

Wiener Tech-Startup “Interactive Paper” erhält Investment in Höhe von 180.000 €

Business Angels unterstützen weltweit einzigartige Marketing-Technologie aus Österreich

Trotz der Corona-Krise und der globalen wirtschaftlichen Ungewissheit hat das Wiener Jungunternehmen “Interactive Paper” es geschafft, seine Ziele nicht aus den Augen zu verlieren.

Die Vision für eine Welt ohne “nervige Werbung” konnte Kunden als auch Investoren überzeugen. Durch die beiden bestehenden Investoren, Werner Wutscher (NVS) und Thomas Fiala (OxfordSM), als auch einen neuen Investor, Johann Ettl (AdSum), wurde im Rahmen der Seed-Round in Kombination mit dem Covid-Start-up-Hilfsfonds eine Summe von 180.000 € aufgestellt.

„Das Investment-Budget wird hauptsächlich für Automatisierungsprozesse, Produktionsoptimierung und internationale Reichweite eingesetzt werden, das wird unsere Skalierfähigkeit massiv steigern.“, so Tobias Macke (Mitgründer, Interactive Paper).

Interactive Paper im Kampf gegen “nervige Werbung”

“Jeder kennt die Situation: Man will sich ein Video auf YouTube anschauen, doch plötzlich erscheint eine Werbeanzeige und man wartet nur auf die Sekunde, wo man sie überspringen kann. Diese Formen von nerviger Werbung, die dem User aufgezwungen werden, machen heute weltweit einen Großteil der publizierten Werbeinhalte aus”, berichtet Raphael Besnier (Mitgründer, Interactive Paper).

Da die beiden Gründer früher selbst in klassischen Werbeagenturen mitgearbeitet hatten, ist ihnen die immer stärkere Verbreitung von “nerviger Werbung” besonders aufgefallen.

“Also haben wir uns gefragt: Kann das nicht auch anders funktionieren? Wir wollten für Unternehmen eine Möglichkeit schaffen, eine Botschaft auf positivem Weg an deren Zielgruppe zu vermitteln”, so die beiden Gründer Macke und Besnier.

So entstand die Idee für Interactive Paper. Es soll eine als Alternative zur “nervigen Werbung” eine spielerische und faszinierende Art bieten, sich als Unternehmen mit seinen Kunden zu verbinden.

Siehe Video: https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=tHvuioj_qz4&feature=youtu.be

Als User bekommt man das Interactive Paper nach Hause geschickt, legt sein Handy einfach auf das Papier, drückt auf “Touchpoints” am Papier und schon öffnen sich interaktive Inhalte auf dem Handy.

Interaktion statt Werbung

Mittlerweile wurde das Interactive Paper schon von namhaften Kunden wie Samsung, Ernst & Young, Erste Bank und Oracle verwendet, die somit auf Interaktion statt Werbung setzen.

“Wer seine Kunden mit aufgezwungener Werbung nervt, hinterlässt vor allem negative Emotionen beim User. Mit Interactive Paper bleibt man positiv in Erinnerung. In einer Welt, wo der durchschnittliche Mensch mit über 10.000 Informationen pro Tag bombardiert wird, macht dieser Faktor den entscheidenden Unterschied.”

Über Interactive Paper

Interactive Paper verfolgt die Mission, Unternehmen ein Medium zu bieten, mit dem sie ihre Zielgruppe optimal erreichen, begeistern und kennenlernen können. Somit soll im Marketingbereich durch die simple Kombination der Vorteile von analoger und digitaler Kommunikation ein neuer Mehrwert geschaffen werden.

Rückfragen & Kontakt

Daniel Schneider
Communications Manager

INTERACTIVE PAPER GmbH
Web: <https://interactivepaper.com/>
Phone: +43 69917359876
Address: Promenadegasse 47, 2391 Kaltenleutgeben, Austria