

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

## **Kühlschranks 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 Kühlschranks 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](mailto:Machers@Gastro-Cool.com)  
Internet: [www.Gastro-Cool.com](http://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](mailto:medien@nuenning.org)