

Schneider Schreib's auf

Schneider Schreibgeräte GmbH • 78144 Schramberg • Germany

Ansprechpartner: Martina Schneider
Abteilung: Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: +49 77 29/8 88-235
E-Mail: presse@schneiderpen.de

Schramberg 21. Oktober 2015

Vierte Slider Roadshow von Schneider berührt die Passanten

Die diesjährige Roadshow von Schneider mit den beliebten Slider-Produkten geht so langsam dem Ende zu... jedoch nur für dieses Jahr! Es ist schon das vierte Jahr in dem der deutsche Schreibgerätehersteller Schneider auf große Roadshow geht. Im September startete die Tour und bis Ende Oktober läuft sie noch. Schon jetzt kann man von einem überwältigen Erfolg sprechen: Anhand der hohen Rücklaufquote der Gewinnspielkarten, die schon jetzt zu tausenden im Werk des Herstellers im Schwarzwald einfliegen, spürt man die Begeisterung der Teilnehmer. Die Kampagne stärkt die Markenbekanntheit von Schneider noch weiter und der Hype um die Slider Serie steigt jährlich.

Die Slider-Serie, auch bekannt als die „Kugelsurfer“, überzeugt mit einem leichten und gleitenden Schreibgefühl und konnte mit Hilfe dieser gezielten Werbemaßnahme in den letzten Jahren massiv an Beliebtheit zulegen. In der diesjährigen Kampagne wurde zudem der neue Slider Touch vorgestellt, welcher das Slider-Sortiment um einen Stift mit zusätzlicher Stylus-Funktion abrundet. Er wurde bei der Roadshow bewusst inszeniert und konnte die Passanten von seinen 2 einzigartigen Eigenschaften - dem weich gleitenden Schreiben und der Touch Funktion - überzeugen.

Die geniale Kampagne, für die eigens ein Tablettspiel entwickelt wurde, traf vor allem auch auf die Neugierde der Teilnehmer. Vor Ort gab es Aktionsflächen mit Tablets, an denen die Besucher die Touch- wie auch die Schreibfunktion des Stifts nutzten und so gleichzeitig an einem Gewinnspiel teilnahmen. Angesteuert wurden dieses Jahr Shopping Center in top Lagen sowie einige Fachhändler und große Kinocenter, darunter Cinemaxx und Cinestar. Professionelle Promoter-Teams begleiten die Kampagne. Zu gewinnen gibt es als Hauptgewinn 3.000 €, vier Samsung Galaxy Tab 4 oder 25-mal ein Schneider Stifte-Set. Das Gewinnspiel läuft noch bis Mitte November.

Die Produkteigenschaften können neuen Interessenten auf transparente und glaubhafte Weise vermittelt werden. Der Social-Media-Kanal Facebook erweist sich als hervorragende Verknüpfung zwischen Online- und Offline-Kampagne und dient verstärkt zum Austausch mit der Zielgruppe.

[299 Wörter, 2187 Zeichen (inkl. Leerzeichen), von [Martina Schneider](#)]

Pressebild: Roadshow 2016: trifft den Nerv der Zielgruppe



Für die Kampagne 2015 wurde ein Tabletspiel entwickelt

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.com/press/pressImage/detail/uri/kind-spielt]

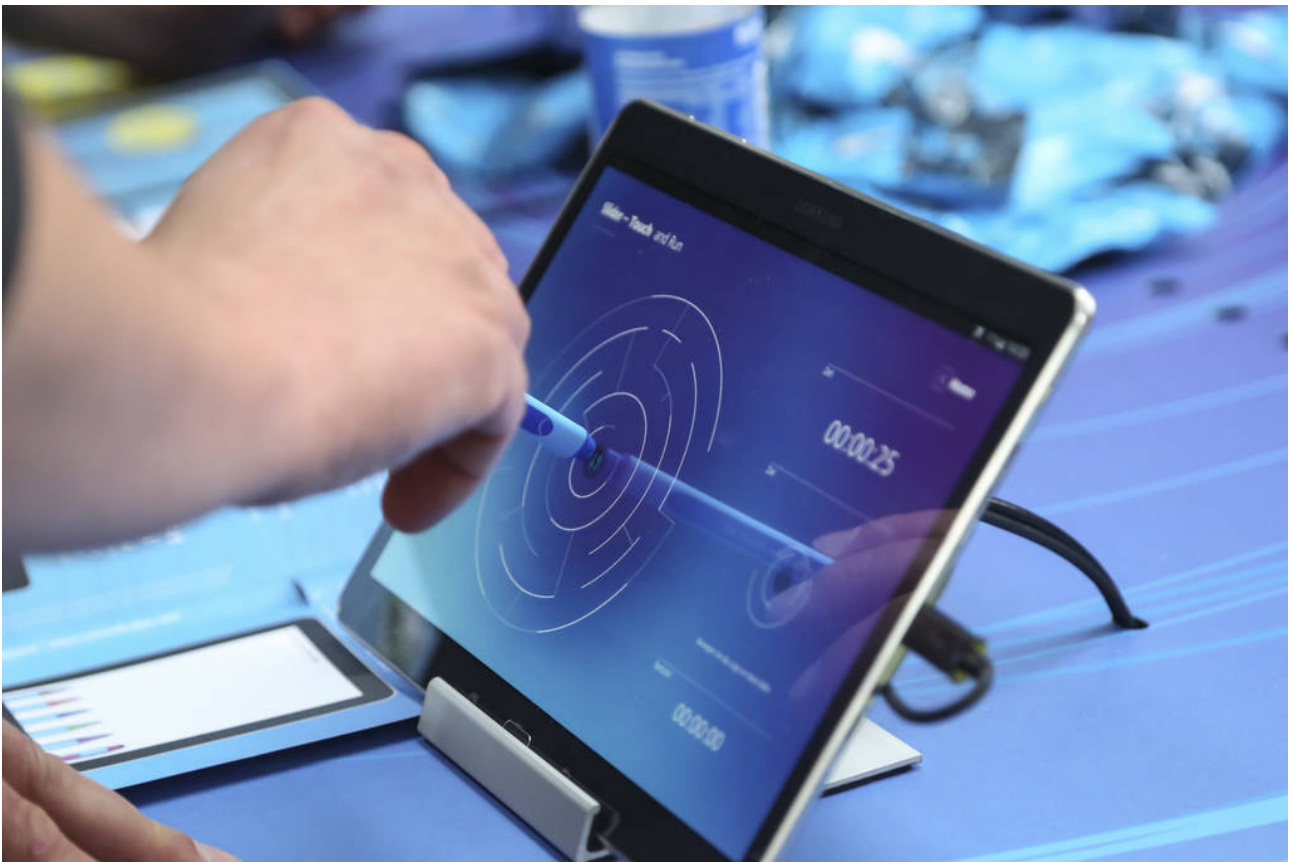
Pressebild: Roadshow 2015



Die geniale Kampagne, für die eigens ein Tablettspiel entwickelt wurde, traf vor allem auch auf die Neugierde der Teilnehmer.

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.com/press/pressImage/detail/uri/teilnahme]

Pressebild: Touch and Run- Gewinnspiel 2015



Auf spielerische Art und Weise versucht man in schnellst möglicher Zeit das Schneider-Logo aus einem Labyrinth zu ziehen. Dazu nutzt man den Touch Aufsatz des Stiftes.

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.com/press/pressImage/detail/uri/touch-and-run]

Pressebild: Roadshow 2016: Promoter-Teams



Professionelle Promoter-Teams begleiten die Kampagne

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.com/press/pressImage/detail/uri/promoter]

Pressebild: Roadshow 2015: Unterwegs in Kinos



Angesteuert wurden bei der Roadshow 2015 Shopping Center in top Lagen sowie einige Fachhändler und große Kinocenter, darunter Cinemaxx und Cinestar.

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.com/press/pressImage/detail/uri/peace]

Pressebild: Hohe Rücklaufquote der Gewinnspielkarten



Anhand der hohen Rücklaufquote der Gewinnspielkarten, die schon jetzt zu tausenden im Werk des Herstellers im Schwarzwald einfliegen, spürt man die Begeisterung der Teilnehmer.

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.com/press/pressImage/detail/uri/nachbericht]

Pressebild: Hohe Rücklaufquote der Gewinnspielkarten



Die hohe Rücklaufquote der Gewinnspielkarten zeigt Schneider, dass der Nerv der Zielgruppe getroffen wurde

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.com/press/pressImage/detail/uri/karten]

Pressebild: Beim Gewinnspiel 2015 testet die Zielgruppe alle Vorzüge des Slider Touch



Nach Beendigung des Spiels erscheint ein Gewinncode auf dem Tablet, den man dann mit dem Stift auf eine Gewinnspielkarte schreibt.

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.com/press/pressImage/detail/uri/header]

Pressebild: Die Gewinnspielkarten der Roadshow 2015



Auf die Gewinnspielkarten der Roadshow 2015 trug man den Gewinncode des Tabletspiels ein

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.com/press/pressImage/detail/uri/gewinnspielkarten-2]

Pressebild: Die geniale Kampagne traf vor allem auch auf die Neugierde der Teilnehmer



An den Aktionsflächen gab es Tablets, an denen die Besucher die Touch- wie auch die Schreibfunktion des Stifts nutzen könnten und so gleichzeitig an einem Gewinnspiel teilnehmen.

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.com/press/pressImage/detail/uri/alt-und-jung]

Pressebild: Gewinnspiel auf den Tablets der Roadshow 2015



Jung und alt, das Gewinnspiel auf den Tablets zog alle Atlersklassen an

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.com/press/pressImage/detail/uri/gewinnspiel-auf-den-tablets-der-roadshow-2015]