

17. MÄRZ 2027 BONN, WCCB

live

HAPTICA

Merch & Marketing

INHALT

INFORMATIONEN ZUR VERANSTALTUNG
PREISE & LEISTUNGSPAKET
PROGRAMM
LOCATION
KONTAKT


HAPTICA
// WERBUNG IN
ECHT
HAPTICA

WAS, WANN, WO?

// Aussteller aus allen Produktbereichen

// 17. März 2027

// World Conference Center Bonn

// Best Practice Show

// Vortragsprogramm

// Newcomer Area


MERCH
GEWINNT!
HAPTICA
WIR STEHEN AUF MERCH!
ECHT langlebig
ECHT nützlich
ECHT anziehend
ECHT persönlich
HAPTICA
Mirko Leisenberg
Bundesverband der Bilanzbuchhalter und Controller
mavesu

VON WEM?

Ausrichter ist WA Media, Herausgeber der Magazine *Werbeartikel Nachrichten*, *HAPTICA Magazin* und *eppi magazine* sowie Betreiber von haptica.online.


YEARS
GETHER
EST. 1851
FRUIT OF THE LOOM

FÜR WEN?

Eine auf dem deutschen Markt einzigartige Besucherkombination: Anwender aus Marketing, Kommunikation, Einkauf und HR sind ebenso direkt eingeladen wie Werbeagenturen und Werbeartikel-händler. Der Eintritt ist frei, der Besuch jedoch Fach-besuchern vorbehalten, die sich vorab registrieren müssen.


HAPTICA
HAPTICA
LURCH

BESUCHER 2026

EINIGE REFERENZEN

DAX-KONZERNE

Deutsche Bank, Deutsche Post, Deutsche Telekom, DHL Group, Merck, Rheinmetall, Siemens, Siemens Healthineers ...

UNTERNEHMEN MIT MILLIARDENUMSATZ

Barlog Plastics, Boehringer Ingelheim, Canon, Claas, Clifford Chance, Fraunhofer, ISS, Jungheinrich, KSB, Remondis, Rhein-Energie, RX, Swagelok, Thyssenkrupp, TÜV Rheinland, Volvo ...

GROSSUNTERNEHMEN UND HIDDEN CHAMPIONS

AIDA Cruises, Allnet, Almdudler, Alpha Calcit, Amigo Spiel & Freizeit, Bamaka, Carl Berberich, D.Entrup-Haselbach, dhpg, Ger-man Aviation Services, Gizeh, Grafschafter Krautfabrik, Inwatec, Itenos, JK International, Kalzip, Klosterfrau, KoelnBonn Airport, KTR Systems, Lemken, LHY Powertrain, Lohmann & Rauscher, Masa Group, NetAachen, W. Neudorff, Niedax Group, Optimal Systems, Polytan, PPS Pipeline Systems, Progas, Schaefer Kalk, Scheidt & Bachmann, Semper idem Underberg, TGE Marine Gas Engineering, Toi Toi & Dixi, Wein Wolf, Zewotherm ...

FINANZDIENSTLEISTER

Ampega, apoBank, AOK, ARAG, BarmeniaGothaer, BFS Health Finance, Commerz Real, Concordia, DEVK, DLL, DVAG, FORIS, HDI, Postbank, Roland Rechtsschutz, SozialBank, Sparkasse, Volksbank, VR-Networld, VVDE ...

BEHÖRDEN UND INSTITUTIONEN

Aktion Deutschland hilft, Aktion Mensch, Bogestra, Bundes-agentur für Arbeit, Bundeswehr, 10+ Bundesämter, Bündnis 90/ Die Grünen, DAAD, Deutsche Stiftung Denkmalschutz, Deutsche Welthungerhilfe, Diakonie, DVGW, DWA, Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, Hochschule Koblenz, 5+ Kliniken, Landschaftsver-band Rheinland, MIT Institut, Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn, RWTH Aachen, Sea Shepherd, 5+ Stadtwerke, Stiftung Deutsche Krebshilfe, 5+ Tourismusverbände, Universi-tät zu Köln, Uniklinik Köln, Verkehrsverbund Rhein-Sieg ...

SPORTVEREINE UND -ORGANISATIONEN

Borussia VFL 1900 Mönchengladbach, FC Gelsenkirchen Schal-ke 04, Deutsche Turnliga, DFL, HSV ...

MEDIENHÄUSER

Bertelsmann, Deutsche Welle, Deutscher Apotheker Verlag, Deutscher Ärzte Verlag, Deutscher Sport Verlag, Funke Medien, Kölner Stadt-Anzeiger, phoenix, VNR Verlag für die deutsche Wirtschaft, WDR, ZDF ...

AGENTUREN UND BERATER

absatzplus, AS Aktuell, Bamberger+Schneider, BDA, Brand Addition, BS Werbeartikel, Burg Services, Call A Gift, concept promotion, Concert Merchandising, cyber-Wear, Döbler, Eggert Group, Eidex, Geiger, GK Handelsplan, Global Brand Concepts, HBW Merchandise, Maxilia, MBA Solutions, Mundt, Pieper, Prominate, Vertriebskick´, Werbe Wienand, Zinc ...


TOI TOI
SHIT

WARUM?

Als Marketingmesse für haptische Werbung weckt die HAPTICA live Begeisterung: für die Power der haptischen Werbung, die Kreativität der Branche und für die einzigartigen Produkte ihrer Aussteller. Vorträge und Best Practice Show geben Unterstützung bei der Imagearbeit. So schaffen wir gemeinsam eine Marketingplattform, um der haptischen Werbung zu dem Stellenwert zu verhelfen, den sie verdient.


POPCORN
KÖSTLICHE KREATIONEN
KARAMELLISIERT &
GEBACKEN
KUHLE
POPKORN

WER STELLT AUS?

Aussteller aus allen Produktbereichen zeigen ihre innovativen Produkte. Die Zahl der Standplätze ist begrenzt und sorgt für Übersichtlichkeit. Frühe Anmeldungen werden bevorzugt berücksichtigt.


mbw

WAS KOSTET ES, AUSZUSTELLEN?

Standgrößen:

6 qm	// 3.500,– Euro
9 qm	// 4.600,– Euro
12 qm	// 5.100,– Euro
15 qm	// 5.600,– Euro
20 qm	// 6.500,– Euro

Sondergrößen und -platzierungen auf Anfrage.
Alle Preise zuzüglich der gesetzlichen MwSt.
Aussteller zahlen einen All Inclusive-Preis:
Für Stromanschluss und -verbrauch, Parken,
Lagerfläche sowie WLAN-Nutzung am Aufbau-
und am Veranstaltungstag werden **keine**
Zusatzkosten fällig.


NEW COMER
iubilo
MEDICAL promotion
MEDICAL promotion
NEW COMER
carlo
carlo

WAS BEINHALTET DAS AUSSTELLERPAKET?

// Es wird die Standfläche (ohne Möbel, Rückwände, Teppich etc.) zur Verfügung gestellt, Aussteller bringen ihre individuellen Stände mit.

// Umfangreiches Marketingpaket im Mediawert von 500 € (siehe nächste Seiten)

// Kostenloses Catering

WELCHE MARKETING-UNTERSTÜTZUNG ERHALTEN DIE AUSSTELLER?

Umfangreiche redaktionelle Berichterstattung und Anzeigenwerbung für die HAPTICA live in den Fachzeitschriften und Newslettern von WA Media:

// WA Nachrichten
// eppi magazine
// HAPTICA Magazin
// WA eLETTER
// eppi newsflash
// HAPTICA Mail

Gesamtreichweite: 76.500 Adressen (deutscher und europäischer Werbeartikelhandel, Werbeagenturen, Werbeartikeleinkauf und Marketing von werbetreibenden Unternehmen)

WEITERE MARKETINGMASSNAHMEN

// Ausführliche Präsentation aller Aussteller mit Fotos und Infotexten auf www.haptica.live, nutzbar u.a. für Besucher zur Messevor- und -nachbereitung

// Anzeigenwerbung für die HAPTICA live in allen relevanten Werbeartikel-Fachzeitschriften (international) und in verschiedenen Marketing-Fachzeitschriften (national)

// Versand von mehreren personalisierten Einladungs-Mailings an 40.000 Empfänger

// Postalische Mailings an ausgewählte Empfänger

// Marketing-Kooperationen mit verschiedenen Netzwerken, u.a. Marketingclubs, Eventplattformen, Business-Regionalgruppe Köln auf LinkedIn, Druckerverbände etc.

// Hohe Social Media-Aktivität auf den verlagseigenen Seiten sowie in weiteren fach- und regionalspezifischen Gruppen

// Verlinkung im Rahmen der online veröffentlichten Ausstellerliste


• Art/Typ
• Image
• Größe
• Involvement
1
Bezugs-
Brand
2
Ziel-
gruppe
ZIEL: Aufmerksamkeit | Kontaktaufnahme | Kundenbindung
Artikel/
Merch
4
Umfeld/
Kontext
3
• Image
• Wertigkeit
• Nutzen
• Raum/Ort
• Zeit
• Situation
© freshmademedia/Prof. Dr. Kleinjohann

WAS WIRD DEN BESUCHER:INNEN GEBOTEN?

// **Vortragsprogramm**
Expert:innen aus renommierten Unternehmen und Organisationen vermitteln Wissenswertes rund um die haptische Werbung.

// **Best Practice Show**
Internationale Kampagnenbeispiele zeigen anschaulich, wie haptische Werbung in der Praxis eingesetzt werden kann.

// **Newcomer Area**
Eigene Fläche für junge Unternehmen und Start-ups

// **Freier Eintritt**
Vorregistrierung erforderlich

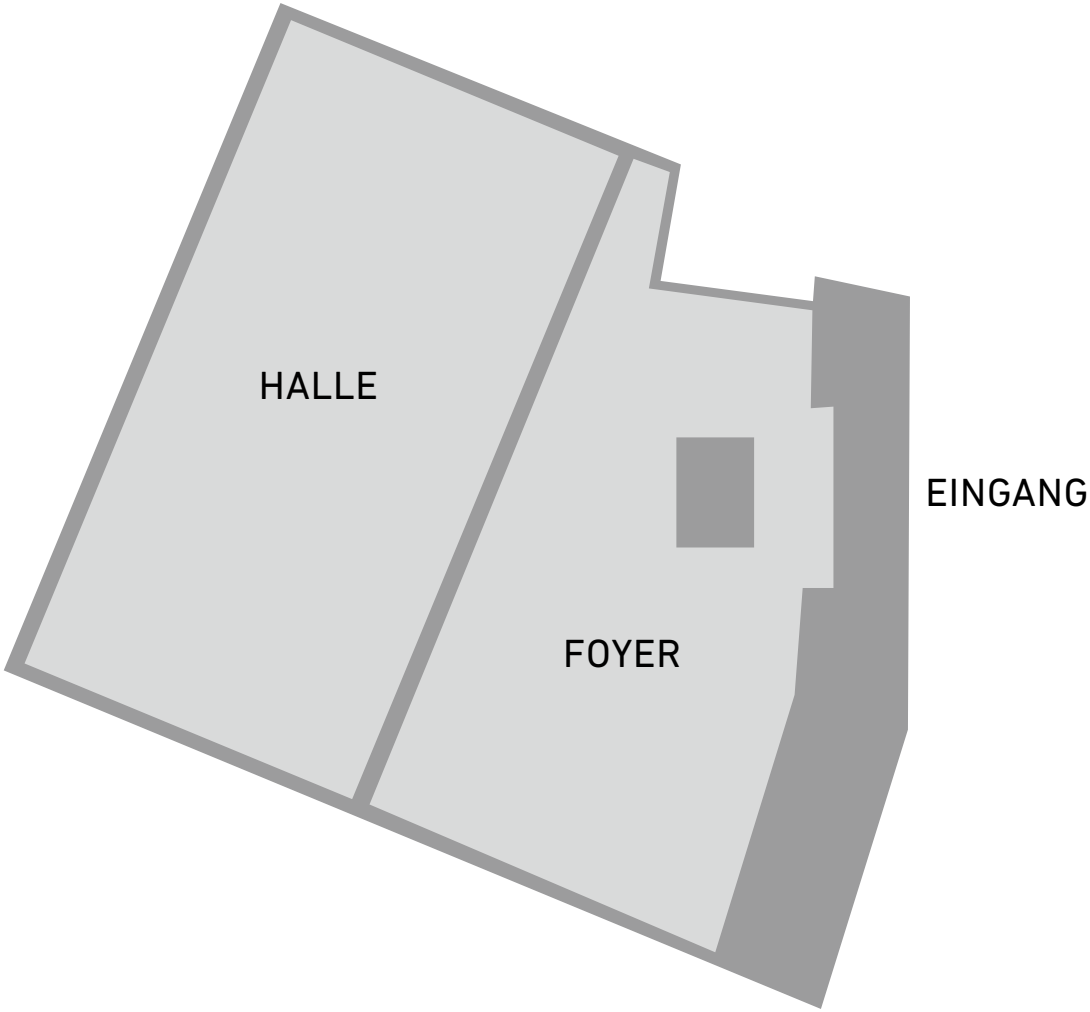

HAPTICA
HERZLICH WILLKOMMEN
HAPTICA
DW

LOCATION

// World Conference Center Bonn

Platz der Vereinten Nationen 2

D-53113 Bonn



KONTAKT

WA Media GmbH
Waltherstr. 49-51
D-51069 Köln
www.haptica.live

Projektleitung:
Till Barth
+49/221/6891125
barth@wa-media.de