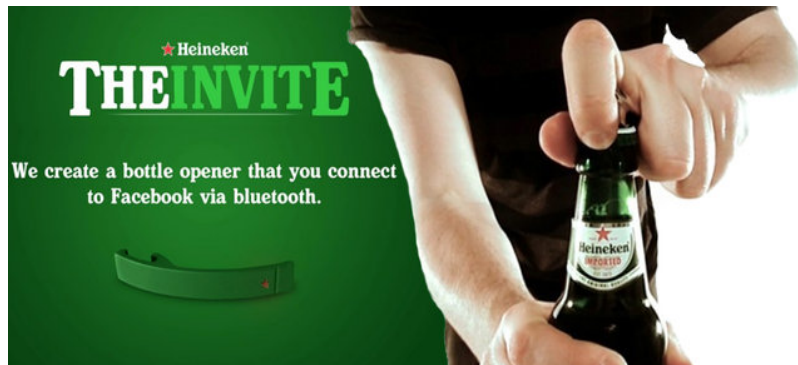


# MedienTrends des Monats

Juni 2011

## EINLADUNG VIA FLASCHENÖFFNER



Die US-amerikanische Werbeagentur Cargo Collective hat für den Brauereikonzern Heineken das virale Marketingkonzept "The Invite" entwickelt. Dabei versendet ein Bluetooth-Flaschenöffner Veranstaltungseinladungen über Facebook. Öffnet der Nutzer eine Bierflasche des Herstellers, sendet der Flaschenöffner eine Einladung zu einem Event am derzeitigen Aufenthaltsort auf alle Pinnwände von Freunden, die sich in der gleichen Stadt befinden. Wer daraufhin über Facebook die meisten Zusagen bekommt, gewinnt eine Kiste Bier und kann zusammen mit den Freunden genüsslich feiern.

**QUELLE:** <http://player.vimeo.com/>

**INITIATOR:** Cargo Collective Inc., Heineken N.V., USA

## AR-KAMPAGNE FÜR MEHR PRESSEFREIHEIT

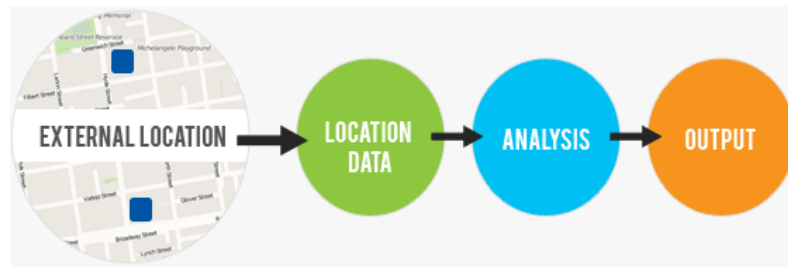


„The Voice“ ist ein Aufruf zu uneingeschränkter Pressefreiheit, initiiert von den Reporters without Borders, kreiert von Publicis Brussels. Die Augmented Reality-Printkampagne spricht im wahrsten Sinne des Wortes aus, was in manchen Ländern nicht gesagt werden darf: Ganzseitige Fotos von Persönlichkeiten, die die Pressefreiheit bedrohen, wurden zusammen mit einem QR-Code veröffentlicht. Hat der Nutzer den Code aktiviert, legt er das iPhone auf die gekennzeichnete Stelle des Fotos und der Mund fängt an zu sprechen. Es ertönt die Stimme eines Journalisten, der über die Situation in Libyen, Iran oder Russland berichtet.

**QUELLE:** <http://www.youtube.com/>

**INITIATOR:** Reporters without borders, Publicis Brussels, Belgien

## MOBILE WERBUNG PASST SICH NUTZER-BEDÜRFNISSEN AN

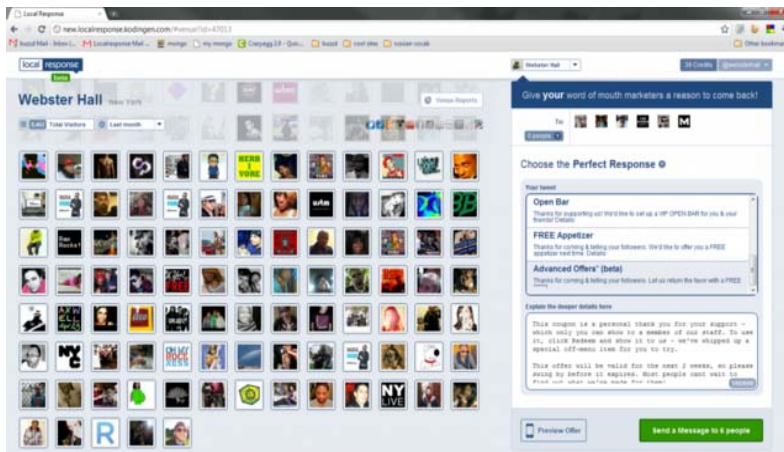


Das Unternehmen PlacelQ aus Colorado bietet eine gleichnamige Plattform für mobiles Marketing an, die Informationen zu bestimmten Orten analysiert und kontextualisiert. Die "Next Generation Location Intelligence" von PlacelQ zielt, anders als bestehende ortsbasierte Dienste, auf die wahrscheinlichen Bedürfnisse des Nutzers an einem bestimmten Ort ab. Die analysierten Ortsdaten sollen Anbietern von mobilem Marketing dabei helfen, die Nutzer effektiver anzusprechen: Ein Nutzer, der sich am Bahnhof aufhält, könnte zum Beispiel Reiseangebote bekommen, während er im Warteraum beim Arzt Leseproben erhält.

**QUELLE:** <http://www.placeiq.com/>

**INITIATOR:** PlacelQ, USA

## LOCALRESPONSE VERHILFT ZU SCHNELLEM KUNDENKONTAKT



Das New Yorker Unternehmen LocalResponse bietet eine gleichnamige Onlineplattform an, die Standortinformationen aus Check-ins und Posts aus unterschiedlichen sozialen Netzwerken generiert und lokalen Gewerbetreibenden in Echtzeit zur Verfügung stellt. Diese Daten werden dabei nicht nur von ortsbasierten Diensten wie Foursquare oder Facebook Places erhoben, sondern auch aus Texteinträgen bei Twitter. Die Standortinformationen können mit Hilfe einer Webanwendung eingesehen werden. Firmen und lokale Händler können sie dazu nutzen, in direkten und schnellen Kontakt mit ihren Kunden zu treten und Werbestrategien besser an diese anzupassen.

**QUELLE:** <http://localresponse.com/>  
**INITIATOR:** LocalResponse Inc., USA

# Impressum

Bauer Media KG  
Buchardstraße 11  
Brieffach 3914  
20077 Hamburg  
[www.bauermedia.de](http://www.bauermedia.de)

Ansprechpartner: Dr. Adrian Weser

TrendONE  
Klopstockstraße 27  
22765 Hamburg  
[www.trendone.de](http://www.trendone.de)

Ansprechpartner: Nils Müller

# MENSCHEN BEWEGEN | BAUER MEDIA