

Marketing und Sichtbarkeit für Aussteller - BRIGA 2026

Worum geht es hier?

Mit diesem Dokument zeigen wir Euch, wie wir die BRIGA 2026 bewerben und wie Euer Betrieb vor und während der Ausstellung sichtbar wird. Ausserdem seht Ihr, welches Werbematerial wir Euch zur Verfügung stellen, damit Ihr die BRIGA in Eurem Umfeld einfach mitbewerben könnt. Und: Auch wer keinen Stand hat, kann an der BRIGA präsent sein.

Das Wichtigste in Kürze

- **BRIGA 2026:** Gewerbeausstellung mit Begegnungscharakter unter dem Motto „Brittnau läbt“.
- **Treffpunkt für Brittnau und die Region:** Gewerbe, Vereine, Institutionen und ein attraktives Rahmenprogramm.
- **Ihr steht im Zentrum:** Sichtbarkeit online, in Print und direkt am Anlass.

1) So bewerben wir die BRIGA 2026

Digital

- **Webseite** als Drehscheibe: Programm, Aussteller, Sponsoren und Partner, News und regelmässige Updates, wenn neue Details bekannt werden.
- **Facebook und Instagram** für Reichweite in der Region: Updates, Highlights, Aussteller- und Partnerpräsentation und Reminder.
- **LinkedIn** für Aussteller sowie Sponsoren und Partner, eher im professionellen Kontext.
- **Werbekampagnen:** Über Social Media werden wir im Vorfeld der Ausstellung umfangreiche Anzeige-Kampagnen schalten, um möglichst viele potenzielle Besucher zu erreichen

Lokal sichtbar in der Region

- **Werbeblachen an Ortseingängen:** damit die BRIGA im Alltag präsent ist.
- **Plakate an zentralen Orten:** Überall dort in der näheren Umgebung, wo viele Leute vorbeikommen, werden wir Plakate anbringen.
- **Flyer mit Detailprogramm & Ausstellernennung:** damit man den Überblick hat und den Besuch planen kann. Sämtliche Aussteller und Werbepartner werden erwähnt. Dieser Flyer wird an sämtliche Haushalte in Brittnau und umliegenden Gemeinden (ca. 15'000 Haushalte) versandt.
- **Tischsets in Restaurants und am Gelände:** Tischsets werden bereits vor der Briga in Brittnauer Gastro-Betrieben eingesetzt. Repräsentiert wird das Grobprogramm mit

Highlights, Logo der Werbepartner und Logo der Aussteller. BRIGA sichtbar dort, wo man zusammensitzt und darüber spricht.

Medienarbeit

- Wir informieren die regionalen Medien zu wichtigen Meilensteinen, zum Beispiel rund um Anmeldung, Programm, letzte Reminder und Rückblick. Dabei arbeiten wir vorwiegend mit dem Wiggertaler und dem Willisauer Boten. Beide Zeitungen haben eine Auflage von je ca. 35'000 Stk. Ihre Einzugsgebiete ergänzen sich hervorragend und die gesamte Region um Brittnau herum wird abgedeckt.
 - Kurz vor der Ausstellung ist zudem **eine separate Event-Beilage** geplant, in der Aussteller die Möglichkeit haben werden, mit einem Inserat zusätzlich präsent zu sein.
-

2) So werdet Ihr als Aussteller vor der BRIGA sichtbar

- **Ausstellerliste auf der Webseite** mit Logo und Verlinkung auf Eure Webseite. Logos werden in der Reihenfolge der eingegangenen Anmeldungen publiziert und laufend veröffentlicht
 - **Aussteller-Spotlights in Social Media:** In den letzten 8-10 Wochen vor dem Event möchten wir jedem Tag einen unserer Aussteller auf unseren Social-Media-Kanälen präsentieren. Ein kurzes Porträt mit Fakten, Hinweise auf Besonderheiten, Spezialangebote etc..
 - **Tischsets (Logo):** Auf den Tischsets, die am BRIGA-Gelände sowie im Vorfeld in ausgewählten Restaurants eingesetzt werden, werden die Aussteller mit Logo aufgeführt.
 - **Flyer/Programm (namentliche Nennung):** Im Programmflyer werden die Aussteller namentlich erwähnt (zusätzlich zu den Sponsorenlogos).
 - **Präsenz in Printmitteln** dort, wo es in die Programmkommunikation passt.
 - Wenn es redaktionell sinnvoll ist, fliessen Aussteller auch in Beiträge rund um die BRIGA ein.
-

3) Welche Sichtbarkeit Ihr als Aussteller während der BRIGA erhaltet

- Ihr seid mit Eurem Betrieb **am eigenen Stand** präsent und dort, wo sich Besucher orientieren. Eure Standfläche könnt Ihr individuell gestalten, passend zu Eurem Auftritt und Euren Angeboten. Unser professioneller Standbauer unterstützt Euch auf Wunsch gerne bei der Planung und Umsetzung.
- Im Gastrobereich läuft eine **LED-Wall** mit einer tonlosen Endlosschleife. Diese Endlosschleife wird über die gesamte Öffnungszeit der BRIGA ausgestrahlt:

- Aussteller werden dort mit **Logo und Standort** angezeigt. Jeder Aussteller erhält 4 Sekunden in der Schlaufe, welche voraussichtlich ca. alle 5-7 Minuten wiederholt wird.
- Sponsoren und Partner erhalten hier ebenfalls Werbepräsenz gemäss Werbepartner-Konzept.
- Zusätzlich liegt am Eingang ein **gefalteter Festführer** für die Besucher auf. Darin finden sich übersichtliche Informationen zu den **Standorten aller Aussteller** (Orientierung/Lageplan) sowie Hinweise auf **Werbepartner**, die im Festführer ebenfalls erwähnt werden.
- Je nach Ablauf können weitere Hinweise vor Ort dazukommen (z. B. Programmpunkte, Tageshighlights).

4) Werbematerial, das wir Euch zur Verfügung stellen

Damit Ihr uns bei der Werbung im Vorfeld unkompliziert unterstützen könnt, stellen wir ein einheitliches Paket bereit:

- Vorlagen für **Facebook, Instagram und LinkedIn** (Bilder und Textbausteine)
- **Web-Banner** für Eure Website oder E-Mail-Signatur
- **Kurztexte** für Newsletter oder Kundenmails
- **QR-Code und Links** zur Ausstellerseite und zum Programm
- Kurze Empfehlungen, wann und wie Ihr die Posts am besten einsetzt

5) Wenn ein Betrieb keinen Stand hat: trotzdem sichtbar sein

Manchmal geht es terminlich oder organisatorisch nicht. Auch dann gibt es Möglichkeiten:

- **Werbeplatz auf der LED-Wall** im Gastrobereich (Beitrag muss selbst geliefert werden)
- **Werbematerial auflegen** in einem definierten Bereich
- **Werbeblache entlang des Rundgangs**, sofern es Platz hat und Sinn macht

Weitere Details dazu findet Ihr im Werbepartner-Konzept.

6) Zusatzmöglichkeiten für Aussteller am Event

Wer am Anlass noch etwas mehr Präsenz möchte, kann nach Verfügbarkeit zusätzlich:

- mit einem **eigenen Beitrag auf der LED-Wall** präsent sein (Beitrag muss selbst geliefert werden)

- eine **zusätzliche Werbefläche** entlang des Rundgangs nutzen
- weiteres **Info- oder Give-away-Material** im Besucherbereich platzieren (nach Absprache)

7) Ergänzende Marketing- und Kommunikationsmassnahmen

Zusätzlich zu den Hauptkanälen nutzen wir weitere Hebel, damit die BRIGA in der Region möglichst breit sichtbar wird:

- Einträge in **regionale Eventkalender**
- Aussteller als **Multiplikatoren** mit einfachen Vorlagen und klarem Call-to-Action
- **Direktkommunikation** über Vereine, Institutionen und Partner
- Zusammenarbeit mit Vereinen und Institutionen bei Programmpunkten, die Besucher anziehen
- **Nachberichterstattung** mit Fotos und Dank an alle Beteiligten

Kontakt und Unterlagen

Alle Unterlagen und laufende Infos findet Ihr auf: www.briga2026.ch

Fragen oder Interesse an Zusatzpräsenz: kontakt@briga2026.ch