

## **HAPTICA<sup>®</sup> live '14**

### **Fass. Mich. An.**

Er ist das vielleicht meistunterschätzte Tool im gesamten Marketing-Universum: der Werbeartikel. Dabei steht gegenständliche Werbung bei den Werbespendings in Deutschland mit 3,47 Mrd. Euro Jahresumsatz hinter Tageszeitungs- und Fernsehwerbung an dritter Stelle. Auch die Reichweiten- und Erinnerungswerte sind top: Werbeartikel erreichen laut einer Studie der DIMA 88% der Deutschen – mehr als jede andere Werbeform – und werden von 86% der Empfänger tatsächlich genutzt. Mehr als die Hälfte erinnert sich an das werbende Unternehmen, von dem der Artikel stammt.

Zeit also, den Werbeartikel ins Rampenlicht zu rücken.

Seit 2013 gibt es in Köln eine Plattform, auf der sich Unternehmer und Marketingverantwortliche über die Vielfalt der Produkte und Einsatzmöglichkeiten dieser Marketingdisziplin informieren können: die HAPTICA<sup>®</sup> live. Mehr als 600 Fachbesucher haben bei der Premiere der „Erlebniswelt Haptische Werbung“ erfahren, was den Charme und die Power der Werbebotschaften zum Anfassen ausmacht.

Das Konzept wird 2014 weiter ausgebaut: Bei der zweiten Ausgabe der HAPTICA<sup>®</sup> live am 26. März 2014 im Kölner Palladium werden etwa 70 Aussteller ihre Produkt-Highlights präsentieren. Klassiker wie Schreibgeräte, Taschen oder Notizbücher gehören ebenso dazu wie Markenartikel von Picard, Samsonite, Victorinox, Zippo u.a. oder Spezialitäten wie Kuchen im Glas, Bratpfannen in Vereinsfarben und Seifenblasen in Logo-Form. Daneben steht auch diesmal die Anwenderpraxis im Fokus: In einer Best-Practice-Schau werden gelungene Kampagnen gezeigt, die auf gegenständliche Werbung setzen. Marketingstrategen und Kreative geben in Fachvorträgen Einblicke, wie sie gebrandete Produkte in ihre Unternehmens- oder Markenkommunikation einbinden. Und die Ausstellung der Gewinnerprodukte des Promotional Gift Award 2014 wartet mit preisgekrönten Werbeartikeln von Giveaways über Sonderanfertigungen bis zu Premiumprodukten auf. Die Gewinner des Kommunikationspreises erhalten außerdem bei der Preisverleihung während der HAPTICA<sup>®</sup> live ihre Trophäen.

Die Veranstaltung des Kölner WA Verlags richtet sich an alle, die beruflich mit Marketing und haptischer Werbung zu tun haben: Werbeartikeleinkäufer und -berater, Marketingentscheider, Mitarbeiter von Werbeagenturen, Dienstleister der Werbebranche, aber auch Geschäftsführer von Unternehmen, die das Potenzial dieser Werbeform nutzen möchten.

Die HAPTICA<sup>®</sup> live '14 öffnet am 26. März 2014 von 10 bis 19 Uhr ihre Tore im Palladium in Köln. Bis 21 Uhr besteht im Anschluss bei Drinks und Fingerfood die Gelegenheit zum Networking.

Zur Teilnahme an der Veranstaltung ist eine Registrierung erforderlich unter:

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

Veranstalter der HAPTICA® live ist der Kölner WA Verlag, Herausgeber der Fachmagazine „Werbeartikel Nachrichten“, „Promotion Products“, „HAPTICA®“ und „eppi magazine“ und Ausrichter des Promotional Gift Award.

**Bilder: © WA Verlag GmbH**

**Bildunterschriften:**

Bilder „Best Practice“: In einer Sonderschau werden Kampagnen gezeigt, in denen Werbeartikel eine wichtige Rolle spielen

Bilder „Aussteller“:

Ideen zum Anfassen: Auf der HAPTICA® live zeigen zahlreiche Anbieter Produkte für haptische Kampagnen.

Bilder „HAPTICALive“:

Die HAPTICA® live hatte 2013 im Kölner E-Werk Premiere.

Bilder „Vortrag“:

In Vorträgen berichten Marketingexperten, wie sie gebrandete Produkte in ihre Unternehmens- oder Markenkommunikation einbinden.

Bilder „PGA“:

Der Promotional Gift Award zeichnet kreative Produkte und Kampagnen aus.

**Pressekontakt:**

**Brit München**

*WA Verlag GmbH*

*Waltherstr. 49-51*

*D-51069 Köln*

<http://www.waorg.com>

Tel.: +49/221/68911-35

Fax: +49/221/68911-10

E-Mail: [muenchen@waorg.com](mailto:muenchen@waorg.com)

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