

Gewinnspielversicherung ermöglicht Millionen-Promotions

22.11.2012, 12:55 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *The Address Hotels + Resorts*



ThePowerBehindPromotions GmbH & Co.KG

Wie stellt ein Autohaus ein innovatives Fahrzeug wie den Golf 7 publikumswirksam vor? Wie verschafft ein Basketball-Verein seinem Team eine große Kulisse? Wie lässt sich das Besucheraufkommen eines Messestands signifikant steigern? Die einfachste und sicherste Lösung lautet „Gewinnspiele!“ - schließlich geht es immer um den persönlichen Nutzen des Besuchers. Der Besucher hat die Wahl unter zahlreichen Möglichkeiten.... er kann daheim bleiben, zur Konkurrenz oder ins Kino gehen usw. Er wird speziell Ihre Veranstaltung besuchen, wenn er sich davon etwas verspricht: Informationen, Unterhaltung, Spannung, eine Gewinnchance...

Das Fazit der im Zuge von Neuwageneinführungen durchgeführten Promotions kann sich sehen lassen:

Ausgewertet wurden deutschlandweit elf Promotions, davon zehn mit der Gewinnspielabsicherung „Promotion-SCHIRM®“. Hiervon entfielen acht Promotions auf einen Glastresor, den die Besucher mit ihrer selbst gewählten Glückszahl zu öffnen versuchten. Bei Erfolg winkte als Preis ein Neuwagen, für dessen Kosten der Promotion-SCHIRM® aufkam. Der Veranstalter zahlte hierfür nur eine geringe, vorab feststehende Vergütung. Zwei Promotions wurden mit Hilfe von Glücksumschlägen durchgeführt. Das Autohaus qualifizierte über den Tag fünf Teilnehmer durch ein Glücksrad bzw. den bekannten Autofensterwurf. Diese fünf Glücklichen gewannen einen Trostpreis und konnten sodann mit Glücksumschlägen um den großen Preis spielen, wobei das Gewinnrisiko durch den Promotion-SCHIRM® gleich dreifach absichert war, so dass also bis zu drei Autos ausgespielt werden konnten. Die elfte Promotion basierte auf einem Funtresor. Das Autohaus setzte hier einige Dutzend Streupreise aus und arbeitete mit einer nur zweistelligen Gewinnzahl, so dass nahezu alle Gewinne auch ausgegeben werden konnten.

Das Ergebnis:

Am stärksten fiel die Publikumsresonanz dort aus, wo ein großer Gewinn winkte. Die Besucherzahl stieg (bei

vergleichbarem Werbeaufwand) weitgehend mit dem Wert des ausgesetzten Preises.

Die Art der Promotion - Glastresor oder Glücksumschläge – blieb dagegen ohne signifikanten Einfluss.

Die Wandelungsquote war beachtlich, so dass sich schlussfolgern lässt: Das weit überwiegende Gros der Besucher wird zumindest auch von fachlichem Interesse geleitet und kommt nicht nur – wenngleich auch - wegen des Gewinnspiels.

Dieses Ergebnis war ganz im Sinne der Veranstalter, die das Gewinnspiel natürlich als Vehikel für ihre vertrieblichen Ziele geplant hatten.

Als Vergleichsgruppe dienten vier Autohäuser, die nach einer Vorjahrespromotion diesmal allein auf Printwerbung und persönliche Anschreiben gesetzt hatten. Die Publikumsresonanz lag hier deutlich unter jener des Vorjahres.

Als Fazit ist also festzuhalten, dass ein attraktives Gewinnspiel den Aufmerksamkeitswert einer Veranstaltung erheblich zu steigern vermag. Der Aufwand des Veranstalters hält sich dabei in engen Grenzen, weil der Promotion-SCHIRM® das Preisgeld-/Gewinnrisiko trägt. Eine gute Vorbereitung der Veranstaltung – Bewerbung – und Nachbereitung –PR-Bericht mit Namen des/der Gewinner (zumindest der Trostpreisgewinner) trägt dabei wesentlich zum Gesamterfolg bei.

Portrait

ThePowerBehindPromotions mit Sitz in Bleckede im Biosphärenreservat Niedersächsische Elbtalaue konzipiert innovative Promotions mit einer beliebigen Gewinnwahrscheinlichkeit, sichert mit dem markenrechtlich geschützten Promotion-SCHIRM® die Gewinne ab und übernimmt europaweit u.a. das Risiko von Rabatt-, Zugabe- und Geld-zurück-Aktionen. Da die Risikosumme bei großen Promotions durchaus im zwei- oder gar dreistelligen Millionenbereich liegen kann, verschafft sich das Unternehmen in jedem Einzelfall über partnerschaftlich verbundene international operierende Risikoträger und Versicherungen vollständige Rückdeckung.

News-ID: 680988 • Views: 698 (Stand: 02.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/680988/Gewinnspielversicherung-ermoeglicht-Millionen-Promotions.html>