

BRAU Bevale Nürnberg: Gastro-Cool präsentiert ersten Kühlschrankschrank mit Bluetooth Schnittstelle

Kühlschrankschrank mit Kommunikationsqualitäten

Auf der BRAU Bevale in Nürnberg präsentiert Gastro-Cool eine echte Weltpremiere: Der Spezialist für innovative Kühllösungen stellt den ersten Kühlschrank mit moderner Kommunikationselektronik vor, der Textbotschaften oder Multimedia-Botschaften auf Handys im Umfeld von bis zu 30 Metern sendet. Unternehmen, die mit gebrandeten Kühlschrankschrank werben, bieten sich damit neue Vermarktungsoptionen für ihre Produkte am Point of Sale.

Einmal mehr geht Gastro-Cool als Trendsetter der Branche voran und verbindet maßgeschneiderte Kühllösungen mit moderner Kommunikationstechnologie und zielgerichtetem Direktmarketing. Das Geheimnis des Kühlgeräts: Es ist mit einer leistungsfähigen Bluetooth Schnittstelle ausgestattet, die in der Lage ist Texte, Musik, Videos oder kleine Programmen zu senden. In der Praxis funktioniert das so: Vom Provider werden per GPRS oder UMTS die gewünschten Inhalte an die Bluetooth Schnittstelle gesendet. Der Sender im Kühlschrank nimmt dann Verbindung mit Bluetooth Handys in der Umgebung auf und „bittet um die Erlaubnis“ zum Download der Inhalte. Stimmt der Handybesitzer zu, funkt das Kühlgerät die Inhalte.

Coole Kontakte von höchster Qualität

„Getränkhersteller erhalten mit dem Bluetooth Kühlschrank ein noch nie da gewesenes interaktives Marketing-Instrument, um mit kostenfreien Downloads zu werben. Da fast jeder über ein Bluetooth Handy verfügt, nutzen wir das mobile Kommunikationsmittel Nummer Eins“, erklärt Gastro-Cool Geschäftsführer Christian Machers. „Eine wichtige Voraussetzung für den erfolgreichen Einsatz ist es, dass der Adressat vom Download profitiert. Gelingt es, Mehrwerte zu schaffen, sind hohe Downloadraten garantiert.“ Ein weiterer Vorteil des neuen Bluetooth Marketings: Da sich die Adressaten interaktiv mit dem Produkt auseinandersetzen, besitzen die Kontakte eine besonders hohe Qualität.

Kreativität ist gefragt

Die Inhalte, die über den Bluetooth Kühlschrank angeboten werden, hängen von der Zielgruppe und dem Umfeld ab. Denkbar wäre folgende Situation: In der Disco laden sich Nutzer ein attraktives Wallpaper auf das Handy, das das Logo einer Getränkemarke zeigt. Bestellen sie später das jeweilige Getränk an der Theke, erhalten sie nach Vorzeigen des Downloads einen Preisnachlass. Eine andere Variante: Beim Be-

sich im Fitnesscenter kann sich Mann oder Frau aktuelle Trainingstipps aufs Handy schicken lassen – präsentiert werden sie vom Getränkehersteller, der auf dem Kühlschrank für Fitness-Drinks wirbt. Oder wie wäre es mit einem unterhaltsamen Spielprogramm, dass der Kühlschrank im Getränkemarkt aussendet?

Welche Vermarktungsvariante auch gewählt wird: Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Intelligent genutzt, dienen die Bluetooth Kühlgeräte als perfektes Instrument für die Getränkevermarktung am Point of Sale und am Point of Drink.



- Logos „Screensaver
- Klingeltöne
- Spiele
- Angebote
- Aufforderung zum Kauf

Kontakt:

Kontakt während der BRAU Bevale'08 in Nürnberg:

Gastro-Cool GmbH & Co. KG
Christian Machers
Telefon: 0700 0700 0210
Mail: Machers@Gastro-Cool.com
Internet: www.Gastro-Cool.com
Standort: Halle 1, Stand 419

Für weitere Presseinformationen:

Jürgen Nünning
Presse & Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 0211 - 36 77 141
E-Mail: medien@nuenning.org

Der weltweit erste Bluetooth® WerbeKühlschrank

Kühlen & Kommunizieren am POS

Eine Innovation von Gastro-Cool

Hintergrund

- Es wird immer schwieriger die Zielgruppe durch klassische Medien zu erreichen.
- Auch der POS ist hart umworben und es wird immer schwieriger auf seine Produkte aufmerksam zu machen.

Die Idee

- Mittels Nahbereichsfunk werden Multimediainhalt von einem Werbekühlschrank mit Bluetooth[®]-Sender kostenfrei an Handys versandt.



D.h. anstelle von einer rein optischen Werbung (Glastüre / Werbebeschriftung) wird der Abverkauf / das Branding des Kühlschranks durch interaktive Kommunikation unterstützt.

Wie funktioniert es?

- Ein Bluetooth®-Kühlschrank wird in einem Kiosk, Diskothek, LEH, aufgestellt & angeschaltet.
- Mit dem Einschalten des Geräts fängt der Bluetooth®-Sender an zu funkeln.
- Die Datenübertragung ist ohne Datentransferkosten und ohne Kenntnis der Telefonnummern der empfangenden Geräte möglich.
- Mittels Bluetooth®-Technologie bieten Sie innerhalb eines definierbaren Sendebereiches, allen Handybesitzern mit aktivierter und sichtbarer Bluetooth®-Funktion, automatisch mobile Inhalte zum kostenlosen Download via Bluetooth® an.
- Die Erlaubnis der Nutzer steht dabei im Mittelpunkt. Denn nur dann, wenn der Handybesitzer Bluetooth® aktiviert und dem Download zustimmt, sendet Bluetooth® bereitgestellte Inhalte wie Bilder, Musik, Videos und vieles mehr an das Handy - schnell, kostenlos, einfach und exakt messbar.

Die Inhalte

- Die Multimedialinhalte z.B.:
 - Filme & animierte GIFs
 - Bilder / Screensaver
 - Handyspiele
 - Klingeltöne, uvm.

Können eine Vielzahl von Botschaften übermitteln:

- Markenkommunikation (Logos & Bildwelten werden übermittelt)
- Produkteinführungen („Ich bin neu schau in den Kühlschrank!“)
- Sonderangebote („Jetzt Gutschein dem Händler zeigen & sparen!“)
- Uvm.

Einsatzort

- Beliebte Einsatzorte sind:
 - Kioske / Büdchen
 - LEH
 - Bars, Diskotheken
 - ...
- Durch die strategische Verteilung der Kühlschränke kann man eine sehr große Zielgruppe erreichen.

Z.B. wird durch die Aufstellung eines Geräts in einem Kiosk an einem öffentlichen Ort: Bahnhof, Plätzen, Stadien, etc. nicht nur der Kunde im Kiosk, sondern auch in der Umgebung vom bis zu 20m angesprochen.

Zielgruppe / Daten

- Vor allem junge Zielgruppen sind mit klassischen Marketingmaßnahmen nur noch sehr schwer zu erreichen. Sie sind anspruchsvoll und marketingerfahren.
- Wer sie erreichen will, muss überraschen, unterhalten und einen Mehrwert bieten.
- Auf dem Handy erreicht man sie immer! Denn der persönlichste aller Werbeträger ist überall dabei.
- Nutzen Sie die hohe Affinität zum Handy und die Aufgeschlossenheit der mobilen Generation für multimediale Unterhaltung, um Ihre Zielgruppe zu begeistern und den Impact Ihrer Kampagnen zu steigern. Mit vollkommen neuen Werbekonzepten und Kommunikation, die willkommen ist, weil sie Information mit Unterhaltungswert verknüpft und Ihnen durch die aktive Zustimmung ganz neue Kontaktqualitäten beschert.
- Bluetooth Penetration in Deutschland ~50% (technische Reichweite)
- Bluetooth Reichweite ca. 7-10% effektive Reichweite
- Kernzielgruppe 14 - 29 Jahre
- Download Rate pro Tag und Ort zwischen 50 - 300 Downloads

Vorteile

- Hohe Kontaktqualität → Der Nutzer muss dem Empfang zustimmen und entscheidet sich damit bewußt für Ihre Inhalte.
- Virale Effekte → Jeder Nutzer generiert durchschnittlich 5,2 weitere Kontakte durch Weiterversenden und Präsentation der Inhalte
- Lokale und sehr präzise Zielgruppenansprachedirekt am Point of Interest
- Kostenloser Mehrwert → im Gegensatz zu SMS/MMS Marketing entstehen dem Nutzer keinerlei Kosten
- Realisierung neuartiger, interaktiver Werbekonzepte → durch multimediale Inhalte und deren Platzierung auf dem zusätzlichen Medium Mobiltelefon
- Messbarer Erfolg → messen und analysieren Sie exakt den Erfolg Ihrer Kampagne mittels Online Statistiken
- Kurzfristige Verfügbarkeit → durch geringe Vorlaufzeiten. Daher auch ideal für zeitnahe Aktionen zur Unterstützung klassischer Werbemaßnahmen
- Crossmediales, dialogorientiertes Kampagneninstrument → Nutzen Sie das Handy für den personalisierten Dialog und als Responsemedium für TV-, Print-, Web- und Point of Sale-Kampagnen

Warum sollten Sie Bluetooth® Kühlschränke einsetzen?

- Mit Bluetooth® Marketing heben Sie sich von der großen Zahl ihrer Wettbewerber am Point of Sale ab
- Bluetooth® Werbung in der Getränkeabteilung oder dem Getränkemarkt überrascht, verstärkt den Impulskauf und wirkt sich verkaufsfördernd aus
- Beim Einsatz in Gastro-Betrieben wie Diskotheken oder kleineren Verkaufsstellen wie Kiosken Rabatt auf Getränkebestellung nach Download (Couponing). Daher zusätzliche Motivation zum Getränkekauf
- Bluetooth® -Marketing überrascht und wird ins Lebensumfeld der Zielgruppe integriert, wie etwa in Flughäfen, an Bahnhöfen oder in Einkaufszentren
- Durch die Interaktion verlängert sich die Verweildauer am Point of Sale, was den Abverkauf steigert
- Funktionelle, praktische Funktion durch ein abgestimmtes Downloadangebot (bei Messen oder Events etwa Download von Produktangeboten oder Download von mobilen Visitenkarten)

Sie möchten....

- ... Ihre Marke und Ihre Produkte effizient vermarkten?
- ... mit moderner Kommunikation Ihre Verkaufszahlen am POS steigern?
- ... mit einem innovationsfreudigen Partner zusammenarbeiten, der zugleich über eine hohe Marketingkompetenz verfügt?

Dann sollten wir uns kennen lernen!

- ... von der Idee bis zur Realisierung Ihrer Bluetooth[®]-Marketingkampagne bietet Ihnen Gastro-Cool alles aus einer Hand

Gastro-Cool GmbH & Co. KG
Daimlerstraße 6 - D-41564 Kaarst
Phone: 0700 0700 02-10 Fax: -20
Mail: BT@Gastro-Cool.com
www.Gastro-Cool.com

BRAU Bevale Nürnberg: Gastro-Cool präsentiert ersten Kühlschrankschrank mit Bluetooth Schnittstelle

Kühlschrankschrank mit Kommunikationsqualitäten

Auf der BRAU Bevale in Nürnberg präsentiert Gastro-Cool eine echte Weltpremiere: Der Spezialist für innovative Kühllösungen stellt den ersten Kühlschrank mit moderner Kommunikationselektronik vor, der Textbotschaften oder Multimedia-Botschaften auf Handys im Umfeld von bis zu 30 Metern sendet. Unternehmen, die mit gebrandeten Kühlschrankschrank werben, bieten sich damit neue Vermarktungsoptionen für ihre Produkte am Point of Sale.

Einmal mehr geht Gastro-Cool als Trendsetter der Branche voran und verbindet maßgeschneiderte Kühllösungen mit moderner Kommunikationstechnologie und zielgerichtetem Direktmarketing. Das Geheimnis des Kühlgeräts: Es ist mit einer leistungsfähigen Bluetooth Schnittstelle ausgestattet, die in der Lage ist Texte, Musik, Videos oder kleine Programmen zu senden. In der Praxis funktioniert das so: Vom Provider werden per GPRS oder UMTS die gewünschten Inhalte an die Bluetooth Schnittstelle gesendet. Der Sender im Kühlschrank nimmt dann Verbindung mit Bluetooth Handys in der Umgebung auf und „bittet um die Erlaubnis“ zum Download der Inhalte. Stimmt der Handybesitzer zu, funkt das Kühlgerät die Inhalte.

Coole Kontakte von höchster Qualität

„Getränkhersteller erhalten mit dem Bluetooth Kühlschrank ein noch nie da gewesenes interaktives Marketing-Instrument, um mit kostenfreien Downloads zu werben. Da fast jeder über ein Bluetooth Handy verfügt, nutzen wir das mobile Kommunikationsmittel Nummer Eins“, erklärt Gastro-Cool Geschäftsführer Christian Machers. „Eine wichtige Voraussetzung für den erfolgreichen Einsatz ist es, dass der Adressat vom Download profitiert. Gelingt es, Mehrwerte zu schaffen, sind hohe Downloadraten garantiert.“ Ein weiterer Vorteil des neuen Bluetooth Marketings: Da sich die Adressaten interaktiv mit dem Produkt auseinandersetzen, besitzen die Kontakte eine besonders hohe Qualität.

Kreativität ist gefragt

Die Inhalte, die über den Bluetooth Kühlschrank angeboten werden, hängen von der Zielgruppe und dem Umfeld ab. Denkbar wäre folgende Situation: In der Disco laden sich Nutzer ein attraktives Wallpaper auf das Handy, das das Logo einer Getränkemarke zeigt. Bestellen sie später das jeweilige Getränk an der Theke, erhalten sie nach Vorzeigen des Downloads einen Preisnachlass. Eine andere Variante: Beim Be-

sich im Fitnesscenter kann sich Mann oder Frau aktuelle Trainingstipps aufs Handy schicken lassen – präsentiert werden sie vom Getränkehersteller, der auf dem Kühlschrank für Fitness-Drinks wirbt. Oder wie wäre es mit einem unterhaltsamen Spielprogramm, dass der Kühlschrank im Getränkemarkt aussendet?

Welche Vermarktungsvariante auch gewählt wird: Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Intelligent genutzt, dienen die Bluetooth Kühlgeräte als perfektes Instrument für die Getränkevermarktung am Point of Sale und am Point of Drink.



- Logos „Screensaver
- Klingeltöne
- Spiele
- Angebote
- Aufforderung zum Kauf

Kontakt:

Kontakt während der BRAU Bevale'08 in Nürnberg:

Gastro-Cool GmbH & Co. KG
Christian Machers
Telefon: 0700 0700 0210
Mail: Machers@Gastro-Cool.com
Internet: www.Gastro-Cool.com
Standort: Halle 1, Stand 419

Für weitere Presseinformationen:

Jürgen Nünning
Presse & Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 0211 - 36 77 141
E-Mail: medien@nuenning.org

Der weltweit erste Bluetooth® WerbeKühlschrank

Kühlen & Kommunizieren am POS

Eine Innovation von Gastro-Cool

Hintergrund

- Es wird immer schwieriger die Zielgruppe durch klassische Medien zu erreichen.
- Auch der POS ist hart umworben und es wird immer schwieriger auf seine Produkte aufmerksam zu machen.

Die Idee

- Mittels Nahbereichsfunk werden Multimediainhalt von einem Werbekühlschrank mit Bluetooth[®]-Sender kostenfrei an Handys versandt.



D.h. anstelle von einer rein optischen Werbung (Glastüre / Werbebeschriftung) wird der Abverkauf / das Branding des Kühlschranks durch interaktive Kommunikation unterstützt.

Wie funktioniert es?

- Ein Bluetooth®-Kühlschrank wird in einem Kiosk, Diskothek, LEH, aufgestellt & angeschaltet.
- Mit dem Einschalten des Geräts fängt der Bluetooth®-Sender an zu funkeln.
- Die Datenübertragung ist ohne Datentransferkosten und ohne Kenntnis der Telefonnummern der empfangenden Geräte möglich.
- Mittels Bluetooth®-Technologie bieten Sie innerhalb eines definierbaren Sendebereiches, allen Handybesitzern mit aktivierter und sichtbarer Bluetooth®-Funktion, automatisch mobile Inhalte zum kostenlosen Download via Bluetooth® an.
- Die Erlaubnis der Nutzer steht dabei im Mittelpunkt. Denn nur dann, wenn der Handybesitzer Bluetooth® aktiviert und dem Download zustimmt, sendet Bluetooth® bereitgestellte Inhalte wie Bilder, Musik, Videos und vieles mehr an das Handy - schnell, kostenlos, einfach und exakt messbar.

Die Inhalte

- Die Multimedialinhalte z.B.:
 - Filme & animierte GIFs
 - Bilder / Screensaver
 - Handyspiele
 - Klingeltöne, uvm.

Können eine Vielzahl von Botschaften übermitteln:

- Markenkommunikation (Logos & Bildwelten werden übermittelt)
- Produkteinführungen („Ich bin neu schau in den Kühlschrank!“)
- Sonderangebote („Jetzt Gutschein dem Händler zeigen & sparen!“)
- Uvm.

Einsatzort

- Beliebte Einsatzorte sind:
 - Kioske / Büdchen
 - LEH
 - Bars, Diskotheken
 - ...
- Durch die strategische Verteilung der Kühlschränke kann man eine sehr große Zielgruppe erreichen.

Z.B. wird durch die Aufstellung eines Geräts in einem Kiosk an einem öffentlichen Ort: Bahnhof, Plätzen, Stadien, etc. nicht nur der Kunde im Kiosk, sondern auch in der Umgebung vom bis zu 20m angesprochen.

Zielgruppe / Daten

- Vor allem junge Zielgruppen sind mit klassischen Marketingmaßnahmen nur noch sehr schwer zu erreichen. Sie sind anspruchsvoll und marketingerfahren.
- Wer sie erreichen will, muss überraschen, unterhalten und einen Mehrwert bieten.
- Auf dem Handy erreicht man sie immer! Denn der persönlichste aller Werbeträger ist überall dabei.
- Nutzen Sie die hohe Affinität zum Handy und die Aufgeschlossenheit der mobilen Generation für multimediale Unterhaltung, um Ihre Zielgruppe zu begeistern und den Impact Ihrer Kampagnen zu steigern. Mit vollkommen neuen Werbekonzepten und Kommunikation, die willkommen ist, weil sie Information mit Unterhaltungswert verknüpft und Ihnen durch die aktive Zustimmung ganz neue Kontaktqualitäten beschert.
- Bluetooth Penetration in Deutschland ~50% (technische Reichweite)
- Bluetooth Reichweite ca. 7-10% effektive Reichweite
- Kernzielgruppe 14 - 29 Jahre
- Download Rate pro Tag und Ort zwischen 50 - 300 Downloads

Vorteile

- Hohe Kontaktqualität → Der Nutzer muss dem Empfang zustimmen und entscheidet sich damit bewußt für Ihre Inhalte.
- Virale Effekte → Jeder Nutzer generiert durchschnittlich 5,2 weitere Kontakte durch Weiterversenden und Präsentation der Inhalte
- Lokale und sehr präzise Zielgruppenansprachedirekt am Point of Interest
- Kostenloser Mehrwert → im Gegensatz zu SMS/MMS Marketing entstehen dem Nutzer keinerlei Kosten
- Realisierung neuartiger, interaktiver Werbekonzepte → durch multimediale Inhalte und deren Platzierung auf dem zusätzlichen Medium Mobiltelefon
- Messbarer Erfolg → messen und analysieren Sie exakt den Erfolg Ihrer Kampagne mittels Online Statistiken
- Kurzfristige Verfügbarkeit → durch geringe Vorlaufzeiten. Daher auch ideal für zeitnahe Aktionen zur Unterstützung klassischer Werbemaßnahmen
- Crossmediales, dialogorientiertes Kampagneninstrument → Nutzen Sie das Handy für den personalisierten Dialog und als Responsemedium für TV-, Print-, Web- und Point of Sale-Kampagnen

Warum sollten Sie Bluetooth® Kühlschränke einsetzen?

- Mit Bluetooth® Marketing heben Sie sich von der großen Zahl ihrer Wettbewerber am Point of Sale ab
- Bluetooth® Werbung in der Getränkeabteilung oder dem Getränkemarkt überrascht, verstärkt den Impulskauf und wirkt sich verkaufsfördernd aus
- Beim Einsatz in Gastro-Betrieben wie Diskotheken oder kleineren Verkaufsstellen wie Kiosken Rabatt auf Getränkebestellung nach Download (Couponing). Daher zusätzliche Motivation zum Getränkekauf
- Bluetooth® -Marketing überrascht und wird ins Lebensumfeld der Zielgruppe integriert, wie etwa in Flughäfen, an Bahnhöfen oder in Einkaufszentren
- Durch die Interaktion verlängert sich die Verweildauer am Point of Sale, was den Abverkauf steigert
- Funktionelle, praktische Funktion durch ein abgestimmtes Downloadangebot (bei Messen oder Events etwa Download von Produktangeboten oder Download von mobilen Visitenkarten)

Sie möchten....

- ... Ihre Marke und Ihre Produkte effizient vermarkten?
- ... mit moderner Kommunikation Ihre Verkaufszahlen am POS steigern?
- ... mit einem innovationsfreudigen Partner zusammenarbeiten, der zugleich über eine hohe Marketingkompetenz verfügt?

Dann sollten wir uns kennen lernen!

- ... von der Idee bis zur Realisierung Ihrer Bluetooth[®]-Marketingkampagne bietet Ihnen Gastro-Cool alles aus einer Hand

Gastro-Cool GmbH & Co. KG
Daimlerstraße 6 - D-41564 Kaarst
Phone: 0700 0700 02-10 Fax: -20
Mail: BT@Gastro-Cool.com
www.Gastro-Cool.com