

HTC feiert Innovationen: Start der Multi-Millionen-Dollar-Werbekampagne „Geniale Idee“

Die TV-, Print- und Online-Kampagne startet im November 2011; die ‚YOU‘-Vorgängerkampagne sorgte für die Verdopplung der globalen Markenbekanntheit

Frankfurt, 29. Oktober 2010 – Die HTC Corporation, ein global agierender Hersteller von Smartphones, hat sich in dem extrem dynamischen Smartphone-Markt als Synonym für Innovationen und exzellentes Design etabliert. Im November 2010 startet HTC in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika (EMEA) eine neue Werbekampagne unter dem Claim „Geniale Idee“, deren Volumen sich auf mehrere Millionen US-Dollar beläuft. Im Mittelpunkt stehen die zahlreichen Ideen rund um die HTC-Smartphones. Die Kampagne baut auf den Erfolgen der „YOU“-Kampagne auf, die 2009 und 2010 durchgeführt wurde und einen erheblichen Beitrag dazu geleistet hat, die weltweite Brand Awareness von HTC zu verdoppeln.

Für weitere Informationen:

Trademark PR GmbH

Stefan Ehgartner / Marco Dautel

Goethestr. 66

D-80336 München

Tel.: +49 (0)89 444 46 74-33

Fax: +49 (0)89 444 46 74-79

Email: htc@trademarkpr.com

„Ein Großteil der Innovationen bei HTC basiert darauf, wie Menschen mit ihren Mobiltelefonen interagieren“, erklärt Vladimir Malugin, EMEA Marketing Director bei HTC. „Diese zum Teil einfachen, aber gleichzeitig originellen Ideen – z.B. einfach das Phone aufs Display zu legen, um das Klingeln zu unterdrücken – begeistern unsere Kunden und werden schnell zu Annehmlichkeiten, die man nicht mehr missen möchte. Es sind oftmals die kleinen Dinge im Leben, über die man sich freut. Die „Geniale Idee“-Werbekampagne greift diese Momente in sehr unterhaltsamen und aufmerksamkeitsstarken Motiven auf. Immer mehr Verbraucher nutzen Smartphones, und wir möchten ihnen zeigen, wie ein HTC Phone ihren Alltag bereichern kann.“

Zentrale Inhalte der „Geniale Idee“-Kampagne sind die vielfältigen Eigenschaften von HTC Sense – der „HTC User Experience“, die für eine intuitive Bedienung sorgt und den Anwender und seine Kommunikationswege in den Mittelpunkt stellt. Dank HTC Sense kann das Smartphone bei Verlust z.B. remote gesperrt

und Daten gelöscht werden; sämtliche News und Updates aus Sozialen Netzwerken sind in einer Übersicht in der FriendStream-App abrufbar; Lieblings-Apps können an Freunde, Familie und Kontakte aus Sozialen Netzwerken weiterempfohlen werden. Neben diesen Fähigkeiten spielen auch die Leistungsmerkmale der aktuellen Flaggschiff-Phones aus der HTC Desire-Familie eine tragende Rolle in der Kampagne: Unterstützung für Adobe Flash, automatische Textanpassung beim Web Browsing oder das hochauflösende 10,92 cm große Mega-Display des HTC Desire HD sowie die Kombination aus Touchscreen und vollwertiger QWERTY-Tastatur beim HTC Desire Z.

Die Kampagnenidee wurde von den Agenturen Fearlessly Frank und Figtree entwickelt, für die Kampagnenumsetzung des Kreativkonzepts zeichnet AMP London verantwortlich. Die Kampagne schließt TV, Print, Online und Outdoor-Medien sowie Instore Promotions ein.

Über HTC

Die HTC Corp. wurde 1997 gegründet und ist auf das Design und die Fertigung von innovativen mobilen Geräten spezialisiert.

Seit der Gründung ist HTC zu einem der erfolgreichsten Hersteller von Geräten für das Betriebssystem Microsoft Windows Mobile und Android avanciert. Das Unternehmen hat spezielle Partnerschaften mit den wichtigsten Mobilfunk-Marken aufgebaut – darunter mit den fünf führenden Betreibern Europas und den Top-Vier in den Vereinigten Staaten sowie mit vielen der erfolgreichsten asiatischen Mobilfunkanbieter.

HTC zählt zu den am schnellsten wachsenden Unternehmen im Mobilfunkmarkt. Das Unternehmen ist an der Taiwan Stock Exchange notiert (2498). Weitere Informationen stehen unter www.htc.com zur Verfügung.