

Regeln für Promotion-Aktionen-Retail & Events in Shopping Malls

(Fassung: 16.03.2024)

Grundvoraussetzung

Grundvoraussetzung für den Abschluss eines Mietvertrages in Shopping Centern ist das Einreichen einer ausführlichen Beschreibung (Konzept) der geplanten Aktion sowie von Fotos oder detaillierter Skizzen des kompletten Standaufbaus. Diese Unterlagen werden zum Bestandteil des Mietvertrages.

Die ausführenden Promoter vor Ort sind über diese Qualitätsstandards und Sicherheitsregeln in Kenntnis zu setzen!

1) Auf- und Abbau der Aktion

- Zum Aufbau zugelassen ist ausschließlich die Ausführung der Promotion, die beim jeweiligen Centermanagement (CM) zuvor mit der Buchungsanfrage angemeldet wurde und nach Annahme durch das CM zum Bestandteil des Mietvertrages geworden ist.
- Bitte denken Sie daran, Ihre Bedürfnisse an die Zugangswege (z.B. Türbreiten, Deckenhöhen, Bodentragfähigkeit, Zugang ohne Treppenstufen bzw. Rampeneinsatz, etc.) und die Versorgung der Aktionsfläche (mit z.B. Strom, DSL, Wasser, etc.) frühzeitig anzumelden.
- Der komplette Auf- bzw. Abbau der Standanordnung / des Promotionstandes hat außerhalb der Kernöffnungszeiten des jeweiligen Centers zu erfolgen. Das bedeutet für den Aufbau: Entweder nach Ladenschluss im Center am Vorabend der Promotion oder vor Ladenöffnung am ersten Tag der Promotion.
- Bitte sprechen Sie in jedem Fall den Aufbautermin vorab mit der Haustechnik des jeweiligen Centers ab. Melden Sie sich auf jeden Fall nach Ihrem Eintreffen im Center VOR Aufbaubeginn beim CM bzw. der Haustechnik an.
- Sofern der Auf- bzw. Abbau an einem Sonn- oder Feiertag erfolgen soll, oder Sie eine Nachtwache für Ihren Promotion-Aufbau wünschen, ist es notwendig, vorab einen kostenpflichtigen Sicherheitsdienst mit zu bestellen. Die Kontaktdaten werden Ihnen mit der E-Mail Buchungsbestätigung über SHOPUNITS oder EXPERTISALE zugesendet.
- Während der Öffnungszeiten des Centers darf kein Equipment mehr an die Promotion-Fläche gebracht werden.
- Der Abbau der Promotion erfolgt immer erst nach Ladenschluss im Center. Es ist nicht gestattet, bereits während der Ladenöffnungszeit teilabzubauen oder Equipment einzupacken. Bitte melden Sie sich, sofern möglich, beim CM ab.

2) Separate Anlieferung von Equipment und Waren

Bitte stimmen Sie die Anlieferung von Equipment und Waren vorab mit dem CM ab, um Probleme bei der Abwicklung und Zuordnung zu vermeiden. Wichtig hierbei ist, dass Sie dem CM den genauen Lieferumfang mitteilen.

3) Erscheinungsbild der Stände, Bodenbeläge, nicht zulässige Elemente

- Die Standaufbauhöhe sollte 2,80 m in vielen Centern nicht überschreiten. Viele Shopping-Center verlangen mittlerweile eine **max. Standaufbauhöhe von nur 1,40m**. Die ideale Standtiefe beträgt max. 3,50 m.
- Alle Bodenbeläge müssen sauber und frei von Stolperkanten verlegt und mit für den Untergrund geeignetem, wieder löslichem Klebeband o. ä. befestigt werden. Die Ränder des Bodenbelages sind mit einem Klebeband auf dem Flächenboden zu verkleben. Kabel und Zuleitungen müssen unter den Bodenbelägen verlegt werden.
- Bis auf wenige Ausnahmen (z.B. bei Brunnenüberbauten) müssen die Aktionsflächen im Center vom Promoter auf dessen Kosten ganzflächig mit allzeit wertig und sauber aussehenden Bodenbelägen ausgelegt werden. Hierbei kann es sich um Teppich- oder PVC-Böden handeln (Aus Gründen der leichten Verschmutzbarkeit bitte z.B. auf weiße Teppichböden verzichten). Ggf. anfallende Reinigungskosten gehen zu Lasten des Promoters. Die Reinigung hat unverzüglich und außerhalb der Öffnungszeiten zu erfolgen.
- Alle verwendeten Ausstellungsgegenstände, Bodenbeläge, etc. müssen die **Brandschutzklasse B1** erfüllen. Das Erscheinungsbild der Promotion muss aus jeder Blickrichtung (z.B. einsehbare Standrückseiten, Draufsichten aus höheren Stockwerken, etc.) jederzeit qualitativ hochwertig sowie optisch ansprechend und gepflegt aussehen. Standoptik bzw. Werbemedien müssen in Qualität und Anordnung mindestens dem Standard entsprechen, der zuvor mit dem Konzept beim CM eingereicht und von diesem genehmigt wurde (Mietvertragsbestandteil). Es wird von Messebauqualität mit Branding ausgegangen.
- Sogenannte Pop Up Faltwände („Spinnen-Stellwände“) mit einseitiger Bespannung (ohne ansprechende Rückansicht), Zeltbauten, Sonnenschirme, Werbebanner, Beachflags, A-Aufsteller (Kundenstopper) und dergleichen sind Indoor nicht zulässig.

4) Bekleidung des Standpersonals

- Das eingesetzte Personal muss angemessen (möglichst auch einheitlich) gekleidet und sollte durch Firmen- sowie Namensschilder eindeutig erkennbar sein.
- Darüber hinaus ist unbedingt auch für ausreichend (nicht einsehbaren) Stauraum z.B. für Lagerware, Prospektmaterial, etc., (ebenso für Kleidung und persönliche Gegenstände des Standpersonals) zu sorgen, die nicht offen sichtbar herumliegen dürfen.

5) Anzahl Promoter/ Standbesetzung

- Es ist über den gesamten Promotion-Zeitraum eine Anzahl an Standbetreuern einzusetzen, die der Größe und Anzahl der angemieteten Aktionsflächen angemessen ist. Sofern es sich um mehrere, räumlich voneinander getrennte Flächen handelt, muss während der Ladenöffnungszeiten je Stand mindestens ein Promoter im Einsatz sein. Auch während der Pausenzeiten von Standpersonal dürfen die Stände nicht unbesetzt sein. Das Essen und Trinken am Stand ist nicht gestattet.
- Die Anzahl an Promotern hat der aus der Promotionsbeschreibung zu entsprechen, die zuvor mit der Buchungsanfrage beim CM eingereicht und von diesem genehmigt wurde (Mietvertragsbestandteil).

6) Kundenansprache | Verteilung von Flyern | Sampling

- Produkt und Promotion-Konzept sollen den Centerbesuchern einen emotionalen Mehrwert bieten. Sie sollten für den Kunden im Optimalfall ansprechend und unterhaltsam sein und ihn zur Interaktion veranlassen.
- Die Durchführung der Promotion hat der Promotionsbeschreibung zu entsprechen, die zuvor mit der Buchungsanfrage beim CM eingereicht und von diesem genehmigt wurde (Mietvertragsbestandteil). Dies gilt insbesondere auch für die Durchführung von Gewinnspielen.
- Centerbesucher dürfen nur dann angesprochen werden, wenn sie ihr Interesse an dem beworbenen Produkt/ Dienstleistung dadurch signalisieren, dass sie die Aktionsfläche von sich aus betreten oder interessiert an der Aktionsfläche stehenbleiben.
- Promoter dürfen interessierte Besucher ausschließlich von der Promotion-Fläche aus ansprechen. Eine Ansprache von nicht interessierten Besuchern oder durch außerhalb einer Promotion-Fläche agierende Promoter wird als aggressiv empfunden und ist nicht gestattet. Insbesondere dieses Verhalten kann im Wiederholungsfalle zum entschädigungslosen Verweis aus dem Center durch das CM führen. Eine Beschallung des Centers ist grundsätzlich nicht zulässig.
- Das Verteilen von Warenproben (Sampling), Flyern, Luftballons oder ähnlichem ist grundsätzlich gestattet. Der Wunsch auf der Aktionsfläche Warenproben zu verteilen muss eindeutig aus der Promotion-Beschreibung hervorgehen. Selbiges gilt für die Ausgabe von Flyern auf der Aktionsfläche.
- Sich durch das Center zu bewegen und eine Verteilung durchzuführen, sowie das Verteilen von Flyern an Centereingängen oder deren Anbringung an den Autos der Centerbesucher ist nur ausnahmsweise gestattet und muss vom CM vor Ort genehmigt werden.
- Eine Anbringung von Plakaten, Flaggen (im Außenbereich), etc. ist in einigen Centern möglich und kostenpflichtig. Die Buchungsanfrage erfolgt, wie bei der Flächenbuchung, über SHOPUNITS.de.

7) Zusätzliche Vermarktungsmöglichkeiten

Einige Centerbetreiber bietet zusätzliche Vermarktungsmöglichkeiten. Sofern für das Center verfügbar, können Anzeigen in Centerzeitungen geschaltet werden, über ein webbasiertes Tool verschiedene, reichweitenstarke Neue Medien mit Information, Angeboten, Aktionen etc. des Mallmieters belegt werden. Dazu zählen z.B. die Startseite der jeweiligen Centerhomepage, die über das Einloggen der im Center vorhandenen kostenfreien Hotspots angezeigte Hotspot-Landingpage, ein mobiler Navigator (Mobilseite für Mobiltelefone mit jederzeit aktuellen Informationen, Angeboten, Aktionen für Nutzer), Mitteilungen in den jeweils angeschlossenen sozialen Netzwerken, Mobile-Vermarktung sowie weitere externe Medien wie z.B. Social Mapping Plattformen. Der Mallmieter erklärt sich bereit, durch das Centermanagement der Betreibergesellschaft oder einen von ihr beauftragten Dritten auf die erweiterten Vermarktungsmöglichkeiten angesprochen zu werden. Auch ohne ein Zustandekommen separater Vereinbarungen zur Vermarktung in weiteren Medien erklärt sich der Mieter bereits vorab damit einverstanden, dass der Vermieter die Mallaktion auf der jeweiligen Internetseite des Centers veröffentlicht.

8) Sicherheitsbestimmungen bei Fahrzeugausstellungen

Die Tanks der ausgestellten Kraftfahrzeuge sind bis auf eine kleine Restmenge zu entleeren (max. 3 l Tankinhalt). Die Fahrzeugbatterien sind abzuklemmen. Die Tankdeckel der Fahrzeuge müssen verschlossen sein. Die Zündschlüssel sind außerhalb des Fahrzeugs aufzubewahren. Die Fahrzeuge dürfen nur mit eingelegtem Gang und angezogener Handbremse auf der Aktionsfläche ausgestellt werden.
