

## **NFC Basispresstext**

### **Hightech verbindet:**

#### **NFC – die große Chance für Medien, Marken und den Handel**

Near Field Communication ist die zentrale Kontaktlostechnologie für eine neue, erweiterte Kunden-Kommunikation. Sie schafft die nahtlose Verknüpfung von Offline- und Online-Welten. Mit dem einfachen Auflegen des Smartphones auf den NFC-Tag, dem sogenannten „Tappen“, erhält der Kunde einen schnellen und sicheren Zugang zu Information und Entertainment. Die Technik ist weit verbreitet und erfüllt hohe Sicherheitsstandards. Durch Alltagsanwendungen wie Touch&Travel der Bahn oder die Telekom Wallet wird das intuitive „Tappen“ und damit NFC zunehmend zur Normalität.

Marken, Verlagen und dem Handel bieten sich damit völlig neue Perspektiven entlang des Prozesses der Kaufentscheidung und der Markenbindung mit Kunden in Kontakt zu treten und das Konsumenten-Erlebnis zu bereichern. Jetzt sind innovative Ideen gefragt. Die Smart Media Alliance – eine neugegründete Industrie-Initiative – unterstützt die Verbreitung der neuen Technologie in der werbetreibenden Industrie mit Knowhow-Transfer und kreativen Kampagnenideen.

#### **Ein immenses Potential: Zugang zu Vielen**

Die Kommunikation wird mithilfe des Smartphones in Gang gesetzt – dem persönlichsten technischen Gerät. Heute sind rd. 30 Mio. NFC-fähige Smartphones im deutschen Markt (Quelle: Abi Research). Für Ende 2015 ist mit fast 40 Mio. Geräten zu rechnen – ein rasanter Anstieg und damit ein enormes Potential. Seitdem auch Apple die NFC Technologie integriert hat, ist die Marktdurchdringung nahezu komplett. Dies zeigt das Vertrauen in die zukunftsweisende Kontaktlostechnologie: Experten gehen von einem kräftigen Schub für Bezahlungsfunktionen aber auch andere NFC-Anwendungen aus.

#### **NFC als Umsatztreiber für Marken: Vom potentiellen Käufer zum Brand Fan**

Die Technologie eröffnet Marken die Möglichkeit, mit Kunden entlang der Customer Journey zu interagieren. Anzeigen, Regalstopper, Preisschilder bis hin zu Zahnpastatuben schaffen einen unkomplizierten Zugang zum Kunden und bieten ihm kontextsensitive Inhalte oder binden ihn direkt in eine bidirektionale Kommunikation ein. Das schafft eine neue Nähe zwischen Marke und Kunde. NFC wird so zum kraftvollen Entscheidungs- und Umsatztreiber und zum effizienten Kundenbindungsinstrument.

#### **Die Logistikkette für NFC ist bereit**

Die Partner der SMA bieten gezielte und marktgerechte Informationen, Produkte und Angebote. In direktem Austausch mit Agenturen, Medien und Marken werden diese immer weiter verbessert. Agenturen erhalten Support beim Einsatz von NFC-Tags, Medien führen umfangreiche Tests zur Verarbeitung durch, im Handel ist NFC längst Teil der POS-Digitalisierungsstrategien. Gleichzeitig werden

in Verbänden Diskussionen angeregt, an welcher Stelle der Journey NFC Sinn macht: Der Verbraucher soll die Technologie intuitiv nutzen, um die gewünschte Aktion zu starten. Neu entwickelte Trackingtools liefern wertvolle Informationen über den Anwender über die gesamte Customer Journey hinweg – online, offline, über Beacons, QR und NFC. Content-Plattformen sorgen dafür, dass die gewonnenen Informationen für relevante Inhalte genutzt werden. Die einfache Handhabung und der passgenaue Content für den Kunden macht den Einsatz von NFC so interessant.

### **Kunden profitieren vom einfachen Zugang zu Infos und Entertainment und der sicheren Technik**

Für den Endverbraucher bringt die NFC Technologie eine Reihe nützlicher und innovativer Neuerungen. Die Technik ist fester Hardwarebestandteil der Smartphones und Tablets – für den Einsatz ist keine App notwendig. Zudem kann der Kunde mit dieser Pull-Technologie selbst bestimmen, welche Informationen ihn erreichen sollen oder welche Aktion er starten möchte. Mit der sicheren Technik hat er sofortigen Zugriff auf Information & Entertainment.

### **Unterstützung für die werbetreibende Industrie von der Smart Media Alliance (SMA)**

Die Smart Media Alliance ([www.smartmediaalliance.de](http://www.smartmediaalliance.de)) ist eine Industrieinitiative, die von vier Unternehmen aus der Wertschöpfungskette der NFC-Technologie gegründet wurde. Ihr Anliegen ist die Unterstützung der werbetreibenden Industrie beim Einsatz von NFC. Zu den Aufgaben der SMA zählen die Schulung der Marktteilnehmer, der Support bei Umsetzung, der Best-Practice-Transfer, die Erarbeitung von Guidelines, die Diskussion von Anforderungen, Definition von Standards, die Einbindung in die Kreativprozesse u.v.m.

- NXP Semiconductors ([www.nxp.com](http://www.nxp.com)): Co-Erfinder von Near Field Communication und führender Anbieter von RFID und NFC-Chips
- Smartrac ([www.smartrac-group.com](http://www.smartrac-group.com)): Hersteller von NFC-Tags und Inlays für unterschiedlichste Anwendungen
- identitytag ([www.identitytag.de](http://www.identitytag.de)): Fertigung und Programmierung der NFC Produkte
- Tamoco ([www.tamo.co](http://www.tamo.co)): Anbieter einer Plattform für smarte mobile Anwendungen, dynamisches CMS und effektive Analysen

### **Relevante Links:**

- Einführung in NFC: [www.nxp.com/nfc](http://www.nxp.com/nfc)
- Liste aller NFC-fähigen Handys: <http://www.nfcworld.com/nfc-phones-list/>
- Definition technischer Standards: [www.nfc-forum.org](http://www.nfc-forum.org)

**Unternehmenskontakt:**

Smart Media Alliance

Oesterleystraße 4

D-22587 Hamburg

T +49 40 866 29 836

[mail@smart-media-alliance.com](mailto:mail@smart-media-alliance.com)

[www.smart-media-alliance.com](http://www.smart-media-alliance.com)

**Pressekontakt:**

knottkomm

Tanja Knott Kommunikation

T +49 40 866 48 620

M +173 31 64 369

[tknott@knottkomm.de](mailto:tknott@knottkomm.de)