

Smartphones als Werbeträger

SMARTPHONE Egal ob Mini-Lautsprecher, Selfie-Stick, Sportarmband oder LED-Tischlicht: die Auswahl von Werbeartikeln für das Smartphone ist breit. MK zeigt auf, wann ein Give-away für mobile Geräte Sinn macht, und stellt sechs innovative Produkte vor, die einen bleibenden Eindruck hinterlassen.

VON SIMON WOLANIN

■ Das Smartphone ist für die meisten Schweizer unverzichtbar geworden. Laut dem Bundesamt für Statistik haben rund 94 Prozent der Privathaushalte mindestens ein Mobiltelefon. 57 Prozent besitzen mehr als ein Gerät. Etwa drei Viertel der Handybesitzer haben ihr Smartphone immer bei sich.

Kein Wunder, dass sich auch die Werbeartikelbranche immer mehr mit Smartphones beschäftigt. «Handys oder Tablets sind interessante Werbeflächen, da sie von den Beschenkten mehrmals täglich benutzt werden», sagt Nedim Ferhatbegovic von der Dayzzi AG. Auch für Jennifer Borman von der Igo-Post AG ist die stete Nutzung eines Smartphones entscheidend: «Ein Smartphone- oder Tablet-Werbeartikel mit einem passenden Werbeaufdruck generiert einerseits einen positiven Moment des Beschenktwerdens, andererseits durch die häufige Nutzung viele weitere Kontaktmomente. Diese Kontaktmomente sind genau das, was diese Werbeartikel zu einem günstigen Werbemedium machen.»

Den passenden Werbeartikel finden als Herausforderung

Das Angebot an Werbeartikeln für Smartphones und Tablets ist inzwischen so breit, dass es für Unternehmen gar nicht so einfach ist, die richtige Wahl zu treffen. «Bevor man sich auf einen Werbeartikel stürzt, den man selbst einfach super findet, ist es wichtig, sich einige Fragen zu stellen», so Ferhatbegovic. «Wer bin ich? Für was stehe ich? Wen will ich erreichen? Welche Botschaft will ich überbringen? Wo will ich werben? Wer erhält den Werbeartikel?» Ein Werbeartikel, der für eine Firma erfolgreich war, müsse nicht zwangsläufig für alle Unterneh-

men funktionieren. Nachhaltigen Eindruck hinterlasse man dann, wenn der Werbeartikel dem Kunden nützt und er ihn schön und toll findet. «In einem Büro kann man beispielsweise wenig mit einem Selfie-Stick anfangen. Aber jüngere Kunden eines Reisebüros, die gerade eine Abenteuerreise gebucht haben, können diesen hervorragend gebrauchen», sagt Ferhatbegovic.

Boxen, Powerbanks, Selfie-Sticks und Handyhüllen

Was sind die gefragtesten Give-aways für Smartphones? Hoch im Kurs bei den Empfängern stehen beispielsweise Bluetooth-Boxen. «Jeder hat ein Handy, mit dem man gerne Musik in der Küche, im Bad oder im Park abspielen möchte», so Ferhatbegovic. «Nur die wenigsten besitzen jedoch einen Bluetooth-Lautsprecher.» Das Problem: Der Werbeartikel ist eher teuer und kommt deshalb nur selten im Marketing-Mix vor.



Das Sportscompanion-Armband von Igo-Post.

nion Armband von Igo-Post sorgt dafür, dass Sporttreibende das Handy immer bei sich haben und es auch bedienen können. Auf dem durchsichtigen Fenster lässt sich unten eine Firmenbotschaft platzieren.

Selfie-Stick

Vor allem bei den Jugendlichen gehören «Selfies» längst zum Alltag. Mit einem Selfie-Stick kann man sich und seine Freunde an jedem beliebigen Ort in Szene setzen. Der Selfie-Stick von Igo-Post besitzt eine Teleskopstange, die bis zu einem Meter ausziehbar ist. Am Gummigriff befindet sich eine Auslösetaste für das Fotografieren. Das Firmenlogo lässt sich auf der Rückseite des Smartphone-Halters platzieren.

Google Cardboard

Das Google Cardboard von MrDisc lässt die Besitzer in eine virtuelle Welt eintauchen. Kombiniert mit iOS und Android-Smartphones verwandelt sich das kleine, flache Stück Karton in eine persönliche Virtual-Reality-Brille. Diese lässt via verschiedene Apps Produktfotos mit zusätzlichen digitalen

Gekauft werden schlussendlich eher günstigere Promoartikel. Ein Beispiel sind Powerbanks. «Diese werden auch geschätzt, da jedem wohl schon einmal in einer ungünstigen Situation der Handyakku ausgegangen ist», erklärt Ferhatbegovic. Ausserdem beliebt seien Selfie-Sticks, da diese ein jugendliches und modernes Image transportierten. Als Streuartikel gefragt seien zudem Handyhüllen oder wasserdichte Schutzhüllen. «Diese können hervorragend bedruckt und individualisiert werden.»

Sportscompanion-Armband

Das Smartphone ist inzwischen ein stetiger Begleiter im Alltag. Auch bei sportlichen Aktivitäten wird es oft zum Musikhören oder zum Erfassen der erbrachten Leistung genutzt. Das Sportscompa-



Mit dem Selfie-Stick von Igo-Post werden «Selfies» zum Kinderspiel.



Das Google- Cardboard von MrDisc.

Informationen im 3D-Effekt und mit Tiefenwirkung erscheinen. Der Karton lässt sich individuell Bedrucken und auf Wunsch auch personalisieren.

Kabelloses LED-Tischlicht

Eine echte Innovation bietet die Playbulb Candle von Dayzzi. Sie kombiniert echtes LED-Kerzenlicht mit zahlreichen Funktionen

Das LED-Tischlicht von Dayzzi.



einer App. Ob Farbe, Helligkeit oder Effekte – mit einem Fingerwisch werden die Besitzer zu Lichtdirigenten. Dank einem integrierten Lavendel-Duftchip wird der Werbeartikel zu einem Erlebnis für alle Sinne. Die Playbulb Candle kann dank Bluetooth-

Technologie überall eingesetzt werden und benötigt kein Kabel.

Boombox Lautsprecher

Mini-Lautsprecher, die via Bluetooth Musik vom Smartphone abspielen, gibt es inzwischen in allen Varianten. Eine besonders edle Version ist der aufladbare, drahtlose Mini-Lautsprecher (Bluetooth 3.0) im Metallgehäuse von Igo-Post. Mit einer Leistung von 3 W und einer Soundfrequenz von 20 Hz bis 200 Hz bietet der Werbeartikel ein beeindruckendes Musikerlebnis. Der gewünschte Firmenschriftzug kommt auf der Vorderseite gut zur Geltung.

TagMyPhone-App

Ein digitaler Werbeartikel der anderen Art ist die «TagMyPhone»-App von Dressland. Die Applikation bringt ein Firmenlogo auf den Sperrbildschirm von Smartphones. Jedes Jahr verliert einer von drei Smartphone-Besitzern sein Gerät. Um diesem Problem vorzubeugen, platziert die App auf dem Sperrbildschirm eine Botschaft. Diese hilft dem Finder dabei, ein Smartphone einfach und anonym via TagMyPhone.com zurückzugeben. Gleich unterhalb dieser Botschaft kann die Firma ihr Logo platzieren. Firmen können der gewünschten Zielgruppe via E-Mail einen Code zuschicken, mit dem sie die App kostenlos herunterladen kann. ■



Der Boombox-Lautsprecher von Igo-Post.

Ein Firmenlogo auf dem Sperrbildschirm dank der TagMyPhone-App von Dressland.



Bedruckte Tuben als Kundengeschenk oder Eigenmarke sympathisch und nachhaltig für emotionale Kommunikation



MK 0216

ab 100 Stück, 10 ml – 200 ml

Abfüllbar mit Sonnen- oder Handcrème, Duschmittel, Lotions, Zahnpasta, oder Ihrem eigenen Inhalt!

HOGRA *direkt*
Marketing
Kommunikation

**schnell
flexibel
innovativ**

hogradirekt.ch
+41 41 922 09 50
info@hogradirekt.ch

■ Videokarten als Werbemittel

Die Firma Polypins mit Sitz in St. Gallen bietet Videokarten als Werbeartikel an. Sie bieten die Möglichkeit, den eigenen Betrieb, ein neues Produkt oder neues Konzept in einem oder mehreren Filmen «als sprechende Broschüre» zu präsentieren. Beim Öffnen der Karte startet das Video automatisch, um die Werbebotschaft in Bild und Ton zu vermitteln. Die Karten gibt es in verschiedenen Formaten, von klein (Visitenkartenformat) bis gross (A5 oder A4). Sie sind ab 100 Stück vom Visitenkarten- bis zum Prospektformat und mit einer Bildschirmgrösse von 2,4", 4,3" und 7" erhältlich.

→ www.polypins.ch

In die Videokarte von Polypins lassen sich Videos in verschiedenen Formaten integrieren.

