

Schlussbericht zur HAPTICA® live '19

Ein gutes Gefühl

Look & Feel lautete das Motto der HAPTICA® live '19 am 20. März 2019. Und jede Menge zu sehen und zu (er-)fühlen gab es auch für die nach offiziellen Angaben 1.840 Besucher (Vorjahr: 1.803 Besucher) der insgesamt siebten „Erlebniswelt Haptische Werbung“. 198 Aussteller (Vorjahr: 193) präsentierten im World Conference Center Bonn (WCCB) Neuheiten, Bestseller und Highlights aus ihren Programmen.

Markenartikler, renommierte Spezialisten, Global Player mit Vollsortimenten, Nischenanbieter und trendige Start-ups zeigten auf der HAPTICA® live '19 nicht nur, was bei Produktklassikern wie Textilien, Schreibgeräten, Drinkware, Elektronik, Plüsch oder Süßigkeiten en vogue ist, sondern überraschten auch immer wieder mit ganz neuen Produktideen – ob essbare Kaffeebecher, personalisierbare Sneaker oder faltbare Sitzwürfel, Notizbücher, deren Seiten nach Erwärmung in der Mikrowelle neu beschrieben werden können, oder Schokolade, die hilft, Bäume zu pflanzen. Neben individuell anpassbaren Lösungen fiel auch der Trend zu mehr Nachhaltigkeit auf, dem der Veranstalter WA Media auch mit dem erstmalig aufgelegten „Green Guide“ Tribut zollte.

Als Publikumsmagnet erwies sich einmal mehr das Vortragsprogramm: Beim Vortrag von Michael Geiseler, Fisherman's Friend, waren alle 200 Sitzplätze belegt, aber auch die Ausführungen von Sandra Dräger und Melanie Sarabi-Darian (EDG Entsorgung Dortmund), Ann-Kathrin Krämer (Art-Invest Real Estate) und Judith Dobner (Counterpart) sowie Jens Bräunig (VfB Stuttgart) und Uli Hofmann (Brands Fashion) stießen auf großes Interesse. Krankheitsbedingt musste der Vortrag von Frank Büch (BVG) kurzfristig ausfallen.

Reichlich Inspiration boten zwei weitere Programmpunkte der HAPTICA® live: In der Best Practice Show wurden 17 internationale Cases ausgestellt, die beispielhaft das Kreativpotenzial haptischer Werbung illustrierten: von der Matrjoschka-Figur, die die Phasen eines Transgender-Kindes veranschaulicht, bis hin zum Lolli, der gleichzeitig zur Gewinnung von Stammzellenproben im Kampf gegen Leukämie dient. Erstmals wurden auch die 44 Preisträger des Promotional Gift Award 2019 nicht in Vitrinen, sondern in einer offenen Präsentationsform vorgestellt. So konnten die Besucher die Gewinnerprodukte nicht nur anschauen, sondern auch selbst ausprobieren und haptisch erleben. Traditionsgemäß erhielten die Preisträger auch ihre Trophäen im Rahmen einer kurzweiligen Preisverleihung auf der HAPTICA® live.

Aussteller und Besucher lobten übereinstimmend die Vielzahl interessanter Gespräche, die kommunikative und harmonische Grundstimmung, die konsequent umgesetzte, an den Hausfarben von WA Media ausgerichtete neue CI der Veranstaltung und nicht zuletzt die Wohlfühl-Atmosphäre, zu der auch Annehmlichkeiten wie ein Kaffeebike und die HAPTICA® ice-Lounge, diverse Gewinnspiele der Aussteller oder die Möglichkeit, die Hauptrolle in einem Daumenkino zu übernehmen, gehörten. Allgemein wurde ein erneuter Qualitätszuwachs konstatiert. Es scheint, als sei es gelungen, den Besuchern aus Marketing, Einkauf, Agenturen und dem Werbeartikelhandel ein gutes Gefühl für die Power haptischer Werbung zu geben.

Besucherstimmen

Mike Vogelbruch, EnBW

Da wir häufig sehr komplexe Themen vermitteln müssen, suche ich innovative Werbeträger, die uns in der Kommunikation unterstützen. Die HAPTICA® live nutze ich bereits zum vierten Mal zur Ideenfindung und nehme heute viele Eindrücke – u.a. zum Thema Nachhaltigkeit –

mit. Sonderflächen und Vorträge stehen für mich nicht im Fokus, sind aber eine gute Ergänzung.

Gaby Hessel und Iris Nagel, Bertelsmann Stiftung

Die HAPTICA® live ist die einzige größere Messe, die wir ansteuern – hier finden wir alles kompakt und übersichtlich präsentiert. Wir entdecken jedes Jahr etwas Neues, z.B. im Bereich Smartphone-Zubehör.

Sandra Emons, Bundeszentrum für Ernährung (BZfE)

Ich finde hier alles, was ich suche – von innovativen bis hin zu nachhaltigen Produkten. An den Ständen wird man sehr freundlich empfangen und gut beraten. Haptische Werbeträger sind heutzutage einfach ein Muss und für uns in der Öffentlichkeitsarbeit unersetzlich.

Ausstellerstimmen

Volker Ernst und Niklas Stoll, Bremer Hachez Chocoladen:

Wir sind zum ersten, aber garantiert nicht zum letzten Mal dabei. Weil die Veranstaltung räumlich und zeitlich kompakt ist, kommt jeder Besucher am Stand vorbei – egal, wo man steht. Auch die Qualität der Besucher stimmt.

Thomas Gradwohl, travelite

Es war mal wieder eine tolle, erfolgreiche Messe. Die Besucherqualität war wieder top – von der Deutschen Post über Schwäbisch Hall bis hin zur Telekom waren große Namen vertreten.

Frank Wenning, Bic graphic

Ein sehr voller Stand und viele interessante Gespräche – uns hat die Messe sehr gut gefallen. Spannend ist nicht zuletzt das Spektrum der Aussteller – wir haben einige neue Unternehmen kennengelernt.

Bilder und das aktuelle Logo finden Sie unter: http://www.haptica-live.de/#_presse

© WA Media GmbH 2019

Pressekontakt:

Brit München
WA Media GmbH

Waltherstr. 49-51
D-51069 Köln

www.waorg.com

Tel.:+49/221/68911-35

Fax +49/221/68911-10

muenchen@waorg.com

www.haptica-live.de