90 km. Ich kann hier die Werbeartikel, die ich für mein Unternehmen einsetzen möchte, haptisch erleben, was sich auf meine Kaufentscheidung auswirkt.“*

(Michael Kirschner, Barmenia Versicherungen)

### Ausstellerstimmen:

*„Wir waren dreimal begeisterte Besucher und sind bei der vierten HAPTICA® live begeisterte Aussteller. Die Veranstaltung ist tiptopp organisiert, und wir hatten viele konkrete Anfragen.“*

(Susanne Woll, Villeroy & Boch AG)

*„Trotz einer eher versteckten Lage in der Ecke haben viele interessante Besucher und wichtige Entscheider an meinen Stand gefunden – der Tag verlief insgesamt sehr gut.“*

(Michael Schwab, Orgahead Consulting & Trading GmbH)

*„Wir sind zum vierten Mal auf der HAPTICA® live als Aussteller dabei und von der neuen Location sehr angetan. Hervorzuheben ist, dass Besucher hier mit konkreteren Anfragen kommen.“*

(Tanja Damrath, James & Nicholson)

*„Die HAPTICA® live hat uns begeistert – sowohl unser Standort als auch die Organisation und das Catering waren rundherum erstklassig. Wir hatten sehr viele gute Kontakte.“*

(Salvatore Sangiorgio, Andrea Schlesinger, ASS Altenburger/Spielkartenfabrik Altenburg GmbH)

*„Trotz der Nähe zur Vortragsbühne, die uns etwas gestört hat, verlief der Tag absolut super. Wir waren mit vier Leuten am Stand komplett ausgelastet und haben mit äußerst interessanten Besuchern gesprochen.“*

(Dirk ter Horst, PF Concept Deutschland GmbH)

[www.haptica-live.de](http://www.haptica-live.de)

Veranstalter der HAPTICA® live ist der Kölner Fachverlag WA Media, Herausgeber der Magazine *Promotion Products*, *HAPTICA®*, *Werbeartikel Nachrichten* und *eppi magazine* sowie Ausrichter des Promotional Gift Award.

**Bilder finden Sie im Pressebereich unter: [www.haptica-live.de/pressebilder-2016/](http://www.haptica-live.de/pressebilder-2016/)**

**© WA Media**

**Pressekontakt:**

**Brit München**

*WA Media GmbH*

*Waltherstr. 49-51*

*D-51069 Köln*

[www.waorg.com](http://www.waorg.com)

Tel.: +49/221/68911-35

Fax +49/221/68911-10

[muenchen@waorg.com](mailto:muenchen@waorg.com)

[www.haptica-live.de](http://www.haptica-live.de)