

## **promotion in *motion* –**

Das Marketing-Forum der HANNOVER MESSE und PROMOTION WORLD

Halle 18, Stand B50

In Zeiten knapper Ressourcen und im Hinblick auf die effiziente Ausschöpfung eines Messetages, wird den über 30.000 Besuchern aus Marketing und Vertrieb (HANNOVER MESSE 2009) mit dem Forum „promotion in motion“ eine attraktive Plattform zum Wissenstransfer geboten. 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
- Society Aspects of Marketing
- Effektivität von Marketing
- Innovationen im Marketing

### **Montag, 19.04.2010**

**12.30 – 13.00**

#### **Professionell akquirieren - aber wie?**

Dr. Daniel Langhans, Profiakquise Dr. Langhans GmbH

Wie kann man echtes Interesse wecken - in 10 Sekunden!  
Wie kann man Einwände des Kunden nutzen, um das Interesse zu verstärken?  
Wie reagiert man professionell auf die "Ich-meld-mich"-Typen?  
Wie funktioniert Profi-Akquise - speziell bei beratungsbedürftigen Lösungen?

**14.30 – 15.30**

#### **Mobile Payment und Mobile Shopping mit Gutschein-/Bonusintegration**

Kay Jeschke, SAP Deutschland AG & Co.KG

Neue Kundenpotentiale durch Mobile Payment und Mobile Shopping mit Gutschein-/Bonusintegration.  
Smartphones mit Kamerafunktion revolutionieren den Bezahlprozess im Geschäft sowie Online und ermöglichen ganz neu mobiles Bestellen und Bezahlen aus Printmedien, TV und Radio. Elektronische Gutscheine und Kundenboni bieten innovatives Marketing und Kundenbindung.

**16.00 – 17.00**

#### **Die Macht des Riechens**

Peter Hampel, Olfactory

Kann Duft im Handel den Absatz steigern, die Unternehmenskommunikation sinnvoll ergänzen und die Wahrnehmung der Konsumenten verändern? Anhand von Praxisbeispielen werden Anwendungsmöglichkeiten aus verschiedensten Bereichen und Ergebnisse vorgestellt.

### **Dienstag, 20.04.2010**

**10.30 – 11.30**

#### **Haptisches Verkaufen - 5 Sinne verkaufen mehr**

Karl Werner Schmitz, KWS Haptische Verkaufshilfen e.K.

Die Informationsflut der letzten 30 Jahre hat den Menschen mehr uns schneller verändert als jede Entwicklung der menschlichen Geschichte.  
Hören und Sehen sind völlig überflutet. Wer seinen Kunden überzeugen will ergänzt mit Tastsinn.  
Auch riechen und schmecken führen zum leichteren Verkauf. 5-Sinne verkaufen mehr.

**11.30 – 12.00**

**Multisense-Marketing als Chance für die Markenführung?**

Prof. Dr. Wiedmann, Leibniz Universität Hannover

**14.00 – 14.30**

**Erfolgreiches Marketing mit Online Games**

Constantin Weimar, WM Team GmbH

Online-Games und seriöses Marketing – wie passt das zusammen? Nachweislich sehr gut!  
Dieser Vortrag zeigt anhand aktueller Studien, welche Relevanz Online-Gaming heute besitzt. Darüber hinaus wird mit einigen Praxisbeispielen dargestellt, welche konkreten Marketingziele mit Online-Games erreicht werden können.

**14.30 – 15.00**

**Kunden binden - Mitarbeiter belohnen.**

**Neuer Trend Erlebniszugscheine.**

Oliver Krehl, Smart&co Deutschland GmbH

Universell einsetzbar und nachhaltig in der Wirkung: Erlebniszugscheine liegen im Trend. Immer mehr Unternehmen nutzen sie zur Mitarbeiterincentivierung, Kundenbindung oder für Händler-Promotions. Beispiele aus der Praxis zeigen die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten für Marketing- und Personalentscheider.

**15.30 – 17.00**

**Verleihung Promotional Gift Award**

Promotional Gift Award 2010  
Orientierungshilfe im Werbeartikel-Angebot  
Brit München, WA Verlag

Die Kreativität der Werbeartikelbranche hat auch in schlechten Zeiten nicht gelitten – das ist das Fazit, das sich zum Promotional Gift Award 2010 ziehen lässt. Der in seiner Ausrichtung einzigartige und internationale Kommunikationspreis für Werbeartikel wird alljährlich vom Kölner WA Verlag ausgelobt und zeichnet unter dem Motto „Create the difference“ Produkte aus, die sich aus der Masse hervorheben. Er hat sich in den acht Jahren seines Bestehens als Qualitätsnachweis etabliert und genießt innerhalb der Marketingbranche einen hohen Bekanntheitsgrad. Werbeartikel werden letztlich an ihrem Einsatzzweck gemessen, doch gibt es Produkte, die diesen Zweck besser erfüllen als andere. Sie müssen zum werbenden Unternehmen und dem Einsatzzweck passen, der Zielgruppe gefallen oder ihr einen Nutzen versprechen, sie sollten Aufmerksamkeit schaffen, kommunikative Inhalte transportieren können und gut zu individualisieren sein, und sie müssen in puncto Qualität bzw. umwelt- und sozialverträglicher Produktion überzeugen. Hier dient der Promotional Gift Award als Orientierungshilfe. Aus 289 Einreichungen von 184 Unternehmen zeichneten die Juroren insgesamt 39 Produkte mit dem begehrten Award aus – in den vier Kategorien Kommunikatives Produkt, Streuartikel, Premium Produkt sowie Sonderanfertigung. Daneben wurden Sonderpreise in den Kategorien Veredelungstechnik, Innovation, Verkaufsförderung und Promotion-Produkt vergeben.

Die Verleihung des Promotional Gift Award 2010 findet am Dienstag, den 20. April 2010, um 15.30 im Forum der PROMOTION WORLD statt.  
Während der gesamten PROMOTION WORLD werden die Gewinnerprodukte am Eingang zur Halle 18 sowie am Messestand des WA Verlags (B36) präsentiert.

**Mittwoch, 21.04.2010**

**10.30 – 11.30**

**Sound Branding - Wie klingen Marken?**

Alexander Wodrich, Marken- und Klangberatung

Marken und Klang werden in der Marketingkommunikation schon seit jeher zusammengeführt. Radio- und TV-Spots, Events und Telefonschleifen sind akustische Medien mit denen Marken kommunizieren. Selten wird Klang als strategisches Instrument begriffen um Marken zu positionieren und wiedererkennbar zu machen.

**11.30 – 12.30**

**Die Haptik - schlafende Schönheit der Marketingkommunikation**

Olaf Hartmann, Touchmore

Psychologie, Einsatzbereiche und Wirkfelder haptischer Werbemedien im Rahmen multisensorischer Markenführung Dialogmarketing und Verkauf.

**12.30 – 13.00****Professionell akquirieren - aber wie?**

Dr. Daniel Langhans, Profiakquise Dr. Langhans GmbH

Wie kann man echtes Interesse wecken - in 10 Sekunden!

Wie kann man Einwände des Kunden nutzen, um das Interesse zu verstärken?

Wie reagiert man professionell auf die "Ich-meld-mich"-Typen?

Wie funktioniert Profi-Akquise - speziell bei beratungsbedürftigen Lösungen?

**14.00 – 14.30****Der Promotional Gift Award: Wichtige Orientierungshilfe in einer Flut von Werbeartikeln**

Brit München, WA Verlag

Der Promotional Gift Award: Wichtige Orientierungshilfe in einer schier unüberschaubaren Flut von Werbeartikeln.

**14.30 – 15.00****Verborgene Chancen eines kundengesteuerten Unternehmens**

Jens Kramer, chocoBRAIN GmbH & Co. KG

Web 2.0 Plattformen verschaffen Personen zunehmend Gehör im Internet.

Kaufentscheidungen werden vermehrt aufgrund von Erfahrungen und Empfehlungen anderer Käufer gefällt.

Wie sich eine Symbiose zwischen Interessenten und Anbieter erreichen lässt, zeigt das Modell eines „kundengesteuerten“ Unternehmens.

**15.00 – 15.30****Werbeartikel & Internet Überblick und Best-Practice-Beispiele der Werbebranche**

Ralf Bales, WA Verlag GmbH

Werbeartikel & Internet: Online-Shops & eMarketing, Produktdatenbanken, Web 2.0 und Communities. Überblick und Best-Practice-Beispiele der Werbeartikelbranche.

**15.30 – 15.00****Einführung einer neuen Marke – KIT**

Dr. Thomas Windmann

Karlsruhe Institute of Technology

**Donnerstag, 22.04.2010****11.00 – 11.30****Vorstellung des Fachbuches 'Haptische Werbung. Praxishandbuch für Werbeartikel'**

Till Barth, WA Verlag

Der Leitfaden, erschienen im WA Verlag, ist ein Nachschlagewerk für den Arbeitsalltag für alle, die sich mit gegenständlichen Werbeträgern befassen. Mehr als 400 Seiten Know-how zu Werbeartikeleinsatz, Produkten, Veredelungstechniken, Steuerrecht, Markt und Branchenhistorie – ergänzt durch Fallbeispiele aus der Praxis.

**11.30 – 12.00****Nachhaltige Textilproduktion**

Bruno Barth, Switcher SA

Switcher - Nachhaltige Textilproduktion

Seit Ende der 80er Jahre produziert das Schweizer Textilunternehmen unter sozialen- und nachhaltigen

Kriterien. Switcher-Produkte sind vollständig rückverfolgbar und werden mit Respekt für Mensch und Umwelt produziert, ohne unserem Planeten unnötig Schaden zuzuführen.

**12.00 – 12.30****Regionalmarketing in Theorie und Praxis**

Dipl.-Ök. André von Zobeltitz, MTP e.V.

Lassen sich klassische Marketinginstrumente auch auf Regionen übertragen?

Welche Vor- und Nachteile bietet Regionalmarketing?  
Wie intensiv und erfolgreich wird Regionalmarketing als Instrument  
in der Praxis genutzt?

#### **14.30 – 15.00**

##### **Mobile Marketing - Strategien, Trends und Marktentwicklungen**

Florian Brandt, Mobile Marketing Welt

Zunehmende Verbreitung von Smartphones und sinkende Preise für mobile Datenflatrates:  
Immer mehr Unternehmen reagieren auf diesen Trend und setzen auf Mobile Marketing.  
Erfahren Sie welche Möglichkeiten diese Werbeform bietet, was die aktuellen Trends sind und wo die Reise  
hinführt?

#### **15.00 – 15.30**

##### **Best Practices - Audio, TV & Duft am Point of Sale**

Dipl. Kfm. Benjamin Wetter, Mood Media GmbH

Welche Umsetzungsmöglichkeiten am POS gibt es? Wie wirken die einzelnen Elemente und welche Ziele werden  
verfolgt? Wie steigert man die Verweildauer? Wie setzt man Kaufimpulse? Wie schafft man eine positive  
Atmosphäre für mehr Umsatz? Wie können Elemente ladentechnisch verbaut und umgesetzt werden? Welchen  
Nutzen stiften Kiosklösungen und wie werden Kundenbedürfnisse bedient. Handelt es sich hierbei um mögliche  
Maßnahmen zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen für Handels- und Industriemarken? Diese Themen werden  
anhand von Praxisbeispielen dargestellt und erläutert.

#### **15.30 – 16.30**

##### **Podiumsdiskussion zum Thema 'Erfolgreich in der Krise durch Innovation'**

Herr Holger Raithel, Geschäftsführender Gesellschafter der KAHLA/Thüringen Porzellan GmbH;

Herr Ralf Wiegmann, Geschäftsführer iF

Herr Prof. Dr. Gerd Wassenberg, Fachhochschule Gelsenkirchen

Moderation: Oliver Kühne

### **Freitag, 23.04.2010**

#### **10.30 – 11.00**

##### **Das Spiel als multisensorisches Marketing-Tool**

Till Meyer, Spieltrieb Gbr

Nirgendwo sonst ist das Spiel so etabliert, wie in Deutschland. Trotzdem wird das Spiel relativ selten für das  
Marketing benutzt – und wenn, dann oft in unattraktiver Weise. Das Spiel ist Multisensorik, Austausch und  
ganzheitliches Lernen at its best.

Wo liegen die herausragenden Potentiale des Spiels und wie lassen sie sich optimal nutzen?

Statements: Schwerpunkt des Vortrags sind nicht primär PC-Spiele

#### **11.00 – 11.30**

##### **Neuromarketing und das Mysterium des gläsernen Konsumenten.**

Dipl. Soz.-Wiss. Oliver Kühne, MTP - Marketing zwischen Theorie und Praxis - e.V.

Neuere Publikationen versprechen eine Vorhersage des Konsumentenverhaltens. Inhalt dieses Vortrags wird ein  
Blick hinter den scheinbar gläsernen Konsumenten und ein Ausblick auf die praktischen Anwendungen der  
Kenntnisse des Neuromarketings.

#### **12.30 – 13.00**

##### **Professionell akquirieren - aber wie?**

Dr. Daniel Langhans, Profiakquise Dr. Langhans GmbH

Wie kann man echtes Interesse wecken - in 10 Sekunden!

Wie kann man Einwände des Kunden nutzen, um das Interesse zu verstärken?

Wie reagiert man professionell auf die "Ich-meld-mich"-Typen?

Wie funktioniert Profi-Akquise - speziell bei beratungsbedürftigen Lösungen?