

**„promotion in motion“
Das Marketing-Forum der HANNOVER MESSE und
PROMOTION WORLD 2010**



Marketing-Club Hannover e.V.

**PROMOTION
PRODUCTS**

Anmeldeschluss: 24. März 2010

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir freuen uns, zur kommenden PROMOTION WORLD in der Halle 18 das Forum „promotion in motion“ etablieren zu können. Wir möchten damit der großen Nachfrage nach Marketing-Know-How nachkommen.

Die Aussteller der PROMOTION WORLD haben ebenfalls die Möglichkeit, sich mit einem kostenfreien Fachvortrag (keine Unternehmenspräsentation) am Forum zu beteiligen. Eine zweite Chance der Darstellung neben der reinen Standpräsentation.

Wir bitten um Verständnis, dass nur eine begrenzte Anzahl an Slots zur Verfügung steht (first come – first serve). Ferner bitten wir sicherzustellen, dass der Vortrag in die unten genannte Themenstruktur passt, um den inhaltlichen Anspruch zu gewährleisten.

Das Umfeld: Die HANNOVER MESSE

Das weltweit bedeutendste Technologieereignis wird vom 19. bis 23. April 2010 in Hannover ausgerichtet. Die HANNOVER MESSE 2010 vereint neun Leitmessen an einem Ort: Industrial Automation, Energy, Power Plant Technology, MobiliTec, Digital Factory, Industrial Supply, CoilTechnica, MicroNanoTec sowie Research & Technology. Die zentralen Themen der HANNOVER MESSE 2010 sind Industrieautomation, Energietechnologien, industrielle Zulieferung und Dienstleistungen sowie Zukunftstechnologien. Italien ist das Partnerland der HANNOVER MESSE 2010.

Seit April 2006 findet die PROMOTION WORLD als Fachmesse für Werbeartikel zeitgleich auf dem hannoverschen Messegelände statt und schafft somit einen Mehrwert für die angereisten Besucher und Aussteller aus der Industrie. In Zeiten knapper Ressourcen und im Hinblick auf die effiziente Ausschöpfung eines Messetages, kann den über 30.000 Besuchern aus Marketing und Vertrieb (HANNOVER MESSE 2009) mit dem Forum „promotion in motion“ eine attraktive Plattform zum Wissenstransfer geboten werden.

Kurzbeschreibung des Forums „promotion in *motion*“

Das Forum der PROMOTION WORLD direkt im Ausstellungsbereich der Halle 18 ist die Drehscheibe für Knowhow und Informationen im Bereich der Werbemittel und Incentives, beschäftigt sich darüber hinaus aber auch mit weiterreichenden Marketingthemen:

- **Multisensorisches Marketing**

Fünf Sinne hat der Mensch – vier wurden im Marketing bislang weitgehend ignoriert.

- **Der Werbeartikel** als nicht nur haptischer Werbeträger gewinnt als Kommunikationsinstrument weiter an Bedeutung. In welchen Unternehmen spielen Werbeartikel eine wichtige Rolle und wie sind diese in ganzheitliche Kampagnen integriert?
- **Multisensorisches Marketing** beruht auf der Annahme, dass Konsumenten, die über mehr als zwei verschiedene Sinnesreize angesprochen werden, eine höhere Erinnerungsleistung aufweisen. Umfassende Produktentwicklungen setzen eine Ansprache von mehr als zwei Sinnen voraus. Nur mit der Ansprache eines mindestens dritten Sinnes kann die Botschaft stärker in der Erinnerung verankert werden. Doch wie gestaltet sich ein Multi-Channel-Marketing, mit dessen Hilfe Markenwerte effizient inszeniert werden können?
- **Messen und Events** sind eine Möglichkeit, Marken und Produkte erlebbar zu machen – für große Industrieunternehmen genauso wie für Mittelständler. Wie können Produkte und Marken effektiv inszeniert werden?
- Erste Flagstores aus den Bereichen Luxus und Lifestyle haben schon ihren eigenen Corporate **Smell** und Corporate **Sound**. Wie sieht ein Best Practice im **Sinnesmarketing** aus?
- Alle Sinneswahrnehmungen werden im Gehirn verarbeitet. Beim **Neuromarketing** wird Konsumenten mittels bildgebenden Hirnscannern dabei zugesehen. Kann mit Hilfe des Neuromarketings ein „Gläserner Kunde“ geschaffen werden?

- **Society Aspects of Marketing**

Marketingverantwortliche müssen sich heute in praktisch allen Branchen, vom Industrieunternehmer bis zum Werbemittelhersteller, zwangsläufig mit den verschiedensten Aspekten und der Veränderung unserer Gesellschaft auseinandersetzen.

- Dieser Themenblock setzt sich z.B. mit den **kulturellen Unterschieden** verschiedener Regionen unserer Welt, Möglichkeiten zur **Nachhaltigkeit** im Werbemittelmarkt und den verschiedenen Problematiken von Produktionsländern auseinander.
- Einen weiteren Schwerpunkt in diesem Block soll das **Regionalmarketing** bilden. Was ist das Siegel „Made in Germany“ heute noch wert? Welchen Vorteil haben Regionen als Marke? Welche Chancen haben regionale Marken?
- Zu guter Letzt sollen aber auch politische Aspekte wie die **35 Euro Verordnung** mit ihren Vor- und Nachteilen erläutert und diskutiert werden.

Effektivität von Marketing

Für gutes Marketing ist es unerlässlich, sich Gedanken über die Effektivität der forcierten Strategie zu machen.

- Eine wichtige Überlegung ist es, welche Zielgruppe man ansprechen möchte und wie man dabei am besten vorgeht. Dabei sollen die Unterschiede zwischen den Bereichen B2B und B2C aufgezeigt werden und Beispiele dargelegt werden, wie ein guter **Umgang mit dem Kunden** aussehen sollte.
 - **Personalisierte Werbung** kann Teil einer effektiven Kommunikation zu Händlern und Kunden sein. Was ist dabei zu beachten und welche Neuentwicklungen gibt es?
 - Ein großes Problem ist die häufige Uneinigkeit der beiden Abteilungen **Marketing und Vertrieb** innerhalb eines Unternehmens. Wie kann eine bessere Zusammenarbeit aussehen und welche Voraussetzungen müssen dafür getroffen werden?
 - Besonders in **Krisenzeiten** muss Marketing effektiv sein. Mechanismen zur Messung von Werbewirkung sind von großer Bedeutung. Wie gehen Industrieunternehmen in dieser Zeit mit interner und externer Kommunikation um? Was muss auf jeden Fall beachtet werden und welche Chancen gibt es?
- **Innovationen im Marketing** sind u. a. neue Werbeformen und Trends wie Ambient Media, Affiliate Marketing, QR-Codes, Print 2.0 und die 3D-Werbung, wobei Marketingformen wie z.B. das virale Marketing genutzt werden, um zu einem Best Practice innovativer Werbemittel zu gelangen.
 - Bei diesen Innovationen spielt **eMarketing** eine große Rolle. Nicht nur Social Networks wie z.B. Twitter, Facebook oder Xing und die „App-Mania“, sowie die Nutzung von digitalen Werbeartikeln, sind bei der Vermarktung immer wichtiger, sondern auch andere Wege wie z. B. Location Based Services und Augmented Reality (AR). Wie sehen die aktuellen Entwicklungen und Anwendungen aus?

Der Besucher sollte aktuelle Informationen zu Praxiserfahrungen, zu neuesten Trends und Produktinnovationen erhalten.

Das Forum wird gemeinschaftlich durch Deutsche Messe und MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. organisiert und vom Marketing-Club Hannover sowie dem Medienpartner Promotion Products unterstützt.

Nutzen Sie diese Chance - machen Sie mit!

Jedem Referent steht ein Timeslot von 30 Minuten zur Verfügung. Davon sollten ca. 20 Minuten auf den Vortrag entfallen und 10 Minuten für Auf- und Abbau sowie evtl. Fragen eingeplant werden.

Gern senden Sie bei Interesse das umseitige Kontaktformular bis zum **24. März 2010** an:

MTP - Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V.
Geschäftsstelle Hannover

Oliver Kühne
Königsworther Platz 1
30167 Hannover
0511/16589594 oder 0163/5813155
mailto:promotion_in_motion@mtp.org

Mit freundlichen Grüßen

**„promotion in *motion*“
Das Marketing-Forum der
HANNOVER MESSE und
PROMOTION WORLD 2010**

HANNOVER • 19.–23. APRIL 2010

**PROMOTION
WORLD**

INTERNATIONALE FACHMESSE FÜR
WERBEARTIKEL UND INCENTIVES

Bitte reichen Sie bis zum 24. März 2010 folgende Informationen ein und senden Sie ein Photo für die Veröffentlichung an promotion_in_motion@mtp.org :

Kontaktdaten Referent	Titel	
	Name	
	Vorname	
	Firma/Institution	
	Straße	
	Ort	
	Land	
	Telefon	
	Fax	
	E-Mail	
Vortragstitel D		
Kurzbeschreibung des Vortrags (max. 300 Zeichen –). Die Kurzbeschreibung wird im Rahmen der Besucherwerbung ggf. mit veröffentlicht.		
Vortragstitel GB		
Kurzbeschreibung des Vortrags (max. 300 Zeichen –). Die Kurzbeschreibung wird im Rahmen der Besucherwerbung ggf. mit veröffentlicht.		
Referent 2 (Reserve) Titel, Vorname, Name, Institution/Firma		
Vortragssprache (Hinweis: Es findet keine Simultanübersetzung statt)	Deutsch	Englisch
Anmerkungen		
Mögliche Termine	<input type="checkbox"/> 19.04. <input type="checkbox"/> 20.04. <input type="checkbox"/> 21.04. <input type="checkbox"/> 22.04. <input type="checkbox"/> 23.04.	

Sie haben noch Fragen? Gern können Sie uns auch telefonisch erreichen:

Deutsche Messe AG: 0511/89-31137 (Angela Gehrke und Kathrin Schmidt)
MTP Hannover: 0163/5813155 (Oliver Kühne)