

## digitaler Beery Christmas Kalender 2017

21.09.2017, 10:14 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Interdrinks*



Digitaler Bier-Kalender 2017

September 2017 –

Interdrinks, Frankreich ([www.interdrinks.fr](http://www.interdrinks.fr)) bringt für Dezember 2017 einen „digitalisierten Bierkalender“ auf den Markt. Boxen mit 24 ausgesuchten Biersorten werden mit Near Field Communication (NFC) Stickers ausgestattet, designed von der Werbeagentur Sabocon GmbH ([www.sabocon.com](http://www.sabocon.com)). Die tags erlauben Konsumenten, produktrelevante Inhalte mit einer Berührung des Smartphones an den Stickers abzurufen. Die Technologie, die NFC sticker und eine content-management Software verbindet, wird von der Agentur Sabocon in Kooperation mit NFC21 ([www.nfc21.de](http://www.nfc21.de)) für den Kunden eingesetzt.

Die Kampagne beginnt Anfang Dezember, die Kalender werden aber im Handel bereits ab Oktober erhältlich sein. Insgesamt sind es 55.000 Kalender, die mit NFC-Technologie ausgestattet, in den Handel kommen. Die Kalender werden in verschiedenen Marktschienen in Frankreich und Deutschland angeboten mit einer Aufforderung an der Vorderseite des Kalenders, so dass Konsumenten sofort sehen können, wo sie ihr Smartphone an die Box halten müssen, um spezielle Informationen über die einzelnen Biersorten, und weitere Features zu erhalten.

Die Konsumenten müssen lediglich ihr Smartphone an die angegebene Stelle halten, um den NFC sticker zu aktivieren. Apps oder downloads vorab sind nicht mehr notwendig.

Interdrinks möchte langfristig damit Konsumentenverhalten besser verstehen und auch sehen können, wie die Angebote angenommen werden und wo und wann die Käufer Informationen abgerufen haben.

Die Agentur Sabocon hat mit NFC21 in den letzten Jahren für eine Reihe von Werbeinitiativen zusammengearbeitet, um

Konsumenten in ganz Europa enger mit Marken kommunizieren zu lassen. „Als Agentur arbeiten wir mit einer Reihe von Marken und Unternehmen, um Projekte mit NFC-Lösungen voranzubringen“, erzählt Marc Werner, Sabocon's Gründer. Er sieht seine Firma als eine dem IoT verschriebene Agentur, die in Kooperation mit NFC21 die Lücken zwischen Marketing, Technologie und „brand building“ schließt.

Interdrinks hofft indes auf ein System, das zuallererst erlaubt, enger mit dem Konsumenten in Kontakt zu treten, aber auch künftig die Möglichkeit bietet, deren Bedürfnisse besser zu verstehen. Man möchte erkennen können, was eigentlich mit dem Produkt passiert, nachdem es beim Handel steht. Traditionell verlieren Firmen und Marken den Einblick von diesem Moment an. Sie wissen nichts über den Käufer, wann und wo das Produkt genau gekauft wurde und ob es den Kunden gefällt. Die digitalisierten Bierkalender erlauben es Interdrinks, genaueren Einblick zu erlangen, welche Inhalte abgerufen wurden, wann und wo dies geschah, was die Möglichkeit bietet, näher an die Bedürfnisse der Kunden zu gelangen.



Beery Christmas, Craft Beer Advent Calendar

<https://www.youtube.com/watch?v=B1focrNNwXI>

## Portrait

Die Sabocon GmbH ist eine inhabergeführte Werbeagentur mit Sitz in Dreieich, Hessen, seit 1999 für Konzerne wie Procter & Gamble, Coty, CWS, DER u.a. tätig. Seit 5 Jahren spezialisiert auf digitale Lösungen unter Einbeziehung von NFC-Technologie und Cloud-Software-Lösungen.

---

News-ID: 969949 • Views: 886 (Stand: 17.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/969949/digitaler-Beery-Christmas-Kalender-2017.html>