

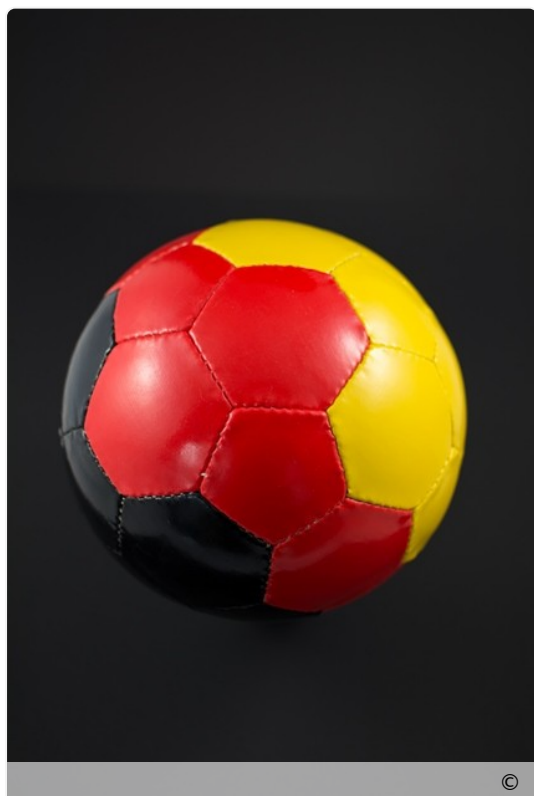
Kalkulierbarkeit im Werbespielfeld zur Fußball-Europameisterschaft: Versicherte Promotions zur Imagesteigerung und Verkaufsförderung

Mit Sicherheit ins Tor: Die EMIRAT AG ermöglicht abgesicherte Marketingmaßnahmen rund um die EM 2016 / Seit den Qualifikationsspielen für die EM 2016 stellen auch Unternehmen aus Industrie und Handel ihre Marketing-Spielpläne für das Großereignis auf. Aktionen wie „bei jedem Tor von Deutschland im Endspiel gibt es 50 Euro für den im Zeitraum x erworbenen Fernseher zurück“ kurbeln den Verkauf an.

Sind diese im Vorfeld jedoch nicht durchdacht, können hohe Rücklaufquoten Unternehmen auch ins Abseits führen. Daher bietet die EMIRAT AG (www.emirat.de) abgesicherte Promotions und Gewinnspiele an. EM-Promotions wie beispielsweise Geld-zurück-Garantien werden dabei von der Kalkulation bis zur Absicherung von EMIRAT gehandhabt.

Vom 10. Juni bis 10. Juli 2016 kämpfen die qualifizierten Mannschaften in Frankreich um den Titel „Fußball-Europameister 2016“. Großveranstaltungen wie diese bewegen die ganze Welt – das Werbepotenzial, das sich hieraus ergibt, haben zahlreiche Veranstalter und Unternehmen erkannt. Doch welche Maßnahmen erzielen die sichersten Treffer?

Die EMIRAT AG hat sich als Risiko-Management-Spezialist auf abgesicherte Marketingaktionen spezialisiert. Hierzu zählen Gewinnspiele, Rabattaktionen, Geld-zurück-Garantien, Tippspiele und vieles mehr. EMIRAT übernimmt dabei das finanzielle Risiko der auf Wahrscheinlichkeiten basierenden Aktionen. So schüttet der Absicherungsexperte im Gewinnfall den Geld- oder Sachpreis aus und übernimmt die Auszahlung bei zu hohen Rücklaufquoten von Rabattaktionen und Geld-zurück-Garantien.



Anpiff für abgesicherte Promotions zur EM 2016

Ist eine Aktion über EMIRAT versichert, kann das jeweilige Unternehmen das Werbepotenzial voll ausschöpfen, aber die Promotion dennoch auf den Cent genau kalkulieren und sich so vor unvorhergesehenen Ereignissen schützen. „Mit verhältnismäßig geringem finanziellem Einsatz können hohe Preise ausgelobt werden, was die Aufmerksamkeit und somit die Beteiligungsrate automatisch erhöht. Dieser Jackpot-Effekt ist entscheidend für den Erfolg einer Kampagne“, erklärt Ralph Clemens Martin, Vorstand der EMIRAT AG. „Wir übernehmen zum einen die Ideenfindung und Umsetzung und zum anderen die Kalkulation und Absicherung des zu tragenden finanziellen Risikos. Der jeweilige Veranstalter entrichtet lediglich einen einmaligen am Risiko orientierten Betrag an uns. Die Prämie wird dabei abhängig von der erwarteten Teilnehmerzahl, der Gewinnwahrscheinlichkeit und der eigentlichen Spielmechanik bzw. dem

finanziellen Risiko der geplanten Aktion individuell berechnet“, ergänzt Martin.

Dabei können alle Aktionen abgesichert werden, die auf Wahrscheinlichkeiten beruhen: Fähigkeitsbasierte (z.B. Torwandschießen) und mathematische Spiele (z.B. Rubbelkarten), Redemption Coverage (z.B. Geld-zurück-Garantien, Rabattaktionen) und Prediction Coverage. Unter letzteres fallen Ereignisse, die in der Zukunft liegen und sich nicht beeinflussen lassen. Zur EM 2016 ergibt sich damit ein breites Spielfeld für Unternehmen unterschiedlicher Größenordnung und Branchen.

Pressekontakt:

Helena Westfeld
Telefon: +49 (0) 89-255 41-0
Fax: +49 (0) 89-255 41-55
E-Mail: h.westfeld@emirat.de

Unternehmen

EMIRAT AG
Elisabethplatz 1
80796 München

Internet: www.emirat.de

Pressekontakt:

Ulrike Peter
Telefon: +49 (0)211-97 179 77-0
E-Mail: up@punctum-pr.de

Unternehmen

punctum pr-agentur GmbH
Neuer Zollhof 3
40221 Düsseldorf

Internet: www.punctum-pr.de