

# 4 Facts zu Handys mit Grips

*Echt smart! Das können künstlich intelligente Handys*

**1. Beim Shoppen helfen.** Bisher kam man über QR-Codes bestenfalls auf eine Webseite mit Informationen zum Produkt. Mit KI geht mehr: Die Kamera scannt QR-Codes und kann daraufhin eine Bildersuche starten oder Shopping-Angebote mit den günstigsten Preisen sowie ähnliche Produkte im Netz heraussuchen.

**2. Gesichter erkennen.** Früher musste man das Handy mühsam mit einem Code entsperren. Heute genügt es, seinen Fingerabdruck zu speichern und somit schnelleren Einlass zu bekommen. Oder eben gleich sein Gesicht hinhalten: KI macht's möglich.

**3. Daten selbst verarbeiten.** Über ein künstliches neuronales Netz sind Smartphones nun in der Lage, sensible Daten selbst zu verarbeiten. Sie müssen sie nicht in die Rechenzentren von Datenkraken schicken.

**4. Sprachassistenten werden noch intelligenter.** Bei Siri, Alexa, Cortana & Co. geht es zunehmend darum, dem User smart zu helfen. Etwa abends, basierend auf den Kalendereinträgen, eine Weckzeit vorzuschlagen. Oder beim Fotografieren automatisch Sujets zu erkennen und die passenden Einstellungen vorzuschlagen.

# Mobile

**Mobile kann mehr als nur Ads und Apps. Augmented Reality ist zurück – mit völlig neuen Ansätzen, die bis hin zum E-Commerce reichen. Daneben glänzt der Kanal, indem er völlig neue Geschäftsmodelle ermöglicht**

TEXTE: Irmela Schwab

ILLUSTRATION: Stephan Storp für W&V



Die Deutsche Bahn hat eine Augmented-Reality-Kampagne mit Nico Rosberg gelauncht. Dabei können Reisende ein Selfie von sich zusammen mit dem ehemaligen Formel-1-Weltmeister erstellen. Bei der AR-Kampagne in Kooperation mit Shazam kommt der Face-Filter zum Einsatz. Die User können zwischen verschiedenen Posen des Rennfahrers auswählen und das Bild nach ihren Wünschen individualisieren. Jedes auf dem DB-Instagram-Profil veröffentlichte Selfie ermöglicht zusätzlich die Teilnahme an einem Gewinnspiel.





**Patrón's**

Der Spirituosenhersteller Patrón's hat für seinen Tequila eine AR-App gelauncht. In der App sehen User die Hacienda im mexikanischen Jalisco und den virtuellen Bartender. Künftig will Patrón's die App als E-Commerce-Plattform nutzen: Durch die Interaktion mit der App sollen die User den Tequila über Amazon oder andere Seiten kaufen. Denkbar ist auch, sich einen persönlichen Cocktail mixen zu lassen.

**VW und DHL haben Kunden von Händlern wie Outfittery, Amazon und All-youneed Fresh für vier Wochen einen Polo zur Verfügung gestellt. Der Clou: Wenn der Kunde nicht da ist, werden die Pakete, die sonst beim Nachbarn oder in einer DHL-Filiale landen, direkt zugestellt. Wie spielt das Smartphone dabei hinein? Der Postbote öffnet das Auto damit.**

## Neue Geschäftsmodelle

**Mit der Neutrogena Skin360-App können User ihre Haut untersuchen. Der Neutrogena-Skin-Scanner hat ein Vergrößerungsglas und Beleuchtung. Das Tool ist zur Jahresmitte 2018 auf Neutrogena.com erhältlich und funktioniert in Verbindung mit dem Smartphone.**

# 5 heiße Tipps

*Werbekreationen auf dem Handy – so geht's!*

1. Experimente statt Kampagnen: Ob Drehen, Kippen, Wischen oder Schütteln – auf Smartphones und Tablets lassen sich unique Konzepte mit spielerischem Charakter umsetzen.
2. Native Ads statt Online-Banner: Gestaltet im Look-and-feel der jeweiligen Seite, ermöglichen Native Ads, Werbebotschaften direkt in den redaktionellen Content mobiler Webseiten oder Apps einzubetten.
3. Schnelle Informationshappen statt langer Lesestücke: Mobilgeräte dienen häufig dem Zeitvertreib, aber auch der schnellen Informationsbeschaffung und Recherche. Diese „Zwischendurch-Nutzungssituation“ sollten Unternehmen bei der Kreation von Kampagnen berücksichtigen – und Botschaften und Werbeformate darauf abstimmen.
4. Kurze statt lange Videos: Weil die User ihr Handy schnell und sporadisch nutzen, sind kurze, prägnante Videos ideal. Je schneller die Botschaft auf den Punkt gebracht ist, desto besser.
5. Hochwertiges Werbeumfeld: Werbung und Branded Content können ihre volle Wirkung erst im passenden redaktionellen Umfeld entfalten.

## Die angesagtesten MOBILE-Plattformen

### Snapchat

300 Millionen monatliche aktive Nutzer  
187 Millionen tägliche aktive Nutzer  
1 Million Snaps werden jeden Tag kreiert  
Jeder User verbringt im Schnitt 30 Minuten auf Snapchat  
71 Prozent unter 34 Jahre alt  
70 Prozent sind weiblich

### Instagram

800 Millionen monatliche aktive Nutzer weltweit  
15 Millionen monatliche aktive Nutzer in Deutschland  
Gut 2 Millionen Unternehmen schalten Werbung  
50 Prozent der Unternehmen auf Instagram haben schon mal eine Story veröffentlicht  
Menschen unter 25 Jahren verbringen durchschnittlich mehr als 32 Minuten pro Tag auf Instagram

### Musically

250 Millionen Nutzer weltweit  
70 Millionen User in Europa  
Im Schnitt sind die User zwischen 13 und 20 Jahre alt  
68 Prozent sind weiblich

### Pinterest

200 Millionen monatlich aktive Nutzer  
79 Prozent der User sind weiblich  
58 Prozent verwenden Pinterest auf einem Tablet oder Mobiltelefon  
88 Prozent kaufen ein Produkt, das sie gepinnt haben  
49 Prozent kaufen fünf oder mehr Produkte, die sie pinnen

**Dass Chatbots Apps ablösen werden, ist vom Tisch: Die Apps haben laut Danuta Florczyk, Gründerin der Agentur Tectumedia, weiter die besten Aussichten auf eine langlebige Kundenbeziehung. „Das Kaufenerlebnis über Apps ist mittlerweile vergleichbar mit dem zum Desktop. Durch gute Trackingmöglichkeiten in der App kann die Auswertung der Customer-Journey fortgesetzt werden.“ Nach dem Download geht es darum, den User zu motivieren, wieder in die App zu gucken. Dies gelingt über Engagementkampagnen, exklusive Rabattaktionen oder eine Kundenansprache via CRM-Maßnahmen.**

Danuta Florczyk, Gründerin der Agentur Tectumedia

