



## «Beem» macht Plakate und Spots interaktiv

**Beem revolutioniert den Werbemarkt: Die ab 1. Juni in der Schweiz verfügbare Plattform macht klassische Werbekampagnen interaktiv und Smartphone-fähig. Und dies, ohne dass eine zusätzliche App installiert oder eine Website aufgerufen werden muss. Möglich macht es eine verblüffend simple Technologie.**

Der klassische Werbemarkt mit statischen Inhalten ist teilweise unter Druck: Werbeauftraggeber setzen immer mehr auf interaktive und performanceorientierte Online-Formate – davon profitieren vor allem die grossen internationalen Online-Anbieter. «Eine Kampagne durch Beem zu ergänzen ist in diesem Umfeld ein echter Mehrwert», ist Alessandro Rausa, Leiter Beem bei Swisscom überzeugt.

Dank Beem ist es nun in der Schweiz möglich, klassische Werbekampagnen direkt auf das Smartphone der Nutzer zu bringen und so interaktiv zu machen. Zum Start liegt der Fokus auf APG|SGA-Plakaten und Kinospots. TV-Sender befinden sich in fortgeschrittener Testphase und folgen in Kürze. Bereits nutzbar ist Beem auf 3+.

### Informationen direkt auf dem Smartphone

Beem-fähige Kino-Spots oder Plakatstellen der APG|SGA senden ein hochfrequentiges Ton-Signal ausserhalb des Hörbereichs und bei Plakatstellen zusätzlich ein Bluetooth-Signal aus. Empfangen werden diese Signale von der Beem Plattform, die in vielen bekannten Apps integriert ist, so dass der Nutzer keine Zusatz-App herunterladen muss. Integriert ist Beem im Moment in den Apps von 20 Minuten, Watson und Bluewin. Hat ein Nutzer eine dieser Apps geöffnet, erscheint ein unaufdringlicher Hinweis, sobald das Signal empfangen wird. Wird der Hinweis angewählt, öffnet sich die Beem Plattform, wo aktuelle Angebote passend zum gesehenen Plakat, zur Sendung oder zum Spot zu finden sind. Das können reine Zusatzinformationen, Gewinnspiel- oder Voting-Teilnahmen oder auch Kaufangebote und Gutscheine sein.



Alternativ zu den Dritt-Apps gibt es eine eigene Beem App im Apple App Store und Google Play Store zum Download. Es ist grundsätzlich nicht notwendig, sich bei Beem zu registrieren, um die Plattform zu nutzen, macht die wiederholte Nutzung von Beem für den User aber einfacher.

### **SBB-Kampagne setzt auf Beem**

Die ersten mit Beem ausgestatteten Kampagne starten per 3. Juni: die SBB setzen auf die neue Technologie – ausserdem macht Beem selber auf sich aufmerksam. Kunden können Kampagnen via APG|SGA (für Plakate) sowie WerbeWeischer (für Kino) realisieren. Admeira und Goldbach sind für die TV-Implementation bereits in die Testphase involviert. «Klassische Werbemittel sorgen für die notwendige Aufmerksamkeit – dank Beem wird diese nun elegant mit interaktiven Aspekten und relevanten Inhalten mit Mehrwert verknüpft. Eine sehr attraktive Kombination,» ist Beat Holenstein, Mitglied der Unternehmensleitung bei APG|SGA überzeugt.

### **Verknüpfung von digitaler und analoger Welt**

Die Vision von Beem ist es, die analoge und digitale Welt zu verschmelzen: Das umfasst auch Einsatzmöglichkeiten ausserhalb der Werbung. Der Einsatz von Beem ist überall da sinnvoll, wo die Nutzer mit ihrem Smartphone interagieren und eine zusätzliche Informationsebene nutzen können – zum Beispiel an Events, in Museen, zur räumlichen Orientierung usw.

Bern, 27. Mai 2019