

Sprengel & Partner-Leitfaden

## Gewinnspielabsicherung – neue Potenziale für Marketing und Sales

**Bereits mit geringem Budget aufmerksamkeitsstarke Gewinnspiele und Promotions durchführen, die im Gedächtnis bleiben und Leads generieren? Dies ermöglichen so genannte Risiko-Management-Spezialisten mit Full-Service-Angebot. Sie entwickeln für Unternehmen aller Branchen individuelle Aktionen, übernehmen die Durchführung und sichern die Maßnahme gleichzeitig finanziell ab. Der Versicherer trägt dabei das volle Risiko und schüttet im Gewinnfall den Geld- oder Sachpreis aus. So sind beispielsweise Kampagnen realisierbar, bei denen der Veranstalter für das Gesamtpaket lediglich eine Prämie von 4-6 % der ausgelobten Gewinnsumme trägt – ein Bruchteil der Kosten, die eine derartige Werbemaßnahme in der Regel erfordert. Der Effekt: mit kleinem finanziellem Einsatz hohe Awareness erzielen und den Sales ankurbeln.**

**Der Aktionsspielraum ist breit – der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Hier einige Beispiele:**

### 1. Den Hype um Großereignisse nutzen

Events wie die Fußball-WM 2010 in Südafrika sind Publikumsmagneten. Dies können sich Unternehmen mit beispielsweise folgenden Promotions zu Nutze machen:

- **Die WM-Garantie:** Kunden erhalten während eines bestimmten Zeitraums eine Geld-zurück-Garantie für ein erworbenes Produkt. Wird die Fußballnationalmannschaft Weltmeister, bekommt der Teilnehmer den vollen Kaufpreis zurückerstattet.
- **Der WM-Millionär:** Jeder Kunde erhält eine Teilnahmekarte, auf der er alle Ergebnisse der Fußball-WM 2010 im Vorfeld tippen kann. Stimmen alle Tipps mit den Resultaten überein, gewinnt er 1 Million Euro.

### 2. Sportliche Marketingvolltreffer

Sportveranstaltungen leben vom Zuschauerinteresse und bieten daher eine ideale Plattform für aufmerksamkeitsstarke Marketingaktionen wie:

- **Torwandschießen:** Der Klassiker unter den Sportpromotions, bekannt durch „Das aktuelle Sportstudio“. Trifft der Teilnehmer mit einem Fußball sechs Mal ins Ziel, gewinnt er einen Ferrari.
- **Mit einem Treffer zum Eigenheim:** Erzielt der Teilnehmer beim Basketball von der Mittellinie aus mit einem Wurf einen Korb, ist er der Besitzer eines neuen Hauses.
- **Hochhaus-Golf:** Um eine Reise in die Karibik zu gewinnen, muss der Teilnehmer von einem Hochhausdach mit einem Golfball ein definiertes Ziel auf einem anderen Gebäudedach treffen.

### 3. Verkauf ankurbeln mit Wetter-Promotions

Mit saisonalen Aktionen lässt sich zum Beispiel das Weihnachtsgeschäft vorantreiben:

- **Die Schneewette:** Schneit es an Heiligabend zwischen 12:00 und 13:00 Uhr an einem festgelegten Ort, erhalten alle Kunden, die in einem bestimmten Promotion-Zeitraum im Geschäft XY eingekauft haben, ihr Geld zu 100 Prozent zurückerstattet.

### 4. Lead-Generierung übers Internet

Online-Gewinnspiele erfreuen sich auf Grund der unkomplizierten Teilnahmemöglichkeit großen Zuspruchs. Unternehmen können so die Zugriffszahlen auf ihre Internetseite erhöhen.

- **Virtueller Tresor:** Auf einer Internetseite wird ein virtueller Safe mit einem Zahlenschloss installiert. Jeder Mitspieler erhält durch die Eingabe eines mehrstelligen Glückscodes die Chance, das ausgelobte Preisgeld zu gewinnen.
- **Online-Rubbeln:** Auf einer Webpage wird eine virtuelle Rubbelkarte mit verschiedenen Feldern installiert. Legt der Teilnehmer eine bestimmte Kombination an Gewinnsymbolen frei, erhält er ab sofort eine monatliche Sofort-Rente von 3.000 Euro.

### 5. Mit Radio Breitenwirksamkeit erzielen

Täglich gibt es neue Radio-Gewinnspiele. So lässt sich eine breite Zielgruppe erreichen:

- **Radio-Lotterie:** Jeden Tag nach der Ziehung der staatlichen Lottozahlen führt der Radiosender die „Zweite Chance“ durch. Stimmen die Zahlen eines Zuhörers mit denen der Radio-Lotterie überein, wird der Jackpot ausgeschüttet.
- **Geburtstags-Chance:** Der Sender legt ein bestimmtes Datum fest. Der Anrufer, der an dem besagten Tag geboren ist, hat gewonnen.