

Pressemitteilung

GOYYA Marketing sieht Trend zu digitalen Give-aways im Jugendmarketing

- **Mobile Cards erweitern klassisches Artikelangebot von Werbemittelhändlern um Mobiltelefon- und Internet-Give-aways**

Dresden, 06.07.2010 – Kaffeebecher, USB-Sticks oder Kugelschreiber erfüllten bei Kunden über zwanzig bislang ihren guten Zweck. Jüngere Kunden schätzen den Beobachtungen des Mobile-Werbers GOYYA Marketing zufolge vor allem nützliche digitale Werbegeschenke, die zu Marken im Netz führen. Im Vorfeld des Weltspartages wird das Unternehmen daher ab August 2010 auch klassischen Werbemittellieferanten und Agenturpartnern erstmals ein an Corporate Design und Budget des Kunden anpassbares Mobile Card-Angebot mit einer Auswahl an thematischen Kartenmotiven und online und mobil nutzbaren Werbegeschenken anbieten. Werbemittelhändler können hiermit jüngere Kundenpotenziale erschließen.

Handy und Internet werden von jungen Zielgruppen immer stärker genutzt: Der aktuellen JIM-Studie 2009 zufolge, erhielten im letzten Jahr 88 Prozent aller befragten Mädchen zwischen 11 und 19 Jahren SMS per Handy. Der Anteil der 12- bis 13-Jährigen, die mehrmals pro Woche ins Internet gehen, stieg innerhalb der letzten zwei Jahre von 56 auf 78 Prozent. Besonders beliebt sind bei diesen Zielgruppen auch kostenfreie herunterladbare Inhalte für das Handy wie etwa Spiele (Mobile Games), personalisierte MP3-Sportreportagen oder Frei-SMS und -MMS.

Zu diesen digitalen Geschenken im Internet werden junge Zielgruppen gezielt mit einer Mobile Card geführt, einem digitalen Give-away in Form einer individuell bedruckbaren Karte mit Gutscheincodes. Bislang erzielten werbungstreibende Unternehmen bereits hohe Responseraten: Bei der BKK vor Ort lag sie mit einer Kombination aus Mobile Card-Briefmailing und digitalen Geschenken im Jugendportal des Krankenversicherers zum Beispiel bei circa 15 Prozent. Dennoch bieten Werbemittellieferanten von Unternehmen in ihren Katalogen auch für die Ansprache junger Zielgruppen noch immer fast ausschließlich klassische Give-aways und Streuartikel an.

Mit Mobile Card-Angeboten ab einer Auflage von 500 Stück unterstützt GOYYA Marketing Werbemittellieferanten daher auf dem Weg ins Netz und übernimmt die technische Einbindung des Geschenk-Angebotes in das jeweilige Portal des Händlerkunden hierbei einmalig als Partner. Unter www.sms-card.net bietet das Werbeunternehmen Händlern, Agenturpartnern und Unternehmen einen Showroom mit Informationen zu Kartenmotiven, digitalen Geschenken und deren Einbindung in Marketing-Aktionen an.

„Die Verschiebung von Budgets zugunsten digitaler Werbemittel wird auch vor Lieferanten klassischer Give-aways nicht Halt machen“, so Henry Heinke, Geschäftsführer von GOYYA Marketing. „Diese können mit unserem Angebot im Vertrieb von diesem Trend jedoch profitieren, indem sie ihren Kunden auch eine höhere Budgetflexibilität als bislang bieten. So stehen einmalig nicht mehr auf einen Schlag 1000 Tassen im Schrank des Kunden, sondern je nach Budget und Bedarf können diese nun Mobile Cards flexibel mit neuen

Werbegeschenken aufladen, woran auch Händler mitverdienen. Im Gegensatz zum Kugelschreiber oder USB-Stick kann die Nutzung von Give-aways nun auch über die Statistik-Funktion eines Online-Portals nachverfolgt werden“, so Heinke weiter.

Ende der Mitteilung

GOYYA Marketing

berät Immobiliengesellschaften, Banken und Unternehmen beim Einsatz von Mobile-CRM-Lösungen und betreut internationale Mobile-Marketing-Kampagnen im Auftrag namhafter Marken und Agenturen. Hauptbereiche sind Marketing und Technologie: Die Geschäftsbereiche konzentrieren sich auf die Bereitstellung und Vermarktung einer zuverlässigen technischen Basis und auf die Kreation und Realisierung von Kampagnen. Mit „Mobile Services“ bietet GOYYA Komplettlösungen für den Versand und Empfang von SMS und MMS, Plattformen für den Download von Inhalten (Content Download) sowie für das Mobile Bezahlen (Mobile Payment). Hierzu gehören auch die Entwicklung von iPhone-Applikationen und der Einsatz von QR-Codes. Schwerpunkt ist die Integration klassischer Medien und neuer digitaler Werbeformen wie etwa die Entwicklung und Umsetzung von On-Pack-Kampagnen, Gewinnspielen, Mobile Microsites, Tagging, Bluetooth-Kampagnen oder Votings.

Die Pressemitteilung finden Sie unter: <http://www.goyya.com/4news.asp>
Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten

Pressekontakt für GOYYA Marketing

Communicatech

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
im Technologieumfeld

Stefanie Katrin Fehse
Schinkelstr. 42
80805 München

Tel.: 089-37412165

E-Mail: stefanie.fehse@communicatech.de
www.communicatech.de