

Doro geht in die Offensive mit TV-Spots und propagiert „Einfach-Telefonieren-Handys“

Handy-Hersteller auf der ganzen Welt versuchen, sich bei neuen Mobiltelefonen mit immer vielseitigeren Funktionen gegenseitig zu überbieten. Die Folge, moderne Handys werden immer komplizierter. Im Zuge dieser Entwicklungen wurde eine Zielgruppe komplett vergessen: Personen, welche einfach nur telefonieren möchten. Nun adressiert Doro genau diese in einer Reihe von Fernsehspots, die im August in ARD und ZDF ausgestrahlt werden. Denn Doro Handys zeichnen sich durch einfache und intuitive Bedienung, ansprechendem Design und benutzerfreundlicher Ergonomie aus.

Moderne Handys sind heute wahre Alleskönner mit Ausstattungskomfort und jeder Menge technischer Features begeistern sie technikaffine Menschen. Nur eines wird dabei meist vergessen: Das einfache Telefonieren. Nicht jeder ist gewillt, so viel Schnick Schnack in seinem Handy zu akzeptieren und erst ein umfassendes Handbuch studieren zu müssen, um telefonieren zu können.

Speziell Senioren haben andere Anforderungen. Sie erwarten Mobilität, möchten einfach telefonieren können, schätzen ein großes Display mit einer klaren Darstellung der Zeichen sowie großzügige und klar abgegrenzte Tasten. Doro hat eine neue Generation von Mobiltelefonen entwickelt, deren Funktionalität innerhalb von wenigen Sekunden verstanden wird und die all den Menschen die mobile Freiheit erschließt, welche mit den überladenen Hightech Spielzeugen nicht zurechtkommen. Doro analysierte mir sehr viel Engagement und Forschung die tatsächlichen Bedürfnisse in diesem Markt. So ist eine neue Palette an Handys entstanden, die genau diesen Ansprüchen gerecht wird. Im Vordergrund steht das einfache Telefonieren, ergänzt mit sinnvollen Features wie zum Beispiel Notruftaste, Taschenlampe, Bluetooth und Hörgeräte-Kompatibilität.

Klare Botschaft

Um die Vorteile eines einfach zu bedienenden Mobiltelefons einer breiten Öffentlichkeit näherzubringen, schaltet Doro im August in ARD und ZDF eine Serie von Fernsehspots. Adressiert werden Menschen, die mit einem Handy telefonieren wollen, die ihr Gerät sofort verstehen und nutzen wollen, und denen eine einfache Bedienung wichtig ist. Die Fernsehspots basieren - wie auch das Design der Doro-Mobiltelefone - auf intensiven Marktuntersuchungen, die gezeigt haben, dass Menschen, die großen Wert auf eine intuitive Bedienung eines Mobiltelefons legen, vom heutigen Angebot weitgehend ausgeschlossen sind. Und denen Doro nun eine echte Alternative bietet - Doro, die „Einfach-Telefonieren-Handys“.

Informationen zu Doro Handys sind zu finden unter www.ivsgmbh.de

Dieser Text enthält 2.625 Zeichen.

Bildmaterial finden Sie unter: <http://www.publictouch.de/Presse/Doro/25>



Über Doro

Mit über 30 Jahren Erfahrung im Bereich Telefonie zeichnet sich Doro heute durch innovative und anwenderfreundliche Consumer Electronics Produkte aus. Das Unternehmen entwickelt, vermarktet und vertreibt eine breite Palette von Produkten in drei Geschäftsbereichen: Care Electronics, Home Electronics und Business Electronics. Die Produkte des Unternehmens werden weltweit in über 30 Ländern über eine Vielzahl von Geschäften vertrieben, darunter Elektronik-Läden, Online-Shops und spezialisierte Kanäle. In 2008 hatte Doro einen Umsatz von über 363 SEK. Die Aktien von Doro werden an der OMX Nordic Exchange Stockholm gehandelt unter Nordic list, Small Companies. Weitere Informationen über Doro unter www.doro.com.

Für Veröffentlichungen:

Doro AB

Francois Jacob
Magistratsvägen 10
SE-226 43 Lund, Schweden
Telefon: +33 684 54 41 37
E-Mail: francois.jacob@doro.com

Weitere Informationen:

public touch – Agentur für Pressearbeit und PR GmbH

Sigi Riedelbauch
Marktplatz 17, 91207 Lauf
Telefon: 0 91 23/97 47 – 13
Telefax: 0 91 23/97 47 – 17
E-Mail: riedelbauch@publictouch.de