

It`s time to be HAPPY.

GEDENK- UND AKTIONSTAGE 2024 (+ PREMIUM-MESSEN)

Mit 22 Tipps für
SHOPPING DAYS



Es gibt immer etwas zu feiern!

HAPPY. Dein Experte für Gewinnspiel-Marketing.

WIR LIEBEN UND LEBEN GUT GEMACHTE GEWINNSPIELE.



Patrick Grünberg
Managing Consultant



Dietmar Grünberg
Senior-Chef

HAPPY Marketing Solutions ist ein unabhängiges und inhabergeführtes Unternehmen mit über 40 Jahren Erfahrung im Gewinnspiel-Marketing. Wir sind damit der beratungsintensive Experte für die Konzeption und Organisation von individuellen Premium-Gewinnspielen.

Mit den HAPPY Marketing Gewinnspiel-Solutions sollen ALLE ohne wirtschaftliches und rechtliches Risiko Gewinnspiele einsetzen können, denen das bisher mangels Budget oder Know-how nicht möglich ist.

Inzwischen betreuen wir als Gewinnspiel-Agentur viele große nationale und internationale Unternehmen aus allen Branchen mit maßgeschneiderten Gewinnspiel-Lösungen. Erstklassige Expertisen aus Dienstleistung, Genossenschaften, Handel, Industrie und der FMCG-Branche bestätigen unsere Kompetenz als der führende Dienstleister für einzigartige Gewinnspiel-Lösungen.

It`s time to be HAPPY!

Marketing beginnt mit einer vorausschauenden Planung! Damit du kein Ereignis verpasst, das im Laufe eines Jahres für dein Unternehmens-Marketing wichtig sein könnte, beginne am besten schon einige Monate im Voraus mit der Planung und Konzeption deiner Marketingaktionen für 2024.

Zentraler Baustein deiner Marketing-Planung wird unser **Aktionskalender** sein - mit vielen Ideen für professionelles Offline- und Online-Marketing. Kein wichtiges Marketing-Ereignis wird durch Alltagsstress bei der Arbeit vergessen. Vergiss nicht, in deinem Aktionskalender neben den Klassikern Weihnachten, Valentinstag und Ostern, deine zentralen branchenbezogenen Events einzutragen:

- Fachmessen und Gewerbeschauen
- Verkaufsoffene Sonntage, Tag der offenen Tür
- Launch einer neuen Produktreihe
- Firmenjubiläum, Neu- und Wiedereröffnungen

Bedenke, dass du deine Marketing-Aktionen rechtzeitig organisierst und bereits mindestens 3 Wochen vorher bewerben musst. Bei größeren Aktionen, wie z. B. eine Kampagne zur Fußball-Europameisterschaft 2024 in Deutschland oder die alljährlichen Aktionen zu Weihnachten, brauchst du noch mehr Vorlauf für die Organisation und Umsetzung aller damit verbundenen Marketing-Maßnahmen.

Plane zu den einzelnen Anlässen auch verschiedene Werbe-Aktionen. Abwechslung ist hier wichtig. Das können Tage der offenen Tür, Anzeigen-Aktionen, Schaufenster-Gestaltungen, Roadshows, E-Mails, Gewinnspiel-Kampagnen oder Vorteils-Rabatte sein. Wiederholen sich Marketing-Aktionen zu oft, verlieren sie an Attraktivität für deine Kunden.

„MAN SOLL DIE FESTE FEIERN, WIE SIE FALLEN!“

(Chris Roberts)

DER INHALT

Jahrestage sind Aktionstage

Traditionell waren Jahrestage nur Gedenktage. Erst in den 40er Jahren begannen einzelne Institutionen damit, eigene Aktionstage ins Leben zu rufen, die damit die Vielfalt der Jahrestage deutlich erhöhten. So ruft die UNO z. B. mittlerweile über 70 "Welttage" aus, die an einzelne geschichtliche Ereignisse erinnern sollen, bzw. zu Aktionen aufrufen oder einfach nur, um auf Leid und Krankheit hinweisen.

Egal was gefeiert wird oder wem ein Gedenken gewidmet ist. Fast jedes Ereignis bietet sich mit ein wenig Kreativität an, als Aufhänger für eine Aktion zu nehmen. Es gibt nämlich nicht nur Ostern, Weihnachten, den Valentinstag und den Black Friday.

Übrigens: HAPPY möchte der Flut an Gedenktagen nicht nachstehen und hat in 2023 erstmals für den 08. September den

„Tag des Gewinnspiels“

ausgerufen. Wir werden uns nun zu jedem Jahrestag etwas einfallen lassen, um Gewinnspiele im Marketing-Mix den Platz einzuräumen, den sie verdienen.

02	Wir sind HAPPY
03	Vorbemerkung
04	Januar 24
05	Februar 24
06	März 24
07	April 24
08	Mai 24
09	Juni 24
10	Juli/August 24
11	September 24
12	Oktober 24
13	November/Dezember 24
14 - 15	11 Ideen für Dialogmarketing
16 - 19	Ideen für Shopping Days
20 - 26	Ausgewählte Werbeideen
27 - 29	Erläuterungen
30 - 33	In eigener Sache

DAS NEUE JAHR STARTET MIT GUTEN VORSÄTZEN.

Ein neues Jahr steckt voller neuer Möglichkeiten und viele Menschen haben ambitionierte Ziele. Unternehmen können die Situation nutzen und ihre Kunden mit passenden Werbebotschaften oder Angeboten motivieren. Anlässe gibt's im Januar genügend.

Traditionell wird über den Jahreswechsel und im Januar gut verkauft. Viele haben Geld zu Weihnachten geschenkt bekommen und man hat sich viel vorgenommen fürs neue Jahr. Das fängt beim Shoppen an. Im Anhang findest Du einen Exkurs zu Shopping Days mit ganz vielen Tipps, die du im ganzen Jahr veranstalten kannst.*)

- 01.01. Neujahr
Weltfriedenstag
Tag der EU-Währungsunion
- 03.01. 55. Geburtstag von Michael Schumacher
- 06.01. - 08.02. Trendset München
- 06.01. Heilige Drei Könige
Afrikatag
60. Geburtstag von Henry Maske
- 08.01. 700. Todestag von Marco Polo
- 09.01. Räum-Deinen-Schreibtisch-auf-Tag
- 09.01. - 12.01. Heimtextil Frankfurt
Internationale Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien
- 09.01. - 11.01. PSI Düsseldorf
Die Europäische Leitmesse der Werbeartikel-Wirtschaft
- 11.01. Tag des deutschen Apfels*)
- 12.01. 75. Geburtstag von Ottmar Hitzfeld
- 12.01. - 14.01. opti 2024 München
Int. Messe für Optik und Design
- 13.01. Lass-Deine-Träume-wahr-werden-Tag
- 13.01. - 21.01. CMT Stuttgart
Die Urlaubsmesse
- 14.01. Schaff-Ordnung-in-Deiner-Wohnung-Tag
- 15.01. Martin Luther King Day
Tag des Deutschen Schlagers
- 16.01. Welt-Nichts-Tag
- 16.01. - 18.01. EUROGUSS Nürnberg
Int. Fachmesse für Druckguss
- 17.01. Martin Luther King Day
Tag der italienischen Küche
Wirf-Deine-Jahresvorsätze-über-Bord-Tag*)

- 18.01. Schneemann-Tag
- 19.01. - 28.01. Internationale Grüne Woche Berlin
Die Leitmesse für Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau
- 20.01. - 21.01. WIR HEIRATEN Berlin
Die Messe für Deine Hochzeit
- 20.01. - 28.01. boot Düsseldorf
Die Weltleitmesse rund um den Wassersport
- 21.01. Welt-Jogginghosen-Tag*)
Weltnudeltag
Weltreligionstag
Welttag der Migranten und Flüchtlinge
- 22.01. Deutsch-Französischer Tag
- 22.01. Feiere-das-Leben-Tag
Deutsch-Französischer-Tag
- 23.01. - 26.01. NORTEC, Hamburg
Fachmesse für Produktion + Campus für den Mittelstand
- 23.01. - 28.01. CASA Salzburg
Int. Fachmesse für Wohnen, Einrichten, Lifestyle
- 24.01. Tag der Komplimente*)
- 25.01. Gegenteiltag (Opposite Day) ¹⁾
Bums Supper
Tag des eigenen Zimmers
- 26.01. - 28.01. Ambiente & Christmasworld Frankfurt
Int. Konsumgütermesse
- 28.01. Europäischer Datenschutztag
Spaß-bei-der-Arbeit-Tag
Welt-Lepra-Tag
- 28.01. - 31.01. ISM & ProSweets Köln
Int. Messe für Süßwaren & Snacks
- 29.01. Internationaler Puzzle-Tag
- 30.01. - 04.02. JAGD & HUND Dortmund
Europas größte Jagdmesse
- 30.01. - 03.02. Spielwarenmesse Nürnberg
Spielwarenmesse – Viel mehr als Spielwaren
- 31.01. Rückwärts-Tag

Unser Tipp: Nutzen Sie die Aktionstage für Ihr Marketing mit einem gut gemachten Gewinnspiel.

Im Anhang

- *) Werbeideen für ausgewählte Gedenktage
- *) Erläuterungen für ausgewählte Gedenktage

HAPPY. Dein Experte für Gewinnspiel-Marketing.

VALENTIN MEETS NARREN.

Der „Valentinstag“ ist ein Tag, den man sich heute nicht mehr als Steilvorlage für eine Aktion wegdenken kann. Mit kleinen Aufmerksamkeiten erreichst du die Herzen Ihrer Kunden.

Nachdem in den letzten 3 Jahren zunächst Corona und dann der Ukraine-Krieg die Festlichkeiten rund um Karneval unmöglich machten oder zumindest erschwerten, soll 2024 wieder gefeiert werden. Obwohl jetzt der Krieg im Nahen Osten seine Schatten wirft.

- 01.02. Nationaler Ändere-Dein-Passwort-Tag*)
- 02.02. Murmeltiertag
- 03.02. Zieh etwas Rotes an Tag
- 03.02. - 07.02. *Intergastra 2024*
Fachmesse für Gastronomie, Hotellerie, Catering, Konditorei und
- 03.02. - 05.02. *Internationale Lederwaren Messe Offenbach*
- 04.02. Tag der betrieblichen Mitbestimmung
Weltkrebstag
Danke einem Briefträger Tag
- 04.02. - 07.02. *Fashion Week Berlin*
Der Mode-Event in Berlin
- 07.02. - 09.02. *FRUIT LOGISTICA Berlin*
Int. Messe für Früchte- und Gemüse-Marketing
- 07.02. - 11.02. *Reisen Hamburg*
Die FreizeitWelt für Urlauber
- 07.02. Safer Internet Day
Schicke einem Freund eine Karte Tag*)
70. Geburtstag von Dieter Bohlen
- 08.02. Weiberfastnacht
- 10.02. - 18.02. *mitteldeutsche Handelsmesse Leipzig*
Eine der führenden Handwerksmessen
- 11.02. Tag der Frauen & Mädchen in der Wissenschaft
Super Bowl
Tag des Notrufs
Schließ neue Freundschaften Tag
Int. Falschparker-Tag

Im Anhang

- *) Werbeideen für ausgewählte Gedenktage
- *) Erläuterungen für ausgewählte Gedenktage

- 12.02. Rosenmontag
Welttag der Ehe
- 13.02. Welt-Radio-Tag
Räume-Deinen-Computer-auf-Tag
Tag der Internet-Freunde
- 13. - 16.02. *BIOFACH Nürnberg*
Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel
- 14.02. Aschermittwoch
Valentinstag
Weltmettbrötchentag
- 15.02. Ehrentag der Singles
Int. Kinderkrebstag
- 16.02. - 19.02. *INHORGENTA München*
Fachmesse für Uhren, Schmuck, Edelsteine....
- 17.02. Tag der grundlosen Nettigkeiten*)
- 20.02. Welttag der sozialen Gerechtigkeit
Liebe dein Haustür Tag
- 20.02. - 22.02. *E-world energy & water Essen*
Leitmesse der Energiewirtschaft
- 20.02. - 24.02. *didacta_Köln*
Die Bildungsmesse
- 21.02. Internationaler Tag der Muttersprache*)
- 22.02. Thinking Day
Behaupte dich gegen Mobbing Tag
Sei bescheiden Tag
- 26.02. - 03.03. *Garten 2024 München*
Süddeutschlands größte Indoor-Gartenmesse
- 27.02. - 29.02. *EuroCIS_Düsseldorf*
Leitmesse für Einzelhandelstechnologie
- 27.02. - 29.02. *CCW 2024 Berlin*
Call Center World – Kongressmesse für innovativen Kundendialog
- 27.02. Kinderspiel-Tag
- 28.02. Weltkrokettentag*)
- 28.02. - 03.03. *Reise + Camping Essen*
Die Urlaubsmesse in NRW
- 29.02. Tag des Schaltjahrs

Unser Tipp: Nutzen Sie die Aktionstage für Ihr Marketing mit einem gut gemachten Gewinnspiel.

DER FRÜHLING BLÜHT AUF.

Der März beginnt mit anderen eine Freude zu machen: Am 1.3. zum „Welttag des Kompliments“ und dann am 3.3. am „Mach-andere-glücklich-Tag“. Für Unternehmen bietet sich hier die Möglichkeit, treuen Kunde als kleine Aufmerksamkeit z. B. einen Rabattcode zukommen zu lassen.

Der „Weltglückstag“ wird am 20. März jeden Jahres gefeiert. Er wurde von der UN-Hauptversammlung am 28. Juni 2012 beschlossen und wird seit 2013 begangen. Eine gute Gelegenheit, Kunden mit einem gut gemachten Gewinnspiel zu beglücken.

- | | |
|--|---|
| 01.03. Welttag des Kompliments*)
Zero Discrimination Day | 18.03. Weltrecyclingtag |
| 01.03. – 03.03. Weinmesse Leipzig
Der Treffpunkt für Weinliebhaber | 18.03. – 22.03. Holz-Handwerk Nürnberg
Fachmesse für Maschinen-Technologie |
| 03.03. Tag des Hörens
Tag des Artenschutzes (World Wildlife Day)
Mach-andere-glücklich-Tag | 19.03. Tag der Flugretter
Frühstück-am-Arbeitsplatz-Tag |
| 03.03. – 06.03. Int Eisenwarenmesse Köln
Messe der Eisenwarenindustrie | 19.03. – 22.03. Musikmesse Frankfurt
Fachmesse für Musikinstrumente und Noten |
| 05.03. Energiespar-Tag | 19.03. – 22.03. Prolight + Sound
Messe für Unterhaltungselektronik, Licht,
Audio, Bühne |
| 06.03. Tag der Tiefkühlkost*) | 20.03. – 24.03. CREATIVA Dortmund
Europas größte Kreativmesse |
| 07.03. Tag der gesunden Ernährung | 20.03. Weltglückstag
Frühlingsanfang |
| 05.03. - 07.03. ITB Berlin
The world's leading travel trade show | 21.03. Tag gegen Rassismus |
| 08.03. Internationaler Frauentag*) | 21.03. – 24.03. Leipziger Buchmesse
Die Leipziger Buchmesse mit Leipzig liest |
| 08.03. - 12.03. INTERNORGA Hamburg
Die Leitmesse für den gesamten Außer-
Haus-Markt | 22.03. Tag des Faulenzens
Beginn von Ramadan
Weltwassertag |
| 10.03. Internationaler Tag der Großartigkeit | 23.03. - 24.03. TOP HAIR Düsseldorf
Leitmesse der haarkosmetischen Industrie |
| 12.03. Pflanze eine Blume Tag
Oscar-Verleihung | 24.03. Psalm Sonntag |
| 13.03. - 17.03. ISH Frankfurt
Weltmesse für Wasser, Wärme, Klima | 25.03. Earth Hour |
| 13.03. haptica Bonn
Erlebniswelt haptische Werbung | 26.03. Erfinde Deinen eigenen Feiertag Tag*) |
| 15.03. Weltverbrauchertag*)
Tag der Rückengesundheit
Weltschlaftag | 28.03. Gründonnerstag |
| 15.03. – 17.03. BAU! Messe! NRW! Dortmund
Leitmesse für Hausbau und Renovierung | 29.03. Karfreitag |
| 17.03. St. Patrick's Day | 31.03. - 01.04. Ostern |
| | 22.03.- 24.03. BEAUTY DÜSSELDORF
Der führende Branchentreff für Kosmetik, Nail,
Fuß, Wellness & Spa |
| | 31.03. World Backup Day
Internationaler Tag der Sichtbarkeit von
Transgender |

Im Anhang

- *) Werbeideen für ausgewählte Gedenktage
- *) Erläuterungen für ausgewählte Gedenktage

Unser Tipp: Nutzen Sie die Aktionstage für Ihr Marketing mit einem gut gemachten Gewinnspiel.

HAPPY. Dein Experte für Gewinnspiel-Marketing.

MIT EINEM LACHER IN DEN APRIL.

Der Monat fängt lustig an am 1. April, ein Tag, an dem der Humor im Vordergrund steht. Nutze diesen Tag, um deine Marke mit einem Augenzwinkern in Verbindung mit einem **Aprilscherz** zu präsentieren und deine Kunden zum Lachen zu bringen.

Die Tage im April bieten viele Gelegenheiten zum Nachdenken, Feiern und zur aktiven Teilnahme an verschiedenen Themen. Egal, ob du Humor, Musik, Sprache, Sport oder soziale Anliegen bevorzugst der April hat für jeden etwas zu bieten.

- | | | | |
|-----------------|--|------------------|--|
| 01.04. | Tag des Aprilscherzes | 18.04. | Internationaler Denkmaltag |
| 02.04. | Weltkinderbuchtag | 19.04. | Fahrradtag
Nationaler Tag des Knoblauchs |
| 03.04. | Welt-Party-Tag*)
Tag der älteren Generation*) | 20.04. | Record Store Day
Tag der Anerkennung von Freiwilligen |
| 03.04. - 07.04. | <i>Techno Classica Essen
Weltmesse für Oldtimer, Classic- & Prestige-Automobile, Motorsport, Motorräder, Ersatzteile, Restaurierung und Welt-Clubtreff</i> | 21.04. | Welttag der Kreativität und Innovation
Ende von Ramadan
Kindergartentag |
| 04.04. | Lauf um die Dinge herum Tag | 22.04. | Tag der Erde |
| 05.04. | Tag der älteren Generation | 22.04. - 26.04. | <i>HANNOVER MESSE
Die Weltleitmesse der Industrie</i> |
| 06.04. | Tag des Sports
Tag der Kissenschlacht | 23.04. | Welttag des Buches
Tag des Deutschen Bieres
Welttag der englischen Sprache |
| 07.04. | Weltgesundheitstag*)
Keine Hausarbeit Tag | 23.04. - 25.04. | <i>Altenpflege Essen
Die Leitmesse für Altenpflege</i> |
| 08.04. | 50. Todestag von Pablo Picasso | 23.04. - 26.04. | <i>Farben, Ausbau, Fassade
Fachmesse für Fassadengestaltung</i> |
| 09.04. | Zuckerfest | 24.04. | Partnerstättetage
Int. Tag zur Abschaffung von Tierversuchen |
| 09.04. - 11.04. | <i>DMEA Berlin
Europas Digital Health-Event</i> | 25.04. | Tag des Baumes
Girls Day
Welt-DANA-Tag |
| 10.04. | Tag der Geschwister | 26.04. | Tag der Erneuerbaren Energien |
| 11.04. | Welt-Parkinson-Tag | 26.04. - 28.04. | <i>Shisha Messe Frankfurt
Fach- und Publikumsmesse für Wasserpfeifen</i> |
| 12.04. | Tag der bemannten Raumfahrt | 26.04. - 27.03.. | <i>Invest _Stuttgart
Leitmesse und Kongress für Finanzen und Geldanlage</i> |
| 13.04. | Ehrentag der Pflanze | 27.04. | Boys Day
Weltgrafikertag |
| 15.04. | Tag des Radiergummis
Int. Tag der Kunst | 28.04. | Welttag für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
Küss deinen Partner Tag |
| 16.04. | World Voice Day | 30.04. | Walpurgisnacht |
| 17.04. | Jugendinformationstag | | |

Im Anhang

- *) Werbeideen für ausgewählte Gedenktage
- *) Erläuterungen für ausgewählte Gedenktage

Unser Tipp: Nutzen Sie die Aktionstage für Ihr Marketing mit einem gut gemachten Gewinnspiel.

HAPPY. Dein Experte für Gewinnspiel-Marketing.

MUTTER UND VATER SIND DIE BESTEN.

Am 12. Mai ist „**Muttertag**“, der Tag im Jahr, an dem die Mütter gefeiert werden. Nur wenige Tage vorher ist „**Vatertag**“. Nach deutschem Brauchtum ein Tag, an dem sich Männer mit Freunden treffen und mit Bollerwagen und Bier ausgestattet eine Wanderung unternehmen.

Diese Tage werden traditionell von der Kosmetikbranche, den Blumengeschäften den Süßwaren-Herstellern und der Getränkebranche für Aktionen genutzt. Im Mai werden wir erinnert, die Werte zu betonen, Dankbarkeit auszudrücken und positive Botschaften zu verbreiten, während wir verschiedene Facetten des Lebens feiern.

- | | |
|---|--|
| 01.05. Tag der Arbeit | 14.05. Tag des Freelancers |
| 02.05. Harry Potter Tag
Tag des Babys | 15.05. Int. Tag der Familie |
| 03.05. Welttag der Pressefreiheit
Tag der Sonne | 17.05. Welttag der Telekommunikation |
| 04.05. Star-Wars-Tag
Welt-Passwort-Tag | 18.05. Auf-Arbeit-Radeln-Tag
175. Jahre Erste Nationalversammlung
Weltbienentag
Kein-schmutziges-Geschirr-Tag |
| 05.05. Weltlachtage
Weltraumtag
Welttag der Handhygiene
Int. Hebammentag | 19.05. – 20.05. Pfingsten |
| 06.05. Anti-Diät-Tag*)
Ohne Hose-Tag | 20.05. Sei-ein-Millionär-Tag |
| 07.05. Weltlachtage*)
Nationaler Tourismus-Tag | 21.05. Welttag der kulturellen Vielfalt
Int. Museumstag |
| 07.05. -10.05. Interzoo Nürnberg
Leitmesse für die int. Heimtierbranche | 22.05. CSD Hannover*) |
| 08.05. Weltrotkreuztag
Ohne-Socken-Tag | 23.05. Tag des Grundgesetzes |
| 09.05. Christi Himmelfahrt
Vatertag
Europatag
Start Eurovision Song Festival | 25.05. Afrikatag
Tag des Handbuchs |
| 07.05. - 08.05. OMR Festival_2023 Hamburg
Das Festival für das digitale Universum | 26.05. Tag der Nachbarn |
| 09.05. – 12.05. Pferd International München
Pferdefestival mit Ausstellung | 27.05. Tag der Sonnencreme |
| 11.05. Iss was Du willst-Tag
Weltladentag | 28.05. Internationaler Weltspieltage*)
Amnesty International Tag
Tag der Lebensspende |
| 12.05. Muttertag
Tag des fairen Handels | 28.05. – 07.06. drupa Düsseldorf
Weltleitmesse für Print Media Industrie |
| 13.05. Int. Tag des Cocktails | 29.05. Deutscher Mühlentag |
| | 30.05. Fronleichnam
Beginn der Aktionstage für Nachhaltigkeit
Tag der Kanarischen Inseln |
| | 31.05. Weltnichtrauchertag |

Im Anhang

*) Werbeideen für ausgewählte Gedenktage

*) Erläuterungen für ausgewählte Gedenktage

HAPPY. Dein Experte für Gewinnspiel-Marketing.

KINDER SIND UNSERE ZUKUNFT.

Der Monat Juni bringt eine Fülle besonderer Tage mit sich, die uns einladen, verschiedene Aspekte des Lebens zu zelebrieren und zu betonen.

Am 1. Juni ist der „**Internationale Kindertag**“. In über 145 Staaten wird auf Kinderrechte und die Bedürfnisse von Kindern aufmerksam gemacht. Zeige dein Herz für Kinder und greife den Tag mit einer passenden Aktion auf.

Am 14. Juni startet die **Fußball-EM** in München. Das Endspiel findet einen Monat später am 14. Juli im Olympiastadion in Berlin statt. Die TOP-Gelegenheit in 2024 für Aktionen. Zahlreiche Sportaktionen für Fußballbegeisterte sind möglich. Und mit etwas Glück steht vielleicht das deutsche Team im Finale. Wie wäre es mit einem Tipp-Gewinnspiel oder ein virtuelles Torwand-Schießen? HAPPY hat einige Aktionen vorbereitet. Hier findest du Informationen zu EM-Aktionen: [„6 Steilvorlagen für dein EM-Marketing 2024“](#).

- | | | | |
|-----------------|---|-------------|---|
| 01.06. | Beginn Pride Month
Weltbauerntag
Weltelterntag
Weltkindertag*) | 20.06. | Weltflüchtlingstag
Sommeranfang
Int. Tag der Produktivität |
| 02.06. | Mach-früher-Feierabend-Tag
Ich-liebe-meinen-Zahnarzt-Tag | 21.06. | Sonnenschutztag
Deutscher Schlaftag
Yoga-Tag
Tag der Musik |
| 03.06. | Welttag des Fahrrades
CSD Karlsruhe*)
Tag der Organspende
Wiederhole-alles-Tag | 23.06. | Nimm-Deinen-Hund-mit-zur-Arbeit-Tag
Tag des öffentlichen Dienstes
Int. Olympiatag |
| 04.06. | Tag des Hundes
Umarme-deine-Katze-Tag | 24.06. | CSD Freiburg*) *)
Midsommer
Schwimm-eine-Runde-Tag |
| 05.06. | Welttag der Umwelt | 25.06. | Tag der Architektur
Tag der Schulfreunde |
| 08.06. | Tag der Ozeane | 25.06. | Seefahrer-Tag
Welttag der Schulfreunde |
| 09.06. | Tag des Gartens | 26.06. | Anti-Drogen-Tag
Tag des Verzeihens
Tag der Apotheker |
| 10.06. | Kindersicherheitstag | 27.06. | Weltdufttag
Siebenschläfertag |
| 10.06. | Champions-League-Finale London
Wembley-Stadion | 28.06. | Christopher Street Day |
| 10.06. - 14.06. | Achema Frankfurt
Weltforum & Leitmesse für Prozessindustrie | 29.06. | Start der Tour de France
Feiertag der Umarmung |
| 11.06. | Welttag der Puppe
Tag des Gartens | 30.06. | Tag der Architektur |
| 12.06. | Tag gegen Kinderarbeit | 27. - 28.06 | HORIZONT Kongress Berlin
Deutscher Medienkongress |
| 14.06. - 14-07. | Fußball-EM Deutschland
Eröffnungsspiel | 30.06. | Welt-MS-Tag |
| 14.06. | Weltblutspendetag
Tag des Gartens*) | | |
| 15.06. | Tag der Musik | | |
| 16.06. | Digitaltag | | |
| 17.06. | Int. Tag der Müllabfuhr | | |
| 18.06. | Tag der Musik
Tag der Verkehrssicherheit
Picknicktag | | |

Im Anhang

*) Werbeideen für ausgewählte Gedenktage

*) Erläuterungen für ausgewählte Gedenktage

DER HOCHSOMMER IST DA, ES WIRD HEISS.

Nach dem Pride Month und dem Christopher Street Day im Juni startet der Juli mit dem „Weltkustag“. Am 26. Juli starten in Paris die „Olympischen Sommerspiele 2024“. Mit Aktionen im Handel können sich Sportbegeisterte auf dieses Event einstimmen. Um den Juli abzuschließen, feiern wir am 30.07. den „Internationalen Freundschaftstag“.

- 01.07. Weltkustag*)
Canada Day
Internationaler Witzetag
Int. Genossenschaftstag
- 01.07. - 14.07. Wimbledon Championship
- 03.07. Tag des Ungehorsams
Schmeichle-deinem-Siegelbild-Tag
- 03.07. - 07.07. Eurobike Frankfurt
Globale Leitmesse der Fahrradindustrie
- 04.07. Independence Day
- 05.07. Fußball-EM Deutschland 1. & 2. Viertelfinale
- 06.07. Tag des Kusses
- 06.07. Fußball-EM Deutschland 3. & 4. Viertelfinale
- 07.07. Tag der Schokolade
- 08.07. Tag der Videospiele
Sei-noch-einmal-ein-Kind-Tag
- 09.07. Fußball-EM Deutschland 1. Halbfinale
Rock 'n Roll Tag
- 10.07. Fußball-EM Deutschland 2. Halbfinale
Teddybär Picknick-Tag
- 11.07. Weltbevölkerungstag
- 12.07. Tag der Einfachheit
- 14.07. Fußball-EM Deutschland Finale
- 15.07. Tag des Kompetenzerwerbs
- 16.07. Weltschlängentag
- 17.07. Internationaler Tag der Gerechtigkeit
World Emoji Day*)
- 18.07. Nelson-Mandela-Tag
- 20.07. Weltraumforschungstag
- 22.07. Tag der Hängematte
- 24.07. Tag der Freude
Tag der virtuellen Liebe
- 26.07. Onkel-und-Tante-Tag
- 26.07. -11.08. Olympische Spiele Paris
- 30.07. Internationaler Tag der Freundschaft*)
Schwiegervater-Tag
Zu-spät-komm-Tag
- 31.07. - 03.08. Wacken Festival

DEUTSCHLAND TRINKT BIER.

Bierfröhlich beginnt der August mit dem Tag des Bieres. Bei gutem Wetter ist der Tag eine willkommene Gelegenheit für Biergärten und Brauereien, noch mehr Menschen nach draußen zu locken. Auch der Handel kann mit Aktionsangeboten den Umsatz ankurbeln.

- 01.08. Schweizer Bundesfeiertag
Tag der Freundinnen
- 04.08. Tag des Bieres
Tag des Champagners
- 07.08. Nationaler Leuchtturmtag
- 08.08. Weltkatzentag*)
- 10.08. Faulpelztag
- !1.08. Olympische Spiele Paris Finaltag
Verfassungstag der Weimarer Republik
Tag der Floskel
- 12.08. Int. Tag der Jugend
- 13.08. Linkshänder Tag
- 15.08. Tag der Erholung
Mariä Himmelfahrt
- 16.08. Tag der Bratwurst
Erzähl-einen-Witz-Tag
- 19.08. Welttag der humanitären Hilfe
Start Leichtathletik-EM
- 20.08. Nationaler Radio Tag
- 21.08. Tag der Senioren*)
Dirty-Dancing-Day
- 22.08. Tag der Fische
- 21.08. - 25.08. gamescom Köln
Weltweit größtes Event für Computer- und Videospiele
- 25.08. Konservendosen-Tag
- 26.08. Frauen-Gleichstellungstag
Nationaltag des Hundes
Schützenfestmontag
- 27.08. Einfach so Tag*)
- 30.08. Christopher Street Day Köln*)
- 31.08. Iss-draußen-Tag
- 31.08. - 08.09. Caravan Salon Düsseldorf
Messe für Reisemobile und Caravans

Unser Tipp: Nutzen Sie die Aktionstage für Ihr Marketing mit einem gut gemachten Gewinnspiel.

Im Anhang

*) Werbeideen für ausgewählte Gedenktage

*) Erläuterungen für ausgewählte Gedenktage

VORBOTEN DES HERBSTS.

Im September warten wieder einige besondere Tage auf uns, am 3. September feiern wir den „Wolkenkratzerstag“ und erinnern uns an die beeindruckende Architektur, die unseren Himmel durchbricht. Es ist eine Gelegenheit, zu zeigen, wie Ihre Produkte und Angebote „über den Wolken“ liegen bzw. durch die Decke gehen.

Unsere Kinder feiern wir am 20. September, dem „Weltkindertag“. Wir zelebrieren unsere Zukunft durch sie und schenken ihnen Liebe, Bildung und Hoffnung.

Der Hochsommer ist am 27.9. zwar offiziell vorbei, trotzdem findet an diesem Tag der Welttourismustag statt. Nutzen Sie den Tag, um Ihre Kunden nach ihren Lieblingsurlauben zu fragen.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 01.09. Welttag des Briefschreibens
Antikriegstag 06.09. - 10.09. IFA Berlin
<i>Globale Leitmesse für Consumer und Home Electronics</i> 03.09. Wolkenkratzerstag 04.09. Welttag für sexuelle Gesundheit
Tag der Zeitungsausträger 05.09. Int. Wohltätigkeitstag
Kopfschmerztag 05.09. - 10.09. IAA Mobility München
<i>International führende Mobilitätsplattform</i> 06.09. Lies-ein-Buch-Tag 07.09. Tag des Kaffees
Weder-Regen-noch-Schnee-Tag
Tag der Bierliebhaber 08.09. Tag des Gewinnspiels*)
Pardon-Tag*)
Tag der Heimat 09.09. Tag der deutschen Sprache
Tag der Ersten Hilfe
Tag des Wiener Schnitzels 10.09. Tag der deutschen Sprache
Nationaltag der Großeltern
Welt-Suizid-Präventionstag
Tag der Heimat 10.09. - 14.09. Automechanika Frankfurt
<i>Leitmesse der Automobilindustrie</i> 11.09. Mach-Dein-Bett-Tag
Tag der Wohnsitzlosen
Keine-Nachrichten-sind-gute-Nachrichten-Tag 13.09. Tag des positiven Denkens
Glückskeks-Tag 15.09. Int. Tag der Demokratie | <ul style="list-style-type: none"> 16.09. Tag des Handwerks
Beginn vom Oktoberfest
Tag der berufstätigen Eltern
Tag der Stieffamilie 17.09. Nationaler Tag der Frauen-Freundschaft 17.09. 22.09. IAA Nutzfahrzeuge Hannover
<i>Weltweite Leitmesse für Mobilität, Transport und Logistik</i> 18.09. - 19.09. DMEXCO Köln
<i>Die DMEXCO ist Europas führendes Digital Marketing & Tech Event</i> 19.09. Sprich wie ein Pirat Tag
Tag der Zivilcourage 20.09. Weltkindertag*) 21.09. - 06.10. Oktoberfest München 21.09. Internationaler Weltfriedenstag
Welt-Alzheimerstag 22.09. Tag des deutschen Butterbrots
Welttag des Meeres
Herbstanfang
Europäischer autofreier Tag
Umarme-einen-Vegetarier-Tag 23.09. Kalendarischer Herbstanfang 24.09. Tag der Raumfahrt
Saunatag 24.09. - 26.09. FachPack Nürnberg
<i>Fachmesse für Verpackungen, Prozesse und Technik</i> 25.09. Tag der Zahngesundheit 26.09. Tag der Sprachen
Deutscher Weiterbildungstag 27.09. Welttourismustag*) 28.09. Tag des Rechts auf Wissen
Nationaler Tag der guten Nachbarn 29.09. Weltherztag
Tag des deutschen Butterbrots |
|--|--|

Im Anhang

- *) Werbeideen für ausgewählte Gedenktage
- *) Erläuterungen für ausgewählte Gedenktage

HAPPY. Dein Experte für Gewinnspiel-Marketing.

ERNTEDANK MEETS HALLOWEEN.

Der Oktober fängt mit den Vorzügen einer pflanzlichen Ernährung an. Am 1. Oktober, dem „Vegetarier Tag“, bietet es sich an, sich bewusst mit der fleischlosen Ernährung auseinanderzusetzen und Informationen bereitzustellen.

Am 4. Oktober der „Tag des Lächelns“, der uns daran erinnert, wie ein einfaches Lächeln unsere Stimmung und die unserer Mitmenschen aufhellen kann. Verbreite Freude und Optimismus durch besondere Aktionen, die das Lächeln in den Mittelpunkt stellen. Ein glücklicher Kunde ist ein zufriedener Kunde.

Ende Oktober ist traditionell der „**Weltspartag**“. Es muss nicht immer Konsum sein. überrasche deine Kunden, indem du sie aufforderst, einmal auf deine Produkte zu verzichten oder besonders viel beim Einkauf zu sparen.

Ein weiterer Klassiker für Werbemaßnahmen ist mittlerweile „**Halloween**“ am 31. Oktober. Mit Kürbissen und Geistern eignet sich der Halloween-Tag optimal für eine erschreckend erfolgreiche Werbekampagne.

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 01.10. Erntedankfest
Tag des Kaffees*)
Weltmusiktag
Vegetarierertag
Europäischer Tag der Stiftungen
Int. Tag der älteren Menschen
Spaß-trotz-Sparsamkeit-Tag 02.10. Int. Tag der Gewaltlosigkeit
Schutzengelfest
Nationaltag der Reinigungskräfte
Gib-deinem-Auto-einen-Namen-Tag 03.10. Tag der deutschen Einheit
Tag der offenen Moschee
Ehrentag des Virus 04.10. Welttierschutztag
Tag des Lächelns*) 05.10. Mach was nettes Tag*) 06.10. Tag des Lächelns
Tag der gewaltfreien Kommunikation
Komm-und-hol's-dir-Tag 07.10. Glücklich-trotz-Glatze-Tag 07.10. – 09.10. EXPO REAL München
Int. Fachmesse für Immobilien und Investitionen 09.10. Brandschutztag 10.10. Welttag für psychische Gesundheit
Welthundetag
Stell-dich-deinen-Ängsten-Tag 11.10. Mädchentag
Coming Out Day 12.10. Welttag des Sehens 14.10. Weltnormentag 15.10. Int. Händewasch-Tag
Tag des Schornsteinfegers | <ul style="list-style-type: none"> 16.10. Räum-deinen-Desktop-auf-Tag
Boss Day (USA)
101 Jahre Walt Disney Company
Welttag des Brotes
Welthungertag 16.10. - 20.10. Frankfurter Buchmesse
Internationale Buchmesse 17.10. Trag-etwas-Kitschiges-Tag 18.10. Ohne-Bart-Tag 19.10. Evaluiere-dein-Leben-Tag 21.10. Home Movie Day 22.10. – 24.10. Interbad Stuttgart
Int. Fachmesse für Schwimmbad, Sauna und Spa 23.10. Tag des Talökschoew-Modrators 24.10. Tag der Vereinten Nationen 25.10. Weltnudeltag 26.10. Nationalfeiertag Österreich
Welttag der Intersexualität 26.10. – 29.10. südback Stuttgart
Fachmesse für das Bäcker- und Konditoren Handwerk 28.10. Tag der Kuschartier-Liebhaber 29.10. Welt-Internet-Tag
Welt-Schlaganfalltag 30.10. Weltspartag 31.10. Halloween
Reformationstag |
|--|---|

Im Anhang

- *) Werbeideen für ausgewählte Gedenktage
- *) Erläuterungen für ausgewählte Gedenktage

JETZT GIBT`S RABATTE.

Die große Rabattschlacht beginnt am 11.11. mit dem „**Singles` Day**“ und am 29.11 mit dem „**Black Friday**“. Massive Rabatte locken die Kunden in die Geschäfte und Onlineshops. Weiter geht der Kaufrausch am darauffolgenden Montag, dem Cyber Monday. Viele Kunden kaufen zu diesem Zeitpunkt bereits ihre Weihnachtsgeschenke und hinterlassen leer gefegte Lager.

- 01.11. Allerheiligen
- Welt-veganTag
- 03.11. Weltmännertag*)
- 07.11. Tag der Putzleute*)
- Darmtag
- 08.11. Koch etwas Gewagtes-Tag
- Weltschenktag
- 09.11. Mauerfall (1989)
- Erfindertag
- 11.11. Martinstag
- Singles` Day*)
- Start der Fasching-/Karnevalsaison
- 12.11. Oma-und-Opa-Tag
- 101. Geburtstag von Lorient
- Hühnersuppe für die Seele-Tag
- 12.11. – 15.11.. *Pferd & Jagd Hannover*
- Europas größte Messe für Reiten,*
- Jagen und Angeln*
- 13.11. Weltnettigkeitstag*)
- 14.11. Weltdiabetestag
- 16.11. Vorlesetag
- Tag der Toleranz
- 17.11. Studententag
- Welttag der Frühgeborenen
- 19.11. Internationaler Männertag*)
- Suppentag
- 20.11. Buß- und Betttag
- Weltkindertag der Vereinten Nationen*)
- 21.11. Tag des Fernsehens
- Welt-Hallo-Tag
- 22.11. Buß- und Betttag
- 26.11. Kauf-Nix-Tag*)
- Welt-Zeitschriftentag
- 28.11. Thanksgiving
- 29.11. Black Friday*) *)
- 30.11. Tag der Computersicherheit

DER NIKOLAUS GEHT. DAS CHRISTKIND KOMMT.

Zwischen „**Black Friday**“ und „**Cyber Monday**“ befindet sich der „**Kauf-Nix-Tag**“ und sorgt so für eine kleine Auszeit vom Shopping-Fieber.

Spätestens zum ersten Advent wird die Weihnachtszeit feierlich mit Weihnachtskränzen und Glühwein eröffnet. Ein schöner Anlass, sich mal wieder bei der Kundschaft zu melden, ist der „**Tag der Weihnachtskarte**“. Denn wer freut sich nicht über personalisierte Weihnachtsgrüße. Auch Silvester bietet sich für Marketingaktionen an. Lass das Jahr Revue passieren und danke deinen Kunden für die gemeinsame Zeit.

- 01.12. 1. Advent
- 02.12. Modelleisenbahn-Tag
- Cyber-Monday
- 03.12. Tag der Behinderten
- 05.12. Internationaler Tag des Ehrenamtes
- 06.12. Nikolaustag
- 08.12. 2. Advent
- Maria Empfängnis
- World Candle Lightning
- 09.12. Tag der Weihnachtskarte
- Anti-Korruptions-Tag
- 10.12. Tag der Menschenrechte
- Worldwide Candle Lightning
- 11.12. Tag der Berge
- 15.12. 3. Advent
- 18.12. Back Kekse Tag*)
- Tag der Migranten
- 20.12. Tag der Solidarität
- 21.12. Welt-Orgasmus-Tag*)
- Winteranfang
- 22.12. 4. Advent
- 24.12. Heiligabend
- 25.12. 1. Weihnachtsfeiertag
- 26.12. 2. Weihnachtsfeiertag
- 28.12. Tag des Kartenspiels
- 29.12. Scheißtag*)
- Tick Tack Tag*)
- 31.12. Silvester

Im Anhang

*) Werbeideen für ausgewählte Gedenktage

*) Erläuterungen für ausgewählte Gedenktage

DIESE 11 ANLÄSSE EIGNEN SICH OPTIMAL FÜR DEN DIALOG MIT DEINER ZIELGRUPPE.

«Was für eine originelle Idee!» Wenn deine Zielgruppe so reagiert, hast du beim Dialogmarketing mit deinen adressierten und umadressierten Mailings vieles richtig gemacht. Für einen Wow-Effekt sorgst du vor allem durch einen guten Aufhänger zum passenden Zeitpunkt, gerne werden dafür Gewinnspiele genutzt.

Ob du deinen Kundinnen und Kunden eine Karte zum Geburtstag schickst oder eine kreative Einladung mit Gewinnchance zu einem Kundenevent gestaltest: Entlang der Customer Journey bieten sich viele Chancen für Dialogmarketing (DM). Mit diesen 11 Ideen nutzt du geschickt Anlässe als Türöffner.

Weshalb Anlässe so gut als Gelegenheiten fürs Dialogmarketing funktionieren

Denke nur mal an Ereignisse wie Ferien, Weihnachten oder Fasnacht: Sofort beginnt in deinem Kopf ein Film zu laufen. Möglicherweise erinnerst du dich an deine Kindheit, vielleicht auch an ein kürzliches Erlebnis bei einem solchen Anlass. In jedem Fall sind Emotionen im Spiel – die wohl wichtigste Zutat für erfolgreiches Marketing. Zu Emotionen passen ideal Gewinnspiele, denn die Aussicht auf einen Gewinn ist Emotion pur. Mit einem physischen Mailing gelingt es dir, diese Emotionen gezielt zu verstärken, weil sie mehrere Sinne ansprechen. Sie versetzen die Empfängerinnen und Empfänger in eine Stimmung, die sie für Angebote im entsprechenden Kontext besonders empfänglich macht.

1. Persönliche Anlässe der Kundinnen und Kunden

Persönlich wirkt am stärksten. Daher solltest du Anlässe deiner wichtigsten Kundinnen und Kunden als Dialogchancen nutzen: etwa den runden Geburtstag, die Hochzeit, die Geburt eines Kindes, die Genesung nach einer Krankheit, die Beförderung oder das Dienstjubiläum – Gelegenheiten für Dialogmarketing gibt es viele. Bei einem solchen Ereignis ist eine individuelle Karte im Design deines Unternehmens Kundenpflege pur. Denn damit zeigst du, dass du dich für die Person interessierst und sie wertschätzt.

2. Geschäftsabschlüsse und Kundentreue

Treue Kundinnen und Kunden sind Gold wert. Bedanke dich daher nicht nur für den ersten Auftrag, sondern im Laufe der Kundenbeziehung immer wieder für die Zusammenarbeit. Eine handschriftliche Karte, vielleicht noch mit einer kleinen Aufmerksamkeit oder der Einladung zu einem Mittagessen ergänzt, ist bei einem Geschäftsabschluss genau das Richtige. Feiere auch gemeinsame Jubiläen, zum Beispiel wenn die Kundenbeziehung seit fünf oder zehn Jahren besteht.

Ab und zu darfst du bei einem Danke-Mailing um eine Weiterempfehlung bitten. Legen dafür z. B. eine Empfehlungskarte bei. Und vergiss nicht, der Kundin oder dem Kunden zu danken, wenn sie durch eine Empfehlung tatsächlich deinen Kundenkreis erweitern konnten.

3. Neues Angebot

Führst du ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung ein? Nutze diese Gelegenheit für intensives Dialogmarketing. Das beginnt schon vor der Lancierung: Frage ausgewählte Kundinnen und Kunden mit hohem Kundenwert an, ob sie zu einem Produkttest bereit sind oder an einem Gruppengespräch teilnehmen, um das Packaging Design oder die geplante Kampagne zu beurteilen. «Gerade Ihre Meinung ist uns wichtig», muss die Botschaft bei einer solchen Einladung lauten. Durch die Wertschätzung bindest du die Person emotional an dein Unternehmen. Gleichzeitig erhöhst du die Chance, dass sie das neue Angebot nutzt.

4. Reklamationen

Hoffentlich kommt es bei dir möglichst selten vor. Doch manchmal sind deine Kunden verärgert, weil du ein Versprechen nicht einhalten konntest, eine Kundenerwartung nicht erfüllt oder schlichtweg einen Fehler gemacht hast. Dann gilt ganz besonders: Der persönliche Brief oder eine Karte mit passendem Design ist das richtige Instrument. Bitte darin um Entschuldigung, zeige auf, welche Lehren du aus der Servicepanne ziehst und sende ein kleines Geschenk mit. Stimme dieses individuell auf die Zielgruppe ab. Eine preisaffine Kundschaft freut sich über einen Rabattgutschein als Wiedergutmachung. Bei einer anspruchsvollen Zielgruppe im Premiumsegment hingegen sollten es eher ein paar köstliche Pralinen oder eine Miniflasche Schaumwein sein.

HAPPY. Dein Experte für Gewinnspiel-Marketing.

DIESE 11 ANLÄSSE EIGNEN SICH OPTIMAL FÜR DEN DIALOG MIT DEINER ZIELGRUPPE.

5. Ferien und Jahreszeiten

Nicht nur im Tourismus gehören die Schulferien und die Jahreszeiten zu den wichtigsten Anlässen fürs Dialogmarketing. Sonne und Wasser im Sommer, Schnee und Berge im Winter: Das bietet sich auch für viele weitere Branchen als Aufhänger für originelle Aktionen im Marketing an. Zumal sich zahlreiche Produkte damit verbinden lassen – von Möbeln und Pflanzen über Kleidung und Pflegeartikel bis hin zu Esswaren und Getränken.

6. Feiertage und Bräuche

Neujahr, Ostern, 1. August und Weihnachten: Sie sind die wohl wichtigsten Ereignisse im Aktions-Kalender – und damit ideale Dialogmarketing-Chancen. Verstärke die Wirkung durch die Regelmäßigkeit deiner Aktionen. Wenn deine wichtigsten Kundinnen und Kunden jedes Jahr vor Ostern einen kreativen Ostergruß von dir erhalten, freuen sie sich mit der Zeit darauf und fragen sich, wie du sie wohl dieses Jahr überraschen wirst. Überlege dir dabei, welcher Feiertag der richtige für dein Dialogmarketing ist. Möglicherweise erzielt ein Neujahrs mailing viel mehr Aufmerksamkeit als eine Karte in der hektischen Zeit vor Weihnachten.

Als regional verankertes Unternehmen solltest du die länderspezifischen sowie lokalen Feiertage und Bräuche als Alternativen zu den nationalen nutzen.

7. Special Shopping Days

Zu den bekanntesten Einkaufs- und Aktionstagen zählen neben den immer beliebteren internationalen Shopping-Events wie **Black Friday**, **Cyber Monday** und **Singles' Day** weiterhin Klassiker wie Valentinstag oder Muttertag. Die richtige Strategie für dein Marketing kann aber auch lauten, bewusst einen weniger bekannten Aktionstag zum Shopping Day zu machen. Möglicherweise eignet sich etwa der Tag des Gartens, der Welttag des Hörens oder der Weltkindertag ideal zum Bewerben attraktiver Angebote.

An diesen Special Shopping Days brummt das Geschäft. Die nachfolgenden Seiten helfen dir, die richtigen konzeptionellen Entscheidungen zu treffen

8. Messen und Kundenevents

Diese Anlässe bieten sich besonders an, wenn du mit deinen Maßnahmen die Kundenbindung vertiefen willst. Denn mit deinem Stand auf einer Messe und erst recht mit einem eigenen Kundenevent schaffst du die Plattform für persönliche Erlebnisse, die in Erinnerung bleiben. Das beginnt schon bei der personalisierten und vielleicht sogar individualisierten Einladungskarte. Dabei versteht es sich von selbst, dass du deinen VIP-Gästen mit der Einladung mindestens zwei kostenlose Eintrittskarten schickst.

Messen und Kundenevents eignen sich besonders für Gewinnspiele, denn sie locken deine Kunden und Kundinnen auf den Stand und ziehen auch die Laufkundschaft an. HAPPY hat die passenden Ideen für Messe-Gewinnspiele.

9. Sportevents

Fußball-EM und -WM, Olympische Spiele, Ski-WM: Dafür begeistern sich Millionen von Leuten in Deutschland. Nutze diese positive Stimmung und profitiere von der Medienpräsenz solcher Großevents. Mit deinem darauf abgestimmten Dialogmarketing erzielst du eine hohe Reichweite. Ein EM-Tippspiel oder ein digitales Torwandschießen werden das Mailing auf und steigern den Response. HAPPY hat zur EM ein paar Aktionen vorbereitet, die du im beiliegenden Flyer findest.

10. Gesellschaftliche Aktualitäten

Auch aktuelle gesellschaftliche Themen bieten sich als Aufhänger für eine Dialogmarketing-Aktion an. Spricht gerade ganz Deutschland über einen neuen Trainer der Nationalmannschaft, nutze dies für eine Werbeidee, die eine Brücke zu deinem Angebot schlägt. Gute Karten hast du bei positiv besetzten Aktualitäten. Vorsicht ist hingegen bei politischen und vor allem bei religiösen Themen geboten.

11. Eigene Ideen

Gestalte einfach einen eigenen Anlass und erziele durch die witzige Kommunikation dafür viel Aufmerksamkeit. Im besten Fall beziehst du dich dabei auf dein Produkt. Feiere Z.B. als Uhrenfachgeschäft im Jahr 2024 den 100. Geburtstag der Automatikuhr. Oder verschicken als Drogerie jedes Jahr eine Einladungskarte zum Anti-Aging-Day.

HAPPY. Dein Experte für Gewinnspiel-Marketing.

ANLÄSSE UND IDEEN FÜR SPECIAL SHOPPING DAYS.

Den Umsatz ankurbeln und neue Kundinnen und Kunden gewinnen: Special Shopping Days bieten eine gute Gelegenheit dafür – vor allem für Retailer. Ein Selbstläufer sind sie aber nicht, denn deine Mitbewerber buhlen ebenfalls um die kauffreudigen Schnäppchenjäger. Mit diesen Tipps für deine Werbung fällst du stärker auf und holst dir deine Zielgruppe in den Laden oder den Onlineshop. HAPPY Marketing Solutions unterstützt dich dabei gerne mit der „AKTION SHOPPINGGLÜCK“. Mehr Informationen gibt es auf

<https://www.happysolutions.de/shopping-glueck/>

Zu der „SHOPPINGGLÜCK“-Initiative gibt es auch eine Anlage zu diesem Aktionskalender.

Spezielle Anlässe

Das sind die wichtigsten Kategorien

Feiertage

Feiertage sind offizielle Tage der Arbeitsruhe. Sie werden vom Bund oder von Bundesländern festgelegt.

Festtage

An Festtagen treffen sich Menschen, um ein gesellschaftliches Ereignis, ein religiöses Ritual oder einen traditionellen Brauch zu begehen.

Gedenktage

Gedenk- oder Jahrestage erinnern an ein historisches Ereignis oder an eine Persönlichkeit nationaler oder religiöser Bedeutung.

Aktionstage

Aktionstage sollen die Bevölkerung für gewisse Themen sensibilisieren oder auf Missstände hinweisen. Sie werden meist von Organisationen initiiert und genutzt.

Thementage

Thementage sind einem bestimmten Thema gewidmet und können einmalig oder jährlich stattfinden. Es gibt mittlerweile unzählige davon.

Shopping-Events

Rabatttage oder Shopping-Events sind Verkaufsanlässe, bei denen Preisnachlässe im Zentrum stehen. Sie haben zum Ziel, die Konsumierenden zum Kauf zusätzlicher Produkte anzuregen. Beispiele: Black Friday, Cyber Monday, Singles' Day.

Möglichkeiten für Preisnachlässe

Hier ein paar Ideen

Tagesdeal

Die Konsumenten profitieren am Shopping Day von einem speziellen Tagesdeal. Beispiel: Black Friday Deal – alle schwarzen Hemden zum halben Preis.

Geschenke

Die Kundinnen und Kunden erhalten ein Gratisprodukt dazu, wenn sie einen Kauf tätigen. Ideal, wenn du einen Überschuss an Artikeln hast.

Gutscheine

Die Kunden erhält bei einem Kauf einen Gutschein für ein anderes Produkt oder eine Dienstleistung. Ideal, um spezielle Angebote zu promoten.

Rabatt-Coupons

Die Zielgruppe erhält im Vorfeld einen Coupon zugestellt, etwa in gedruckter Form per Postwurf oder Zeitungsbeilage oder digital in der App oder per E-Mail. Gut geeignet, um Neukunden zu gewinnen oder bestehende Kunden zu einem erneuten Kauf zu bewegen.

Kombiprodukte

Die Konsumenten erhalten zum gekauften Produkt kostenlos ein passendes dazu, z. B. Wimperntusche zum Puder. Ideal, um überschüssige Bestände abzubauen.

Multi-Buy

Die Kundinnen und Kunden erhalten mehrere Produkte zu einem gemeinsamen Vorteilspreis (z. B. 3 für 1).

22 TIPPS FÜR SPECIAL SHOPPING DAYS.

Tipp 1: Aufs Wesentliche fokussieren

Konzentriere dich auf Shopping-Events oder Thementage, die zur Philosophie deines Geschäfts, zu deiner Marke und zu deinen Produkten passen. Wenn du dein Werbebudget gebündelt bei den für dich wichtigsten Events investierst, erzielst du eine stärkere Wirkung. Verkaufst du zum Beispiel Technik bzw. Elektrogeräte, sind die mittlerweile etablierten Rabatttage wie Black Friday und Cyber Monday ein Muss für dich. Denn viele Leute warten mit der Anschaffung bewusst bis zu diesen Tagen. Bist Du ein Spielwarenanbieter, eignen sich Thementage wie der Star-Wars-Tag perfekt für eine Werbeaktion. Als Parfümerie wiederum bieten dir der Valentinstag, der Muttertag und der Vatertag beste Chancen für ein kräftiges Umsatzplus.

Tipp 2: Internationale Unterschiede beachten

Falls du deine Produkte und Dienstleistungen international verkaufst: Beachte die kulturellen Differenzen in den Zielmärkten. Kläre ab, wann dort welche Shoppingtage stattfinden und welche Bedeutung sie haben. In den USA zum Beispiel ist der Black Friday der bedeutendste Special Shopping Day, in Asien hingegen der Singles' Day. Einige Shopping-Events sind sogar nur für ein einzelnes Land von Bedeutung: in Indien etwa das Lichterfest Diwali und in Frankreich der Januar als «Le mois du blanc», der für Textilhändler eine wichtige Rolle spielt. Hinzu kommt, dass gewisse Themen-, Aktions- oder Gedenktage wie der Muttertag oder der Vatertag nicht überall am gleichen Datum gefeiert werden.

Tipp 3: An Zielen und Zielgruppen orientieren

Definieren Sie in einem ersten Schritt das Hauptziel Ihrer Aktion. Wollen Sie bestehende Kundinnen und Kunden binden, Neukunden gewinnen oder mehr Umsatz generieren? Stimmen Sie darauf die Angebote ab, die Sie auf den gewählten Special Shopping Day hin bewerben. Je nach Ziel kann das ein attraktiver Preisnachlass auf ausgewählte Artikel, ein spezielles Shopping-Erlebnis wie etwa eine vergünstigte Stilberatung oder ein limitiertes Produkt sein – zum Beispiel ein Statement-T-Shirt «Save the Ocean» am Weltmeerestag. Wenn Sie vor allem den Preis bewerben, erhalten Sie unter «Gestalten Sie die Preise» weitere Tipps.

Nutzen Sie für die Auswahl der beworbenen Angebote das Wissen über Ihre Zielgruppen: Wie können Sie bestehenden und potenziellen Kundinnen und Kunden einen echten Mehrwert bieten? Oft hilft ein Blick auf vergangene Verkaufsaktionen. Auf welche Angebote haben Kundinnen und Kunden besonders positiv reagiert? Welche Angebote der Konkurrenz sind gut gelaufen?

Tipp 4: Passende Erlebnisse kreieren

Viele Konsumierende sind an Shoppingtagen offen für Spontankäufe. Überlege deshalb, mit welchen «Goodies» du deine Kunden in den (Online-)Shop locken kannst. Während bei klassischen Rabatttagen der Preis im Fokus steht, sind es bei Themen-, Gedenk- und Aktionstagen andere Werte. Greife den speziellen Charakter des Tages auf und biete deinen Zielgruppen Erlebnisse, die über Preisnachlässe hinaus gehen. Mit solchen Aktionen fällst du auf und beeinflusst dein Image positiv – z. B., wenn du ältere Menschen am Seniorentag zu Gratiskonzerten einlädst. Verzichte aber auf Aktionen, die Klischees bedienen wie zum Beispiel preisreduzierte Waschmittel am Women's Day.

Tipp 5: Verfügbarkeit sicherstellen

Konsumierende haben hohe Erwartungen an Special Shopping Days. Um sie nicht zu enttäuschen, solltest du besser wenige, dafür aber umso attraktivere Angebote machen und sicherstellen, dass diese nicht schon nach kurzer Zeit ausverkauft sind. Ansonsten ist das Frustrationslevel hoch. Denke auch an die Verfügbarkeit deiner Angebote nach den Shopping Days.

Tipp 6: Mit dem gewissen Extra überzeugen

Manchmal macht ein kleines Extra einen großen Unterschied. Bringe die Konsumenten dazu, sich bewusst für den Kauf bei dir zu entscheiden – und nicht bei der Konkurrenz. Das erreichst du etwa mit einer Personalisierungsmöglichkeit, einer Gewinnchance beim Kauf, der kostenlosen Lieferung nach Hause oder bequem erreichbaren Reparatur-Hubs, falls das Produkt später mal defekt sein sollte. Speziell am Black Friday und am Cyber Monday kaufen viele Konsumenten Weihnachtsgeschenke. Deshalb können verlängerte Rückgabefristen bis nach Weihnachten ein attraktives Extra sein.

22 TIPPS FÜR SPECIAL SHOPPING DAYS.

Tipp 7: Preisstrategie bestimmen

Damit sich der Shopping Day für dich lohnt, braucht es eine durchdachte Preisstrategie. Kalkuliere am besten frühzeitig verschiedene Möglichkeiten durch. Pauschalrabatte empfehlen sich nicht, da die Kundinnen und Kunden je nach Produkt unterschiedlich auf Preisveränderungen reagieren. Setze vielmehr auf differenzierte Rabatte pro Artikel. Vergünstige vor allem Waren, die du nur vorübergehend im Sortiment hast. Überlege auch, ob du den Rabatt als Eurobetrag oder als %-Rabatt kommunizierst. Bei teuren Produkten wirkt der Rabatt in Franken nach mehr als die Prozentzahl (Beispiel Fahrrad: 10% vs. 500 Euro Rabatt). Bei kleinen Preisen verhält es sich umgekehrt (Beispiel Smoothie: 10% versus 80 Cent Rabatt).

Tipp 8: Preise nicht vorher bereits anpassen

Verzichte auf taktische Preiserhöhungen direkt vor dem Shopping Day. Fällt es den Konsumenten auf, kann ein Shitstorm die Folge sein. Denn du vermittelst damit den Eindruck, am Shopping Day gar keine echten Rabatte zu geben.

Tipp 9: Suchresultate optimieren

Die meisten Konsumenten kaufen heute offline und online ein. Die Angebotssuche findet jedoch vorwiegend online statt – gerade vor den Special Shopping Days. Stelle darum sicher, dass du im Internet gefunden wirst. Dafür empfehlen sich ein Google-Business-Eintrag, die Keyword-Optimierung deiner Website und Suchmaschinenwerbung (Adwords). Hol dir bei Bedarf eine Fachperson an Bord, damit du dein Budget optimal einsetzt. Verfügst du über genügend Budget, hilft eine eigene Landingpage zum Shopping Day, die Suchergebnisse zusätzlich zu verbessern.

Tipp 10: Website testen

Stelle sicher, dass Website und Onlineshop auf allen Geräten einwandfrei funktionieren. Richte dein Augenmerk besonders auf Ladezeit, Responsive Design, Suchfunktion und Bestellprozess. Falls du spezielle Angebote für den Shopping Day aufschaltest, platziere im Header deiner Website einen gut sichtbaren Banner oder einen Störer.

Tipp 11: Positives Wording nutzen

Bei der Werbung für Special Shopping Days zählen nicht nur die richtigen Angebote und das crossmediale Zusammenspiel passender Kanäle, sondern auch die Botschaften selbst. Vermittle positive Emotionen, indem du Begriffe und Formulierungen nutzt, die bei deiner Zielgruppe gute Gefühle und Kaufreflexe auslösen. Kurzum: Mache deiner Zielgruppe ein Angebot, dem sie nicht widerstehen kann.

Tipp 12: Den richtigen Ton treffen

Berücksichtige bei der Tonalität deiner Botschaften die Zielgruppe. Wähle entsprechend die Sie/du-Ansprache und stimme auch Wortwahl und Formulierungen auf die Zielgruppe ab. Bleibe dabei authentisch: Die gewählte Sprache muss zu deinem Unternehmen passen.

Tipp 13: Mit Nachhaltigkeit punkten

Immer mehr Konsumenten legen Wert auf einen nachhaltigen Konsum. Berücksichtige dies bei deiner Kommunikation. Biete eine umweltfreundliche Verpackung oder eine CO2-Kompensation an. Genauso kannst du einen Anteil des Verkaufserlöses an eine gemeinnützige Organisation spenden und pro Anzahl Verkäufe einen Baum pflanzen. Oder engagiere dich für generalüberholte Geräte (Refurbished Geräte), wenn du Elektronikprodukte anbietest. Ein solches Engagement muss aber zum Unternehmen und dem sonstigen Verhalten im Bereich Nachhaltigkeit passen. Denn „Green Washing“ wird schnell entlarvt.

Tipp 14: Werbung rechtzeitig einbuchen

Buche beliebte Werbeplätze unbedingt frühzeitig. Denn rund um Shopping Days sind sie besonders gefragt. Schalte auch die Werbung frühzeitig, weil Schnäppchenjäger oft lange vor den Shopping Days mit der Angebotssuche beginnen. Das betrifft vor allem die Black Week bzw. den Black Friday, wenn viele Konsumenten nach Weihnachtsgeschenken suchen und Lieferengpässe befürchten. Erwäge ggf., den Aktionszeitraum bereits einige Tage früher zu starten, sofern deine Preisstrategie das erlaubt.

22 TIPPS FÜR SPECIAL SHOPPING DAYS.

Tipp 15: Crossmedial werben

Setze auf eine crossmediale Kampagne, indem du die Stärken von Online- und Offlinekanälen kombinierst. Denke dabei an die Customer Journey deiner Zielgruppen und versorge die Konsumenten über die richtigen Kanäle mit den relevanten Informationen zum richtigen Zeitpunkt:

Bewußtsein: Direct Mailings, Samplings, Newsletter, Digital Out of Home, Display Ads, Social Media Posts, Inserate etc.

Entscheidung: Direct Mailings, Landingpage, Fachbeiträge, Produktvideos und –vergleiche, digitale Einkaufshelfer etc.

Kauf: Informationen am Point of Sale, Samplings, Produktetests/-demos, Verkaufsgespräche etc.

Beispielsweise erfolgt die initiale Botschaft digital in Form eines Banners oder eines Newsletters.

Zeigt die Empfängerin oder der Empfänger Interesse, erhält sie kurz darauf ein physisches Mailing, das die Botschaft verstärkt und z. B. einen Rabattgutschein als Wirkungsverstärker enthält.

Tipp 16: Kunden persönlich vorab informieren

Informiere deine wichtigen Bestandskunden rechtzeitig vor den Special Shopping Days persönlich über deine Angebote. Dazu eignen sich vor allem die Instrumente des Dialogmarketings wie Postmailings, Postkarten-Mailings und Newsletter.

Tipp 17: Angebote personalisieren

Personalisiere und individualisiere deine Angebote, um die Relevanz zu steigern. Hat eine Kundin beispielsweise schon mehrmals Artikel aus dem Sportsortiment gekauft, kannst du sie gezielt über Shopping-Day-Angebote dieser Kategorie informieren. Das funktioniert nicht nur online, sondern genauso mit physischen Mailings – durch Programmatic-Printing sogar kurzfristig und automatisiert, wenn es die Kundendaten gibt.

Tipp 18: Neue Kundinnen und Kunden ansprechen

Wenn du mit deinen Angeboten zu einem Shopping Day vor allem Neukundinnen und Kunden gewinnen willst, empfiehlt sich unadressierte Direktwerbung als Postwurfsendung an alle Haushalte im Zielgebiet. Dadurch erreichst du die Zielgruppe, die sich für deine Aktionen am stärksten interessiert.

Tipp 19: Prospekte online aufschalten

Stelle spezielle Prospekte und Flyer für die Special Shopping Days auf den diversen Prospekt-Apps bereit. So erreichst du shopping-affine Konsumenten. Diese erhalten Prospekte, Kataloge und Aktionen aus ihrer Region direkt auf das Smartphone

Tipp 20: Kooperationen nutzen

Schließ dich mit anderen Retailern zusammen, um gemeinsame Werbeaktionen wie Rabatte, Wettbewerbe Gewinnspiele oder Werbegeschenke durchzuführen. So vergrößerst du deine Reichweite um die Kundinnen und Kunden deines Partners. Dabei kannst du dich mit Geschäften der gleichen Branche zusammenschließen oder mit solchen, die andere Produkte anbieten, aber ähnliche Zielgruppen ansprechen. Beispiel: Eine Parfümerie realisiert gemeinsam mit einem Spa eine Aktion zum Singles' Day.

An den meisten Orten gibt es Gewerbevereine, Werbegemeinschaften oder das Stadtmarketing, die entweder selbst initiativ werden oder angesprochen werden können. HAPPY Marketing Solutions unterstützt dich gerne mit der Aktion „SHOPPINGGLÜCK“. [Hier](#) und in der Anlage zu diesem Aktionskalender gibt es mehr Informationen.

Tipp 21: Werbung in Echtzeit schalten

Mache auch am Tag selbst auf deine Angebote und Aktionen aufmerksam. Informiere per Newsletter oder via soziale Medien über Top Deals. Nutze zudem die Flexibilität von Digital Out of Home. Die Sujets auf digitalen Screens kannst du in Echtzeit anpassen. Das ermöglicht dir, im Umfeld deines Ladens auf zusätzliche Aktionen («Ab jetzt bis Ladenschluss 10% Zusatzrabatt») oder den Verkaufsfortschritt («Noch 20 Stück verfügbar») hinzuweisen.

Tipp 22: Erfolgskontrolle nicht vergessen

Messe die Performance deiner Werbemaßnahmen. So weißt du für den nächsten Special Shopping Day, was gut funktioniert und was weniger. Definiere dazu schon im Vorfeld die relevanten KPIs. Nicht nur Onlinewerbung bietet dir eine Fülle wertvoller Daten. Auch bei Printwerbung kannst du den Erfolg messen, z. B. mithilfe eines codebasierten Gewinnspiels. Die HAPPY Gewinnspiel-Lösung ermöglicht das tracken aller Aktionen nach Medien, Standorten etc. Im Blogartikel [„Erfolgreiche Handels-Gewinnspiele“](#) liest du mehr.

*) WERBEIDEEN FÜR AUSGEWÄHLTE GEDENKTAGE.

Werbeideen zu Aktionstagen zu entwickeln, ist eine sehr wichtige Aufgabe für jeden Marketier. Die Bandbreite an Aktionstagen ist schier unendlich. Für jedes Unternehmen und jede Zielgruppe gibt es diverse Aktionstage, die sich für Marketing, Vertrieb, Kundenbindung, Events und Employer Branding nutzen lassen.

11. Januar

Tag des deutschen Apfels

Zur Kundenbindung kannst du einen Apfel und das Thema Gesundheit so in den Fokus rücken. Das bietet sich insbesondere für Unternehmen im Gesundheitssektor an, seien es Apotheken, Ernährungsberater oder Zahnärzte. Gerade zu Beginn des Jahres hat das Thema Gesundheit für viele Menschen eine höhere Priorität. Deshalb treffe mit einer solchen Marketingaktion den Nerv der Zeit.

17. Januar

Wirf Deine Jahresvorsätze über Bord Tag

Dieser Aktionstag wird gerne von den Medien aufgegriffen. Das kannst du dir zunutze machen und Journalisten Inhalte zu dem Aktionstag zur Verfügung stellen, um so selbst in die Medien zu kommen. Z. B. Kundenanalysen eines Fitnessstudios, die zeigen, wann die Anmeldezahlen nach oben gehen und ab wann die Motivation wieder nachlässt.

21. Januar

Tag der Jogginghose

Wie sich Unternehmen mit einer Marketingaktion zu einem Aktionstag in die Öffentlichkeit bringen können, hat eine Supermarkt-Kette vor ein paar Jahren gezeigt, als alle Kunden, die Jogginghose tragen, saftige Rabatte bekamen. Diese Aktion wurde von den Medien aufgegriffen und seitdem wird über den Tag der Jogginghose jährlich in den Medien berichtet. Gerade in den letzten beiden Jahren steht die Jogginghose durch das Thema Home-Office zudem verstärkt im Fokus.

24. Januar

Tag der Komplimente

Wenn du als Unternehmen Komplimente verteilst, kommt das doppelt gut an: Es freut sich derjenige, der das Kompliment erhält.

Andererseits werden Menschen, die Komplimente verteilen, positiver wahrgenommen. Gleiches gilt auch für Unternehmen. Verteile also öffentlich Komplimente über deine Social-Media-Kanäle. Kunden im Rahmen der Kundenbindung Komplimente machen und Mitarbeitern im Rahmen des Employer-Branding. Persönlich, ehrlich und glaubwürdig sollten sie aber sein. Übrigens: Am 1. März wird der „Welttag des Kompliments“ begangen.

1. Februar:

Nationaler Ändere dein Passwort Tag

Nicht nur IT-Unternehmen sondern auch E-Commerce-Händler können den nationalen „Ändere dein Passwort Tag“ nutzen, um Ihre Kunden auf das Thema Datensicherheit aufmerksam zu machen. Wer seine User dazu auffordert, regelmäßig das Passwort zu ändern und Aufklärungsarbeit betreibt, warum dies so wichtig ist, kann sich im Zusammenhang mit dem Aktionstag als verlässlicher Partner positionieren.

7. Februar:

Schicke einem Freund eine Karte Tag

Erfunden wohl von einem Grußkartenhersteller. Man soll den Tag nutzen, um einem Freund eine Überraschung im Briefkasten zu bescheren. Nutze den Aktionstag für dein Marketing und ermögliche deinen Kunden, kostenlos eine Karte an einen Freund zu schicken. Du aktivierst deine Zielgruppe und hilfst deinen Kunden, anderen eine Freude zu bereiten. Es ist wissenschaftlich bewiesen: Freude bereiten macht glücklich! Wer ein lokales Ladengeschäft betreibt oder in der Gastronomie tätig ist, schenkt am Aktionstag allen Gästen eine frankierte Postkarte. Diese können die Kunden direkt vor Ort beschriften – du sorgst dafür, dass sie im Briefkasten landen!

*) WERBEIDEEN FÜR AUSGEWÄHLTE GEDENKTAGE.

Nicht nur Aktionstage eignen sich als Anlässe, die du in deinem Marketing aufgreifen kannst. Es gibt viele weitere Bräuche, Feiertage oder Jahreszeiten, die sich hervorragend eignen, um Werbeideen zu entwickeln. Die passenden Marketing-Ideen lassen sich leicht finden.

17. Februar

Tag der grundlosen Nettigkeit

Hier geht es nicht um große Geschenke sondern um kleine Aufmerksamkeiten, die Ende Februar vermutlich niemand erwartet und über die sich die Kunden daher umso mehr freuen! Der **“Tag der grundlosen Nettigkeiten“** bietet sich deshalb für kleine Aufmerksamkeiten und Aktionen als Werbeidee sehr gut an. Einzelhändler und E-Commerce können besondere Rabatte anbieten oder beispielsweise die Versandkosten an diesem Tag streichen. Handwerker und sonstige Dienstleister schenken Ihren Kunden ein Blümchen oder etwas Süßes. Zum nett sein bietet sich übrigens auch der **“Weltnettigkeitstag“** am 13. November an.

21. Februar

Internationaler Tag der Muttersprache

Die Welt wird immer globaler, aber die Bedeutung der eigenen Muttersprache bleibt und ist im Dialog mit anderen immens wichtig. Der von der UNESCO eingeführte **“Internationale Tag der Muttersprache“** bietet eine gute Gelegenheit, um interkulturelle Zielgruppen anzusprechen. Begrüße deine Kunden an dem Tag doch einfach mal auf türkisch, syrisch oder polnisch! Das funktioniert sowohl auf der Website, im Kundendialog per E-Mail oder auf Displays im Ladenlokal. Auf diese Weise zeigst du, dass dein Unternehmen weltoffen ist und Kunden aus allen Kulturen wertschätzt.

8. März

Internationaler Frauentag

Am 8. März hast du anlässlich des **„internationalen Frauentags“** die Möglichkeit Anerkennung zu schenken. Das kommt immer gut an. Wenn du selbst die Größe hast, die Leistung anderer zu würdigen oder Komplimente zu verteilen, macht dich das einfach sympathisch.

Schreibe z. B. allen weiblichen Kundinnen doch eine anerkennende Postkarte. Oder würdige die Arbeit deiner Mitarbeiterinnen. Anerkennendes Verhalten gegenüber Mitarbeitern, Kunden oder auch Dienstleistern sollte ohnehin fester Bestandteil der Unternehmenskultur sein. Deshalb solltest du Leistung regelmäßig würdigen, auch wenn du dies als selbstverständlich empfindest.

15. März

Weltverbrauchertag

Der **“Weltverbrauchertag“** wird in der Medienberichterstattung gerne aufgegriffen und eignet sich deshalb sehr gut, um das eigene Unternehmen durch PR-Maßnahmen in die Presse zu bringen. Überlege, welche Zahlen du als Unternehmen hast, die etwas über Verbraucher und deren Verhalten aussagen. Auf der Suche nach Themenideen schaue mal auf die Seite der Verbraucherzentrale oder recherchiere online, über welche Themen in den vergangenen Jahren im Zusammenhang mit dem **„Weltverbrauchertag“** berichtet wurde. Damit machst du dich verbrauchernah und deine Kunden werden es dir danken.

26. März

Erfinde-deinen-eigenen-Feiertag-Tag

Feiertage und Aktionstage gibt es viele. Es scheint kaum einen Aktionstag zu geben, den es nicht gibt! Und somit gibt es unzählige Anlässe für die verrücktesten Werbeideen. Am 26. März gibt es sogar den **“Erfinde-deinen-eigenen-Feiertag-Tag“**. Das ist die Gelegenheit, um den perfekten Aktionstag für dein eigenes Business ins Leben zu rufen. Über deine Social Media und sonstigen Kommunikationskanäle kannst du den Aktionstag entsprechend promoten. HAPPY hat das bereits umgesetzt und für den 8. September 2023 erstmals den **„Tag des Gewinnspiels“** ausgerufen.

*) WERBEIDEEN FÜR AUSGEWÄHLTE GEDENKTAGE.

Mit unserem Content-Kalender für 2023/24 verpasst du keine relevanten Feiertage und Groß-Events mehr, kannst bekannte und weniger bekannte Aktionstage in eine Kampagne einbauen.

1. April

Tag der älteren Generation

Am ersten Mittwoch im April wird der **“Tag der älteren Generation“** begangen. In Deutschland leben über 23 Millionen Menschen, die älter als 60 Jahre sind – eine riesengroße Zielgruppe. Bei der Ansprache von Älteren aber sollte man vorsichtig sein, denn viele fühlen sich nicht angesprochen, wenn sie als "Ältere" bezeichnet werden.

Rund um das Thema Alter und Rente gibt es viele lustige und tiefgründige Sprüche, die sich gut für die Interaktion mit deiner älteren Zielgruppe verwenden lassen. Zum Beispiel auf einer Werbepostkarte, die du allen älteren Kunden zum Tag der älteren Generation schickst.

3. April

Welt Party Tag

Am 3. April wird der **“Welt Party Tag“** gefeiert. Da wird einem direkt bewusst, wie viel zu kurz Feierlichkeiten in der Pandemie-Zeit gekommen sind. Ob große Party, gemütliches Beisammensein, edles Dinner oder zwangloses „Get together:“ Events, bei denen man auf andere trifft sind wichtig und beim Aufbau von Kunden- und Mitarbeiterbeziehungen nicht zu unterschätzen. Warum also nicht einmal ganz ohne konkreten Anlass oder anlässlich des Welt Party Tag zu einer Party oder sonstigen Veranstaltung einladen?

8. April

Weltgesundheitsstag

Gesundheit ist ein Thema, das jeden betrifft, daher eignet sich der **„Weltgesundheitsstag“** sehr gut für Content Marketing, also für Inhalte, die du auf deiner Webseite oder in Form eines Gastartikels auf anderen Webseiten zur Verfügung stellst. Überlege, in welchem Zusammenhang das Thema Gesundheit für dein Unternehmen von Bedeutung ist.

Als Personalvermittlungsagentur kannst du z. B. das Thema „Burn Out“ thematisieren, als Physiotherapeut geht es um Rückenleiden, als Coach um Achtsamkeit und Stressresistenz. Wichtig bei allen Inhalten ist, dass du dem Leser einen Mehrwert bietest. Es sollten also grundsätzlich gut recherchierte Informationen sein, die dem Leser möglichst ganz konkrete Tipps oder Hilfestellungen an die Hand gibst. Indem du dein Wissen zur Verfügung stellen, positionierst du dich als Experte und sorgst durch relevanten Content auf deiner Webseite oder externe Links für ein besseres Ranking bei Google und damit für mehr Webseiten-Besucher.

6. Mai

Anti-Diät-Tag

„Man muss auch gönnen können“. Am 6. Mai, dem **„Anti-Diät-Tag“**, lässt sich der Spruch leicht abgewandelt auf das eigene Wohlergehen beziehen, dann heißt es „Gönn dir!“ Ob es dabei um ein Stück Sahnetorte geht oder um etwas anderes, bleibt dir überlassen! Nutze den Anti-Diät-Tag für eine Rabattaktion für Bestandskunden und locke diese mit verführerischen Rabatten dazu, sich etwas zu gönnen.

7. Mai

Weltlachttag

Sympathisch werden vor allem diejenigen empfunden, die über sich selbst lachen können. Von daher machen dich doch am **“Weltlachttag“**, der am ersten Sonntag im Mai begangen wird, ganz einfach mal zum Affen und lass Öffentlichkeit über deine Social-Media- Kanäle daran teilhaben.

Dafür musst du nur das machen, was als Idee hinter dem Weltlachttag steht: Punkt 14 Uhr deutscher Zeit sollen alle zusammen eine Minute lang lachen. Die Idee stammt aus der Lachyogabewegung.

*) WERBEIDEEN FÜR AUSGEWÄHLTE GEDENKTAGE.

Der Aktionskalender bietet eine Übersicht über branchenrelevante Events, die man auf dem Zettel haben sollte. Außerdem können dir einige der witzigen Thementage Inspiration für deinen Content auf sozialen Kanälen wie Facebook und Instagram sowie im Newsletter geben.

28. Mai

Internationaler Weltspieltag

Die Initiatoren des **„Internationalen Weltspieltags“** haben vermutlich nicht an Gewinnspiele gedacht, als sie ihn 1999 ins Leben gerufen haben. Nutze den Weltspieltag für deine Werbeideen und bringe deine Kunden z. B. mit einem interaktiven Gewinnspiel zum Spielen. Verlose hochwertige Preise und gewinne damit die Aufmerksamkeit deiner Kunden.

1. Juni

Internationaler Kindertag

Es gibt kein einheitliches Datum für den „Kindertag“. Während der Internationale Kindertag am 1. Juni gefeiert wird, stehen auch der 20. September als Weltkindertag in Deutschland und Österreich sowie der 20. November als Weltkindertag der Vereinten Nationen ganz im Zeichen von Kindern.

Du denkst, dass der **„Internationale Kindertag“** für dein Marketing keine Rolle spielt, weil Kinder nicht zu deiner Zielgruppe gehören? Bedenke bitte, dass es sich bei deiner Zielgruppe oft um Eltern oder Großeltern handelt. Damit kann der Kindertag doch eine Gelegenheit für kreative Werbeideen sein. Ob Rabattaktion für alle Eltern, der kostenlose Download eines Ausmalbildes. Es muss keine umfangreiche Aktion sein, aber einfach eine Gelegenheit, zu der man mit seinen Kunden kommuniziert und ihnen einen Mehrwert bietet.

14. Juni

Tag des Gartens

Am 2. Sonntag im Juni wird der **„Tag des Gartens“** begangen. Hintergrund ist, die Bedeutung vor allem des Kleingartens ins öffentliche Bewusstsein zu rücken. In den letzten Jahren haben Kleingärten einen regelrechten Imagewechsel vollzogen.

Längst gelten Schrebergärten nicht mehr nur als Rentnerparadies, sondern ebenso als Sehnsuchtsort hipper Großstädter.

Der **„Tag des Gartens“** lässt sich daher für eine breite Zielgruppe und in unterschiedlicher Weise für das eigene Marketing nutzen. Sage deinen Kunden an dem Tag doch einmal ganz unverblümt, wie sehr du sie schätzt! So eine Aktion ist Balsam für jede Kunden-Seele und damit Kundenbindung pur!

28. Juni & 30. August u. a.

Christopher Street Day

Werbeidee zum **„Christopher Street Day“** gefällig? Poste am 28. Juni doch einfach die Regenbogenfahne in deinen Social-Media-Kanälen und setze damit ein Zeichen für Toleranz. Es muss nicht immer eine große Marketing-Aktion sein - häufig führt eine klare Positionierung viel stärker zu einer Identifizierung von Kunden zu deinem Unternehmen.

1. Juli

Internationaler Tag des Kusses

Vor ein paar Jahren erregte die Marketingkampagne eines Modelabels weltweit Aufmerksamkeit mit Küssen! In dem Kurzfilm **„First Kiss“** werden zwanzig Menschen dabei gefilmt, wie sie einen wildfremden Menschen zum ersten Mal küssen. Das Modelabel landete mit dem Video einen großen viralen Erfolg.

Obwohl das Video nicht nach Werbung aussieht, profitierte das Unternehmen enorm von der Kampagne. Lasse dich von diesem Beispiel inspirieren, wenn du Werbeideen für dein Unternehmen suchst. Gerade dann, wenn es nicht so sehr nach Werbung aussieht, funktioniert sie manchmal besonders gut.

*) WERBEIDEEN FÜR AUSGEWÄHLTE GEDENKTAGE.

Von spezifischen Events wie dem OMR-Festival oder der DMEXCO über Feiertage wie Ostern, Pfingsten und den Tag der Deutschen Einheit bis hin zu Thementagen, die man einfach nicht verpassen sollte: Mit unserem Aktionskalender behältst du jeden Tag im Blick. Es gibt immer was zu feiern!

17. Juli

World Emoji Day

Emojis sind aus der digitalen Kommunikation kaum mehr wegzudenken, kein Wunder, dass auch sie einen inoffiziellen Feiertag haben. Nimm dies für eine Postkarten-Marketing-Aktion zum Anlass, bei der du deine Kunden bittest, dich zu bewerten. Als Dankeschön lass deine Kunden kostenfrei gebrandete Postkarten an Freunde verschicken - natürlich mit Emojis als Motiv. Damit betreibst du Kundenbindung und profitierst gleichzeitig davon, dass deine Brand-Awareness durch die verschickten Postkarten gesteigert wird.

30. Juli

Internationaler Tag der Freundschaft

Was macht Freundschaft eigentlich aus? Wie viele Menschen haben eine beste Freundin oder einen besten Freund? Worin besteht der Unterschied zwischen einem Freund und einem Bekannten? Und wie lange halten Freundschaften im Durchschnitt? Frag dazu mal deine Kunden! An einer solchen Umfrage auf deinen Social-Media-Kanälen nehmen sicherlich viele Fans gerne teil, denn dazu kann jeder etwas zu sagen hat. Die Umfrageergebnisse lassen sich im Anschluss sehr gut fürs Content-Marketing und die PR-Arbeit verwenden!

8. August

Internationaler Katzentag

Jeder weiß: Katzen gehen immer! Und der Internationale Katzentag ist die Gelegenheit, davon zu profitieren, auch wenn dein Unternehmen eigentlich nichts mit Katzen zu tun hat. Du kannst z. B. ein Katzenvideo teilen und Likes kassieren.

21. August

Tag der Senioren

In Deutschland leben aktuell ca. 23 Millionen Menschen, die älter als 60 Jahre sind - eine gigantisch große Zielgruppe also.

Und obwohl es so viele sind, geraten sie im Alltag der jüngeren Generationen häufig aus dem Blickwinkel.

Dabei ist Aufmerksamkeit und Zuwendung gerade für Senioren besonders wichtig. Mit einer Postkarten-Aktion kannst du am „**Tag der Senioren**“ dazu beitragen, dass Senioren Aufmerksamkeit und Zuneigung in Form von persönlicher Post erhalten. Du spendierst deiner Zielgruppe ganz einfach, dass diese Gratis-Postkarten an ältere Menschen in deinem Umfeld verschicken können.

27. August

Einfach so Tag

Am 27. August wird weltweit der Aktionstag "Einfach so Tag" oder auch "**Just because Day**" begangen. Nimm dir dies zu Herzen und tue deinen Kunden einfach mal so etwas Gutes! Kundenbindung funktioniert am besten, wenn sie „einfach so“ erfolgt - also ohne einen konkreten Anlass wie Weihnachten oder Geburtstag. Bereite deinen Kunden eine Freude, indem du ihnen „einfach so“ einen saftigen Rabatt anbietest, „einfach so“ eine Postkarte schicken oder „einfach so“ ein Stück Schokolade schenken. Wenn deine Kunden merken, dass sie dir wichtig sind, werden sie sich geschmeichelt fühlen und dir wohlgesonnen gegenüberstehen.

*) WERBEIDEEN FÜR AUSGEWÄHLTE GEDENKTAGE.

Der Sommer geht und der Herbst schickt seine Vorboten. Und damit neue Werbeideen zu Aktionstagen Die Bandbreite an Aktionstagen ist schier unendlich. Für jedes Unternehmen und jede Zielgruppe gibt es diverse Aktionstage, die sich für Marketing, Vertrieb, Kundenbindung und Events nutzen lassen.

8. September Tag des Gewinnspiels

Es wird höchste Zeit, für den Jahres-Endspurt ein Weihnachts-Gewinnspiel oder ein Adventskalender-Gewinnspiel einzuplanen, um das Weihnachtsgeschäft anzukurbeln und deine Kunden an dich zu binden.. HAPPY Marketing Solutions hilft dir dabei mit einem All Inclusive Full Service Angebot

8. September Pardon-Tag

Sich zu entschuldigen, ist gar nicht so einfach. Das kennt man privat wie im beruflichen Kontext. Gerade in der Beziehung zu den eigenen Kunden ist es aber sinnvoll, sich zu entschuldigen, wenn mal etwas schiefgelaufen ist. Wer aktiv die Verantwortung für einen Fehler übernimmt und sagt, dass es ihm leidtut, erhält vom Gegenüber Respekt.

Der „Pardon-Tag“ lässt sich damit im Marketing gut für die Kundenrückgewinnung nutzen. Sprich an diesem Tag ehemalige Kunden an und bedauere, dass sie nicht mehr zu deinen Kunden gehören. Fragen sie warum! Deine ehemaligen Kunden werden sich geschmeichelt fühlen, weil du ihnen Aufmerksamkeit schenkst. So erfährst du zumindest einiges über die Gründe für die Abwanderung und kannst so dafür sorgen, dass du in Zukunft nicht noch mehr Kunden verlierst.

13. September Tag des positiven Denkens

Positive Gedanken bedeuten häufig schon die halbe Miete auf dem Weg zum Erfolg. Das gilt gleichermaßen für berufliche als auch private Ziele: Wer befördert werden möchte, abnehmen oder mehr Sport treiben will, dem hilft es, wenn er an sich glaubt. Als Unternehmen können Sie den „Tag des positiven Denkens“ nutzen und Ihre Kunden dabei unterstützen, positive Gedanken zu entwickeln. Ein Motivationsspruch per Postkarte z. B. oder ein Newsletter mit positiven News kann wahre Wunder wirken.

Letzter Freitag im September Tag des deutschen Butterbrotes

Was verstehst du unter einem Butterbrot? Solche Fragen eignen sich hervorragend, um sie beispielsweise auf Facebook zu stellen, denn die Interaktionsrate ist meist sehr hoch.

Für den „Tag des Deutschen Butterbrotes“, gibt es viele weitere Ideen: Veranstage im Büro ein gemeinsames Frühstück oder bringe allen Mitarbeitern ein Butterbrot mit - so wie früher das Schulbrot. Oder wie wäre es mit einem kleinen Experiment, das du filmisch festhältst und in den Social-Media-Kanälen teilst, ob das Butter-brot wirklich immer auf die Butterseite fällt?

27. September Welttourismustag

Der Welttourismustag bietet sich für zahlreiche Werbeideen in der Tourismusbranche an. Ob spezielle Angebote, Ratgeber rund ums Reisen, Aktivitäten, um bestehende Kunden zu binden oder PR-Aktionen, die den Tourismus weltweit beleuchten - die Möglichkeiten sind riesig.

1. Oktober Tag des Kaffees

Nicht viele Aktionstage wie der „Tag des Kaffees“ können von sich behaupten, eine eigene Website zu haben wie der Tag des Kaffees. Kaffee ist mit einem jährlichen Pro-Kopf-Verbrauch von 162 Litern das beliebteste Getränk der Deutschen - noch vor Bier und Mineralwasser!

Kaffee spielt auch in den meisten Unternehmen eine große Rolle. Kaffee-Dates lassen sich hervorragend nutzen, um Geschäfte miteinander zu machen. Ein gemeinsamer Kaffee ist gut investierte Zeit, denn mit einem Kaffee lässt es sich besser netzwerken. Auch neue Kontakte lassen sich sogar knüpfen, daher lade interessante Personen im Rahmen deiner Akquise unbedingt hin und wieder auf einen gemeinsamen Kaffee oder Espresso ein.

*) WERBEIDEEN FÜR AUSGEWÄHLTE GEDENKTAGE.

Nicht nur Aktionstage eignen sich als Anlässe, die Sie in Ihrem Marketing aufgreifen können. Es gibt viele weitere Bräuche, Feiertage oder Jahreszeiten, die sich hervorragend eignen, um Werbeideen zu entwickeln. Die Adventszeit und Weihnachten sind dafür Steilvorlagen.

Erster Freitag im Oktober Tag des Lächelns

Am ersten Freitag im Oktober wird der Aktionstag **„Tag des Lächelns“** begangen. Gerade im Oktober, in dem die Blätter von den Bäumen fallen, die Tage dunkler werden ist es schön, den anderen ein Lächeln zu schenken. Denn ein Lächeln erzeugt man vor allem dann, wenn man emotional berührt. Beispielsweise durch ein schönes stimmungsvolles Bild, einen klugen Spruch oder eine Postkarte im Briefkasten. Versuche also, den Kunden zum Lächeln zu bringen und betreibe damit Kundenbindung pur!

5. Oktober Mach was nettes Tag

Zum **„Mach-was-nettes-Tag“** kannst du eine unternehmensinterne Aktion starten und diese auch für die externe Kommunikation nutzen. Forder doch alle Mitarbeiter auf, heute etwas Nettes zu machen und berichte auf deinem Blog oder auf deinen Social-Media-Kanälen darüber.

6. Oktober Tag des Lächelns

Ein nettes Lächeln verbindet und so findet am 6. Oktober der **„Tag des Lächelns“** statt. Der Aktionstag geht auf Harvey Ball zurück, der den weltberühmten Smiley erfand. Nutze den Tag, um beispielsweise mit einer Rabattaktion ein Lächeln auf das Gesicht deiner Kunden zu zaubern.

3. November und 19. November Weltmännertag und Internationaler Männertag

Männer stehen im November gleich an zwei Aktionstagen im Fokus: Zum einen am **„Weltmännertag“** am 3. November, einem Aktionstag zur Männergesundheit. Zum anderen am Internationalen Männertag am 19. November, der neben der Männergesundheit auch Themen wie Gleichberechtigung und männliche Vorbilder thematisiert.

Das Marketing hat Geschlechter und die sind seit einigen Jahren wieder verstärkt im Blick: Spezielle Produktvarianten für Männer und Frauen gibt es viele. Die Männer-Aktionstage bieten Gelegenheit, die Thematik aufzugreifen und zusätzliche Umsätze zu generieren - sei es mit speziellen Angeboten für Männer. Oder aber für Frauen, wenn sich an den Tagen ohnehin schon alles andere um Männer dreht.

29. November Black Friday

Der **„Black Friday“** stammt aus den USA und zeigt, welche Kraft ein Aktionstag erreichen kann. Als Freitag nach Thanksgiving gilt der Black Friday als Auftakt für die Einkäufe von Weihnachtsgeschenken. Viele Händler bieten an diesem Tag besondere Rabatte für Ihre Kunden an. Seit 2005 ist der Black Friday der umsatzstärkste Tag in den USA. Auch in Deutschland wird die Bedeutung des Black Friday immer größer, so dass Einzelhändler und Online-Shops gut beraten sind, mit speziellen Rabatten Kunden anzulocken. Black Friday stellt für viele Unternehmen den Auftakt der Marketing-Aktivitäten zu Weihnachten dar.

18. Dezember Back Kekse Tag

Der Dezember bietet mit Weihnachten bereits jede Menge Potenzial für Marketingideen. Und auch der **„Back Kekse Tag“** am 18. Dezember steht ganz im Zeichen der Vorweihnachtszeit. Der Aktionstag kann wunderbar genutzt werden, um sich auf Social-Media-Kanälen mit den eigenen Kunden auszutauschen.

Frage im Vorfeld nach den beliebtesten Plätzchen Rezepten. Der Kunde, der das Rezept eingereicht hat, darf sich über eine kleine vorweihnachtliche Überraschung freuen.

*) ERLÄUTERUNGEN FÜR AUSGEWÄHLTE GEDENKTAGE.

Gegenteiltag (Opposite Day) Jedes Jahr am 25. Januar

Der „**Gegenteil-Tag**“ ist ein Tag, der in keiner amüsanten Sammlung von Aktionstagen fehlen darf. Angeblich geht er zurück auf den US-Politiker und Friedensrichter Alexander Kerr Craig, der seit dem Jahr 1872 seinen "Opposite Day" begangen haben soll. Andere Quellen legen eine Verbindung zur Cartoon-Serie Spongebob Schwammkopf nahe, weil eine Folge der ersten Staffel nennt sich dort im Original tatsächlich "Opposite Day". Noch wieder andere beziehen sich auf den US-Präsidenten Calvin Coolidge, der in einer Wahlkampfveranstaltung 1928 eine Aussage zu seiner Kandidatur machte, die von den Medien als gegenteilig aufgefasst wurde.

Laut einem Eintrag in der Stupidedia findet der Gegenteiltag am 11.11. statt, weil das Gegenteil dieses Datums (also auch der 11.11.) auf denselben Tag fallen würde - womit es aber kein Gegenteil mehr wäre. Somit fände der Gegenteiltag eigentlich niemals statt. Denn beim 11.11. sind alle Ziffern austauschbar, es bleibt immer beim 11.11.! Die Tagesbezeichnung legt nahe, was an diesem Aktionstag getan werden sollte: Nämlich genau das Gegenteil dessen, was man sonst an einem normalen Tag machen würde.

Weltkrokettag Jedes Jahr am 28. Februar

Es gibt ihn tatsächlich, den „**Weltkrokettag**“. Was man hier feiert und vor allem den ursprünglichen Grund dazu, ist nicht mehr zu ermitteln. Mit über 200 Kilo-Kalorien pro 100 Gramm-Portion! ist die Krokette allerdings noch besser für eine Diät geeignet als die Pommes. Vermutlich hat aber auch hier (ähnlich dem Tag der Tiefkühlkost) ein Wirtschaftsverband seine Finger im Spiel gehabt und das Ganze ist nicht mehr als eine Marketingaktion.

Tag der Tiefkühlkost Jedes Jahr am 6. März

Für 90% der Deutschen steht fest: Tiefkühllebensmittel haben die Vorratshaltung einfacher gemacht und das Kochen erleichtert. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage zum „**Tag der Tiefkühlkost**“.

Der Meeresbiologe Clarence Birdseye gilt als Erfinder der Tiefkühlkost. Er unternahm 1915-1922 mehrere Forschungsreisen nach Neufundland und konnte bei den Inuit beobachten, wie man den eisigen Lebensraum nutzbar machen kann: Um ihr Hauptnahrungsmittel Fisch haltbar zu machen, froren Sie ihn einfach ein. Dazu hängten sie ihren Fang in den eisigen, bis zu minus 45 Grad Celsius kalten Wind. Binnen kürzester Zeit war er tiefgefroren. Die so haltbar gemachten Lebensmittel hielten den ganzen Winter über und schmeckten nach dem Auftauen auch nach Wochen und Monaten noch genauso frisch wie gerade gefangen oder erlegt.

Christopher Street Day (CSD) Berlin

Der „**Christopher Street Day**“ ist ursprünglich ein reiner Gedenktag anlässlich eines Aufstandes Homosexueller gegen die Polizeiwillkür. Er fand am 28. Juni 1969 in der Christopher Street in New York statt und endete in tagelangen Straßenschlachten. Schon 1 Jahr später wurde mit einem Christopher Street Liberation Day" ein Gedenktag an diesen Aufstand eingeführt. Heute ist der Tag vor allem ein Feiertag. In Deutschland wurde er 1979 zuerst in Berlin und Bremen veranstaltet. Seitdem folgten nahezu alle größeren Städte im Bundesgebiet, teils jedoch unter anderen Bezeichnungen. In Köln wird diese Veranstaltung z.B. "Cologne Pride" genannte. In Österreich nennt er sich "Regenbogenparade".

*) ERLÄUTERUNGEN FÜR AUSGEWÄHLTE GEDENKTAGE.

Tag des Gewinnspiels

Am 08. September

An diesem Tag haben wir erstmals in 2023 dem wunderbaren Instrument und Marketingtool „Gewinnspiel“ gewidmet, mit dem schon so viele Promotions erfolgreich von Unternehmen veranstaltet wurden. In den Augen von HAPPY leider noch viel zu wenige, denn nur unter 1% der Unternehmen veranstalten Gewinnspiele, während 75% der Verbraucher an Gewinnspielen teilnehmen. Den „**Tag des Gewinnspiels**“ wollen wir dazu nutzen, auf dieses Missverhältnis aufmerksam zu machen und dem Gewinnspiel die Bedeutung im Marketing zu geben, die es verdient. Wir werden rund um den Gedenktag mit entsprechenden Aktionen dazu beitragen.

Tag der Putzleute

Am 07. November

Es sind nicht nur Frauen, sondern auch Männer, die für Sauberkeit sorgen. An diesem „**Tag der Putzleute**“ geht es um die Würdigung und eine faire Bezahlung.

Singles` Day

Am 11.11.

Der Handel hat es erkannt: Liebeskummer wird gerne mit Shopping bekämpft. So haben zum „**Single`s Day**“ in 2022 mehr als 200 Onlineshops mit satten Rabatten geworben. Es gibt sogar eine eigene Webseite: <https://www.singles-day-deals.de>. Dass der Singles`Day auf den 11.11. fällt, hängt mit seinem Ursprung in China zusammen, denn da soll die Zahl 1 im Datum die Singles symbolisieren.

Black Friday

Am 29.11.

„**Black Friday**“ (*schwarzer Freitag*) wird in den Vereinigten Staaten der Freitag nach **Thanksgiving** genannt.

Da Thanksgiving immer auf den vierten Donnerstag im November fällt, gilt der darauffolgende Freitag als Start in ein traditionelles Familienwochenende und als Beginn der Weihnachtseinkaufssaison.

Am 29. November ist es in diesem Jahr so weit. Zahlreiche Geschäfte und Onlineshops feiern mit speziellen Rabattaktionen und Sonderangeboten den Black Friday. Der „**Black Friday**“ ist eine Verkaufsveranstaltung des Einzelhandels, die Rabatte in den Fokus stellt und zum Kauf von Produkten verführen soll. Mittlerweile ist die Rabattaktion in vielen Industrienationen sowohl im stationären als auch im Online-Handel übernommen und erweitert worden.

In den Vereinigten Staaten von Amerika ist dieser Tag zugleich der inzwischen auch hierzulande nicht mehr zu übersehende Black Friday, einen Tag nach Thanksgiving. An diesem Tag haben viele US-Amerikaner frei haben und der Handel leitet spätestens jetzt den Beginn der Weihnachtseinkaufssaison mit Rabattaktionen ein. Der Black Friday ist damit bei den umsatzstärksten Tagen des Jahres auf Platz 5.

Kauf-nix-Tag (Buy-Nothing-Day)

Am 26.11.

Der „**Kauf-nix-Tag**“ ist konsum- und wachstums-kritischer Aktionstag, der in Nordamerika am letzten Freitag und in Europa am letzten Samstag im November „gefeiert“ wird.

Mit dem „**Kauf-nix-Tag**“ soll ein 24-stündiger Konsumverzicht gegen „ausbeuterische Produktions- und Handelsstrategien internationaler Konzerne und Finanzgruppen“ protestiert und zum Nachdenken über das eigene Konsumverhalten angeregt werden.

*) ERLÄUTERUNGEN FÜR AUSGEWÄHLTE GEDENKTAGE.

Welt-Orgasmus-Tag

Jedes Jahr am 21. Dezember

Der „Welt-Orgasmus-Tag“ mag auf den ersten Blick lustig klingen und zugegebenermaßen darf man ihn auch gebührend feiern. Ins Leben gerufen hat in im Jahr 2006 eine kalifornische Friedensbewegung unter dem Namen "Global-Orgasm-for-Peace-Day". Es besteht also im Original ein Zusammenhang zum Frieden. Das genaue Datum dieses Tages ist vielfach abweichend. Die Global-Orgasm-for-Peace-Initiative rief den Tag ursprünglich zur Wintersonnenwende aus. Das ist meistens der 21. Dezember,

In Deutschland ist der Orgasmus ein tabureiches Thema. Auch wenn der Welt-Orgasmus-Tag hierzulande noch eher zum Schmunzeln anregt, so wird er mehr und mehr thematisiert und somit rückt auch die eigentliche Bedeutung wieder in den Vordergrund: Jeder hat ein Recht auf die Freude und sollte dieses auch in Anspruch nehmen. Der Orgasmus ist kein Tabuthema, sondern Grundlage des Lebens. In Deutschland und auch den meisten anderen europäischen Ländern wird dieser Tag stets auf den 21. Dezember datiert. Also in Anlehnung an das Original zur Wintersonnenwende.

Scheißtag

Jedes Jahr am 29. Dezember

Den „Scheißtag“ gibt es wirklich. Heutzutage wird damit ausgedrückt, dass an einem Tag aber auch alles schief läuft. Das Frühstücksei wird zu hart, die Zahnpasta kleckert auf das Hemd und das Auto versagt seinen Dienst also ein echter Scheißtag. Historisch gesehen hatte dieser Tag aber eine ganz andere Bedeutung.

Bis zum Ende des 19. Jahrhunderts standen Knechte, Mägde und Dienstboten ihrem Dienstherrn rund um die Uhr zur Verfügung. Damals gab es regelmäßig Probleme mit der Zeit, die der Knecht auf dem stillen Örtchen verbrachte. Diese Zeit forderten die Dienstherrn in Form eines zusätzlichen Arbeitstages wieder ein. Am Ende eines Dienstjahres mussten also Knechte und Mägde einen zusätzlichen Tag arbeiten, der zumeist auf 29. Dezember festgelegt wurde. Gemeinhin wurde dieser Tag dann „Scheißtag“ genannt.

29. Dezember

Tick Tack Tag

Am 29. wird der „Tick Tack Tag“ gefeiert, der vor allem eins deutlich machen soll: Die Zeit läuft. Das Jahr ist fast rum, wer bis zum Jahresende seine Ziele erreichen will, der muss sich ranhalten. Für Unternehmen eignet sich der Tick Tack Tag um das Thema Ziele und Gute Vorsätze aufzugreifen. Das funktioniert vor allem im Content Marketing sehr gut.

Denn rund um das Thema gibt es viel Potenzial für Hilfestellungen und gute Ratschläge. Wie setzt man sich realistische Ziele? Wie schafft man es, seine guten Vorsätze tatsächlich in die Tat umzusetzen? Was sind die wirklich wichtigen Dinge im Leben, für die es sich zu kämpfen lohnt? All diese Fragen bewegen die Menschen. Überlegen Sie, welche Verbindung Ihr Unternehmen zum Thema Ziele und Vorsätze hat. Unterstützen Sie andere bei der Zielerreichung? Verkaufen Sie Produkte, die eingesetzt werden können, um Ziele zu erreichen? Oder welche Ziele setzt sich Ihr Unternehmen für das kommende Jahr? All diese Themen lassen sich am Tick Tack Tag fürs Content Marketing einsetzen.

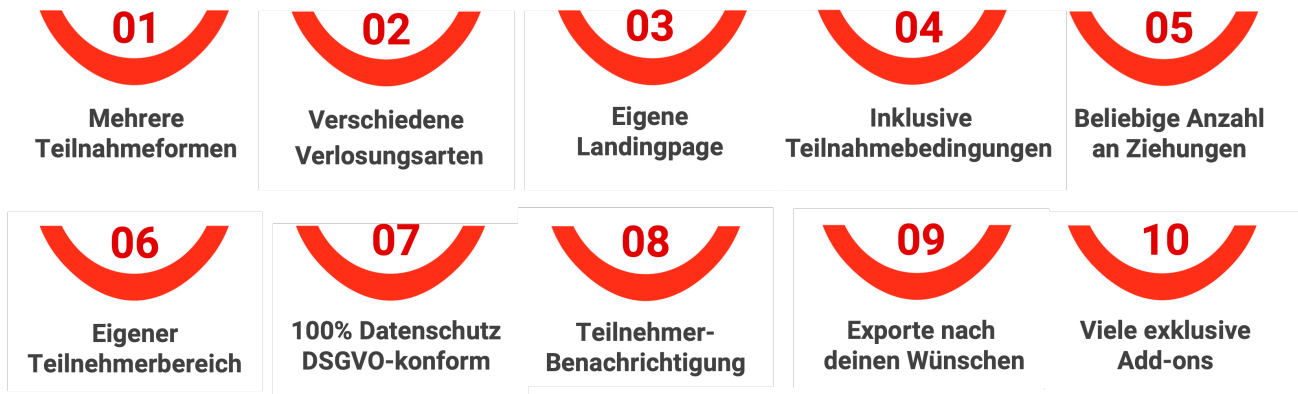
Starke Leistungen für starke Gewinnspiele

Von der Idee bis zum Support. Alles aus einer Hand.

- Full Service mit Rundum-Betreuung
- Individuell zugeschnitten auf unsere Kunden
- Dank modularem System auch selektiv nutzbar
- Flexible Leistungsanpassung auf deine Wünsche
- Verlosungen & abgesicherte Gewinnspiele
- Übertroffene Inklusiv-Solution
- Exklusive nützliche Add-ons
- Keine überraschenden Zusatzkosten

	<p>Ideen & Konzept</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Kampagnenideen ■ Gewinnspiel-Konzeptoptimierung 		<p>Projekt-Management</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dank „Alles aus einer Hand“ minimaler Aufwand für dich ■ Persönlicher Ansprechpartner
	<p>Designentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Designentwicklung & Grafikerstellung ■ Landingpages im Vollbranding ■ Abgestimmte Werbemittel 		<p>Programmierung & Hosting</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Landingpage, Teilnahmeprozess & Gewinnspielabwicklung ■ Alle Daten sind sicher gehostet ■ Wir setzen auch Sonderwünsche um
	<p>Produktion Aktionsmaterial</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Plakate, Teilnahmeflyer, Mailings, Displays... ■ In allen Formaten & Auflagen ■ Specials für individuelle Kampagnen 		<p>Daten-Management</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Datenschutzkonforme Erfassung und Speicherung ■ Einspielung von Offline-Teilnahmen ■ Rechtskonform durch ADV/AVV-Vereinbarung
	<p>Gewinn-Management</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Um die Gewinne kümmern wir uns auf Wunsch ■ Partnerakquise, Einkauf, Lagerung, Distribution ■ Optimale Preise dank unserem exzellenten Netzwerk 		<p>Rechtliche Abwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Geprüfte Muster-Teilnahmebedingungen ■ Datenschutzkonforme Werbeeinverständnisse mit DOI ■ Flexibel mit alternativen Teilnahmewegen
	<p>Absicherung Gewinnrisiko</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Wir sichern das Gewinnrisiko mit unserer Schwesterfirma ab ■ Keine komplizierten Verträge ■ Keine weiteren Partner ■ Spart Zeit und Kosten, gibt mehr Spielraum 		<p>Teilnehmer-Support</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Für Fragen zur Registrierung ■ Oder für Werbe-Widersprüche ■ Standardmäßig via E-mail, nach Absprache auch telefonisch
	<p>Aktionswerbung</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Ein Gewinnspiel ist nur so gut wie es auch beworben wird ■ Wir unterstützen dich dabei mit Rat und Tat ■ Entwicklung individueller Zielgruppen-Ansprachen & Medien-Bewerbung 		<p>Gewinnspiel-Abwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Du hast bereits ein fertiges Gewinnspiel-Konzept und willst die Abwicklung outsourcen? ■ HAPPY unterstützt dich bei der Entwicklung, Produktion und Durchführung

HAPPY. Dein Experte für Gewinnspiel-Marketing.



Add-ons maximieren das Potenzial deines Gewinnspiels.

Wir beraten dich gerne, welche davon optimal zu deinen Zielen passen.



Multicode-Erfassung

- Mit Multicode steigert der Teilnehmer seine Gewinnchance und nimmt mehrfach am Gewinnspiel teil.
- Ideal geeignet für Produktcode- und Kassenbonn-Promotions, um den Umsatz zu steigern.



Codetracking

- Die Codes werden nach Faktoren gruppiert ausgegeben.
- Der Erfolg der einzelnen Gruppierungen wird schnell und präzise auswertbar.



Kassenbonn-Upload

- Damit verbindest du offline mit online und erhältst wertvolle Kaufdaten.
- Wir überprüfen die Kassenbelege auf Teilnahmeberechtigung.
- Es können auch Fotos oder Dokumente hochgeladen werden.



Empfehlungs-Werbung

- Mit der Empfehlungswerbung generierst du leicht zusätzliche Leads.
- Die Teilnehmer können Freunde & Kollegen zur Teilnahme am Gewinnspiel einladen und steigern dadurch die eigene Gewinnchance.



Umfrage-Einbindung

- Mit der Einbindung einer freiwilligen Umfrage im Registrierungsprozess deines Gewinnspiels generierst du wertvolle qualitative Informationen für die gezielte Werbeansprache.



Sofortgewinne

- Erhöhen den Anreiz am Gewinnspiel teilzunehmen.
- Aufmerksamkeit und Loyalität deiner Kunden sind dir sicher.



Sonderfunktionen

- Wir erfüllen gerne deine zusätzlichen Wünsche.
- Bei uns steht deine Zufriedenheit immer an erster Stelle.



Mehrsprachig

- Wir helfen dir, dein Gewinnspiel international anbieten zu können.
- Mehrsprachigkeit ist bei unserer Gewinnspiel-Lösung kein Problem.

*Einzelpreise auf Anfrage

HAPPY. Dein Experte für Gewinnspiel-Marketing.

Leadgenerierung, Mehrumsatz und Absatzsteigerung, digitale Transformation sowie Kundenbindung und Neukundengewinnung, sind die anspruchsvollen Marketingziele in jedem Unternehmen. HAPPY Marketing Solutions nimmt die Herausforderung an. Mit uns als erfahrene Gewinnspiel-Agentur an deiner Seite wird dein Gewinnspiel ein voller Erfolg.

Wir beraten dich im Vorfeld eingehend, mit welchem Gewinnspiel deine Ziele am besten erreicht werden. Unsere Gewinnspiel-Lösungen bieten dafür überzeugende Features und einzigartige Add-ons – auf Wunsch auch mit Absicherung der Gewinnausschüttung. Damit kannst du aus deinem Budget ein deutlich attraktiveres Gewinnangebot machen.

Wir betreuen deine Gewinnspiel-Kampagne mit Full Service!

HAPPY Marketing Solutions ist der erfahrene und kompetente Experte für maßgeschneiderte Gewinnspiel-Lösungen – von der Code-Promotion über Kassenbon-Upload bis hin zum reinen Online-Gewinnspiel. Wenn wir für dich ein Gewinnspiel erstellen und betreuen, profitierst du

von einem erstklassigen und zuverlässigen Full Service. Wir sind von der Konzeption über die Entwicklung und Absicherung bis hin zur Durchführung und dem Teilnehmersupport deiner Kampagne immer an deiner Seite.



Gewinnspielformate für jedes Marketingziel.

Wenn du eine Gewinnspiel-Lösung für einen bestimmten Einsatzort bzw. ein Medium suchst, ein wichtiges Marketingziel erreichen willst oder einen besonderen Anlass hast, wirst du bei HAPPY fündig. Alle Gewinnspielformate werden auf deine Anforderungen maßgeschneidert. Wir setzen auch deine Sonderwünsche mit unserem erfahrenen Entwicklerteam zuverlässig um.

Alle Gewinnspiel-Lösungen von HAPPY haben rechtskonforme Teilnahmebedingungen und sind garantiert DSGVO-konform.

HAPPY. Dein Gewinnspiel-Experte.

Wir lieben und leben gut gemachte Gewinnspiele.



0 61 03 / 20 53 800
kontakt@happysolutions.de

IMPRESSUM