

HAPTICA® live und WE.LOVE.PRINT gehen Partnerschaft ein

Die HAPTICA® live – Erlebniswelt Haptische Werbung – und WE.LOVE.PRINT, eine Initiative der deutschen Druckindustrie, haben eine Partnerschaft ins Leben gerufen. Ziel der Zusammenarbeit ist es, die Akteure der Druckindustrie und des Werbeartikelmarktes sowie deren Zielgruppen stärker miteinander zu vernetzen und gleichzeitig neue Kanäle zu erschließen, um über die Vorzüge haptischer Werbung sowie die Unverzichtbarkeit von Printprodukten zu informieren. Im Zuge der Partnerschaft wird sich WE.LOVE.PRINT auf der HAPTICA® live '25 am 19. März 2025 im World Conference Center Bonn (WCCB) präsentieren.

Was haben haptische Werbung und Printprodukte gemeinsam? Beide sind allgegenwärtig, sind multisensorisch, erreichen ein Millionenpublikum, bieten stabile Touchpoints, traumhafte Recall- und Responsewerte sowie eine hohe Glaubwürdigkeit, und beide sind weitaus nachhaltiger als häufig behauptet. Rund 3,3 Mrd. Euro werden laut GWW (Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V.) jährlich mit haptischer Werbung und laut BVDM (Bundesverband Druck & Medien) rund 17,6 Mrd. Euro mit Printprodukten umgesetzt. Gleichzeitig fristen sowohl Printprodukte – die weit mehr umfassen als Zeitschriften, Kataloge & Co. – als auch Merchandising und Werbeartikel im Mindset vieler Entscheider ein Schattendasein und kämpfen z.T. mit Vorurteilen, was ihre Nachhaltigkeit angeht.

Diese Überlegungen stehen im Zentrum der neuen Partnerschaft zwischen der HAPTICA® live – Erlebniswelt Haptische Werbung – und WE.LOVE.PRINT, einer groß angelegten Image- und Aufklärungsinitiative der deutschen Druckindustrie. Zusammen möchten die Akteure zukünftig Synergien zwischen Druck- und Werbeartikelbranche ausschöpfen und die gemeinsamen Kanäle nutzen, um ein größeres Publikum über die Vorzüge von Print und haptischer Werbung aufzuklären.

„Merchandising und Werbeartikel sind Sympathieträger, die Marken greifbar machen, Botschaften an alle Sinne kommunizieren und den klassischen Werbemedien z.T. weit voraus sind, was Performance, (Kosten)effizienz, Reichweite und Recall angeht. Deshalb sind sie im Marketingmix unverzichtbar. Letzteres gilt auch für Printprodukte: Erst kürzlich belegten Fachzeitschriften im Rahmen der LAE 2024 (Leit-Analyse zur Mediennutzung von Entscheidenden in Wirtschaft und Verwaltung) zum wiederholten Male den Spitzenplatz unter den bevorzugten Informationsquellen der Entscheider“, erklärt Michael Scherer, geschäftsführender Gesellschafter von WA Media, Veranstalter der HAPTICA® live und Herausgeber des *HAPTICA® Magazins* sowie weiterer Printtitel rund um haptische

Werbung. „Der Markt der haptischen Werbung und die Druckindustrie haben seit jeher viele Berührungspunkte – allein schon deshalb, weil viele Produkte durch einen Aufdruck zu Werbeträgern gemacht werden.“

„Print hat im Rahmen der Omnichannel-Kommunikation mehr zu bieten als aktuell bekannt ist. Es geht darum, die Kombination der Medienkanäle neu zu denken, um erfolgreiche Kommunikation für Kunden und Auftraggeber zu ermöglichen. In diesem strategischen Kontext muss auch Print gedacht werden – nicht auf Basis der weit verbreiteten Mythen, sondern auf Basis von Fakten und Lösungen“, so Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des Fachverband Medienproduktion e.V. und Mitbegründer von WE.LOVE.PRINT:

Im Rahmen der Partnerschaft wird sich WE.LOVE.PRINT auf der HAPTICA® live '25 am 19. März im World Conference Center Bonn (WCCB) an einem eigenen Stand präsentieren, um den Besucherinnen und Besuchern Rede und Antwort zu stehen. Darüber hinaus werden beide Akteure zukünftig in ihren jeweiligen Kommunikationskanälen und Zielgruppen Aufklärungsarbeit zu haptischer Werbung und Print leisten.

Über die HAPTICA® live:

Am 19. März 2025 findet die 13. Ausgabe der HAPTICA® live im World Conference Center Bonn (WCCB) statt. Auf der „Erlebnisswelt Haptische Werbung“ präsentieren Aussteller aus allen Produktbereichen des Marktes für Werbeatikel und Merchandising Tausende von hochwertigen und nachhaltigen Produkttrends – von Schreibgeräten, Papierprodukten und Drinkware über Taschen, Textilien und Sneaker, bis hin zu Elektronik, Plüsch, Sweets und Snacks. In der Newcomer Area zeigen junge Unternehmen und Start-ups ihre Produktideen. Das Vortragsprogramm bietet spannende Keynotes zum Thema haptische Werbung und ihren Einsatz in der Praxis: Pepsi, Bayer 04 Leverkusen und Justiz.NRW geben Einblicke in ihre Marketing-Strategien, und die auf HR-Marketing spezialisierte Agentur Suggle erklärt, wie haptische Werbung zu erfolgreichem Employer Branding beitragen kann. Die Best Practice-Show hält ein gutes Dutzend aktueller internationaler Kampagnenbeispiele bereit. Eine weitere Ausstellung, die FACThibition, widmet sich dem Thema Slow Fashion. Fachbesucherinnen und -besucher aus den Bereichen Marketing, Kommunikation, HR und Einkauf sind ebenso direkt eingeladen wie diejenigen aus Werbeagenturen, dem Werbeatikelhandel und Druckunternehmen. Veranstalter ist das Kölner Medienunternehmen WA Media GmbH, darüber hinaus Herausgeber der Fachmagazine *HAPTICA® Magazin*, *Werbeatikel Nachrichten* und *eppi magazine*. Der Besuch der HAPTICA® live ist kostenfrei, Anmeldung über die Website genügt.

www.haptica.live

Bilder und Logos zur HAPTICA® live finden Sie hier: www.haptica.live/#presse

© WA Media GmbH 2024

Über WE.LOVE.PRINT

WE.LOVE.PRINT. Drei kleine Worte – eine Initiative, die Brücken schlägt zwischen Tradition und Innovation; die Vielfalt, Stärke und Potenzial unserer Branche sichtbar macht. Für euch, für uns, füreinander. WE.LOVE.PRINT steht für die Renaissance einer Branche, die bereit ist, ihre Geschichte neu zu schreiben und ihre Zukunft selbst zu erfinden.

Wir stärken Print im Rahmen der Omnichannel-Kommunikation, sorgen für gesellschaftliche Aufklärung über Nachhaltigkeit, kümmern uns um Aus- und Weiterbildung in der grafischen Industrie und vereinen Print-Lover miteinander.

<https://www.we-love-print.org>

Bilder zu WE.LOVE.PRINT: <https://www.we-love-print.org/presse/>

Pressekontakt HAPTICA® live:

Till Barth

WA Media GmbH

Waltherstr. 49-51

D-51069 Köln

Tel.:+49/221/68911-25

barth@waorg.com

www.haptica.live

Pressekontakt WE.LOVE.PRINT:

Rüdiger Maaß

Fachverband Medienproduktion e.V.

Waldbornstraße 50

56856 Zell/Mosel

Tel.:+49/6542/5452

r.maass@f-mp.de