

Wie sich der Werbemarkt radikal wandelt und das Österreichische Startup “Interactive Paper” eine Lösung bietet

Durch Corona hat sich der Werbemarkt radikal gewandelt. Der Kontakt zwischen Unternehmen und ihrer Kundschaft ist drastisch eingeschränkt. Das NÖ-Startup “Interactive Paper” hat hierfür eine passende Lösung. Große Internationale Kunden wie Samsung, Erste Bank und zuletzt 3M sind von den Resultaten der Innovation überzeugt. Die Umsätze des Startups steigen exponentiell. Nun soll das Konzept global stark ausgerollt werden.



Legt man sein Handy auf die vorgesehene Stelle am Papier und berührt man einen der drei Touchpoints auf dem Papier, werden interaktive Inhalte wie Videos, Quizzes etc auf dem Handy aufgerufen. Möglich macht das eine Kombination aus NFC und einer speziellen leitenden Tinte.

Statt mit “nerviger Werbung” sollen Unternehmen die Möglichkeit erhalten ihre Botschaft spannend, unterhaltsam und informativ an ihre Kunden vermitteln zu können.

Durch Corona hat sich der Werbemarkt radikal gewandelt

Seit dem Ausbruch der Pandemie stehen Unternehmen vor dem Problem, dass der persönliche Kontakt direkt zum Kunden bei Messen, Events, aber auch in Form von persönlichen Kundenterminen komplett wegfällt. *“Vielen Unternehmen waren zB bei Produkteinführungen durch den Wegfall von persönlichen Terminen und Veranstaltungen die Hände gebunden. Hier entstand also ein neues, großes Problem am Werbemarkt, wo wir mit unserem Produkt Interactive Paper helfen konnten.”*, beschreiben Raphael Besnier und Tobias Macke, die Gründer von Interactive Paper, die heikle Situation.

Anstatt das Interactive Paper wie bisher als ein Add-On bei Messen und Events einzusetzen - um zusätzliche digitale Inhalte zu vermitteln - übernahm es die komplette Aufgabe dieser.

Unternehmen verschicken Interactive Paper per Post an ihre Zielgruppe und können somit erklärungsbedürftige Produkte auf eine persönliche und einfache Weise vermitteln.

“Durch das Papier und durch den Druck ist das haptische Element gefordert, aber durch die Kombination mit den audiovisuellen Inhalten werden wirklich alle Sinne angesprochen. Und damit können Inhalte extrem gut an den Nutzer vermittelt werden.”, beschreibt Investor und Business Angel Werner Wutscher die Vorteile der innovativen Technologie.

Das hat u.a. in den Branchen Pharmazie, Automotive und Banking mit großem Erfolg funktioniert.

Siehe Video: <https://youtu.be/LnB7yfaSCKk>

Internationale Großkunden setzen auf die Innovation der Österreicher

Ein Beispiel ist 3M: Der internationale Multi-Technologiekonzern legte mithilfe der Interactive Paper Kampagne einen erfolgreichen Produkt-Launch hin.

“Wir befinden uns in einer Zeit, wo wir durch Corona mit unserem Sales-Team sehr stark eingeschränkt sind und nicht aktiv bei unserem Kunden vor Ort sein können”, so Anuar Tattan, Marketing Manager bei 3M. *“Daher ist das Interactive Paper die ideale Lösung, um neue Produkte*

anzukündigen. Und dementsprechend haben wir Interactive Paper für eine unserer wichtigsten Produkteinführungen eingesetzt und damit bereits sehr gute Ergebnisse erzielt, weshalb wir sehr davon überzeugt sind und bereits an neuen Interactive Paper Projekten arbeiten”.



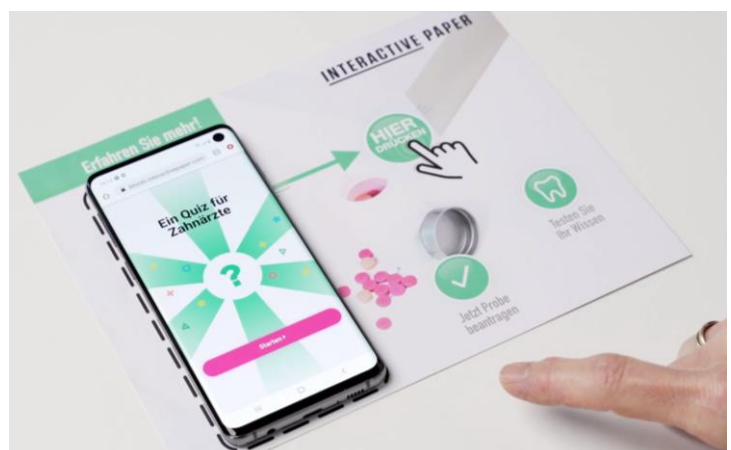
Bereits große Kunden konnten die Gründer im letzten Jahr von ihrem Konzept überzeugen. 3M fügt sich in eine immer länger werdende Liste von großen Unternehmen wie Samsung, Erste Bank, Oracle, Ernst & Young, BAWAG, Kapsch uvm. ein.

Neuartiges Medizin-Marketing

Der digitale Wandel ist auch im medizinischen Bereich im vollem Gange. Unternehmen müssen sich überlegen, wie sie komplexe medizinische Inhalte auf eine spannende Weise vermitteln können.

Das ist besonders wichtig, wenn die Zielgruppe Ärzte oder Ärztinnen sind.

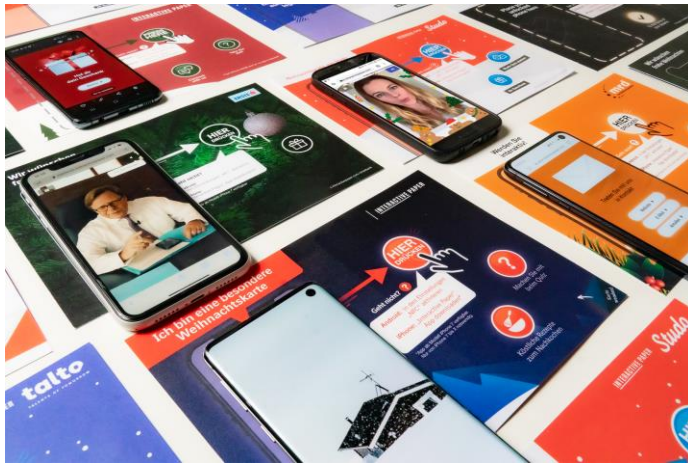
Mediziner haben im Alltag wenig Zeit und müssen schnell entscheiden, welche Informationen relevant sind.



Werden Informationen auf ansprechende, unterhaltsame Weise und kompakt vermittelt, dann kann für das Gesundheitspersonal ein echter Mehrwert entstehen.

Interactive Paper setzt hier an: Zahnärzte und Zahnärztinnen können beispielsweise innerhalb von 3 Minuten über ein Produkt informiert werden, ohne sich durch dicke Prospekte quälen zu müssen. Eine Win-Win Situation für Unternehmen und Ärzte.

Magische Grußkarten in Zeiten von Corona



Durch die Pandemie und einhergehenden Lockdowns war der persönliche Kontakt mit Kunden und Mitarbeitern erschwert oder nicht möglich. Unternehmen müssen aber dennoch in Kontakt mit ihren Kunden bleiben, um die Kundenbeziehung zu stärken und nicht in Vergessenheit zu geraten. Deshalb haben zahlreiche Unternehmen Interactive Paper als Grußkarte verwendet, um damit ihre Botschaften in persönlicher und unterhaltsamer Weise zu vermitteln.

Talto, eine Karriereplattform für Studierende, konnte beispielsweise seine Bestandskunden mit Hilfe von Interactive Paper während dem Home Office erreichen: *“Dieses Jahr war es extrem schwierig, im Vergleich zu den Vorjahren, den Kontakt zu den Kunden auf einer sehr persönlichen Ebene zu halten. Wir wollten was besonderes machen und wollten Talto in die Köpfe unserer Kunden bringen. Dafür hat Interactive Paper die perfekte Plattform geboten.”*, erzählt uns Carla Kowanda, Head of Sales bei Talto GmbH.

Internationale Skalierung durch Crowdfunding Kampagne

Der Erfolg macht zuversichtlich. Um das Produkt am internationalen Markt zu positionieren wollen die Gründer verstärkt ins Marketing investieren. Das nötige Geld soll aus einer Crowdfunding Kampagne kommen. Dafür haben sie Green Rocket, die führende Plattform für Crowdfunding aus den Bereichen Energie, Mobilität und Digitalisierung ausgewählt.

>> Hier geht's zur Crowdfunding Kampagne: <https://www.greenrocket.com/interactive-paper>

Weitere Informationen zu „Interactive Paper“ auf <https://interactivepaper.com>
Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung mit Angabe von “© Interactive Paper” zur Verfügung. Weiteres Bildmaterial auf https://drive.google.com/drive/folders/11GWt0MJ4nTcTL_A7mvV3F86NrergXoZu?usp=sharing

Rückfragen & Kontakt

Lara Ottendorfer

Communications Manager

Email: lara@interactivepaper.com

Phone: +43 664 7511 9524

INTERACTIVE PAPER GmbH

Web: <https://interactivepaper.com/>

Adresse: Promenadegasse 47, 2391 Kaltenleutgeben, Austria

Über Interactive Paper

Die Mission des Tech-Startups Interactive Paper ist es, Werbung zu einem interaktiven Erlebnis zu machen. Das Interactive Paper vermittelt auf spielerische und faszinierende Weise die Botschaft des Werbetreibenden und verknüpft charmant die analoge mit der digitalen Welt.