



P1606C0932

„Listen 2U“: HP gibt Jugendlichen eine Stimme Junge kreative Köpfe zeigen, was in ihnen steckt



BÖBLINGEN, 24. Juni 2009 – HP spitzt seine Ohren: Das Internet ist für junge Erwachsene eine bedeutende Kommunikationsplattform. Mit der neuen Kampagne „Listen 2U“ gibt HP jungen Menschen aus ganz Europa, dem Nahen Osten und Afrika eine Chance ihre Meinung zu äußern und noch besser gehört zu werden. Über Social Media-Foren können sie sich im Internet kreativ austauschen und an verschiedenen Aktionen teilnehmen. Ein zentraler Bestandteil der Kampagne ist die Webseite www.hp.com/listen2u. Dort finden sich Informationen zu Aktionen und den drei Wettbewerben, in denen HP junge Erwachsene dazu auffordert, das Erfindergenie in sich zu entdecken: Hier können sie ihr Talent und Einfallsreichtum beim Drehen von Kurzfilmen unter Beweis stellen. Ansporn ist der Gewinn von coolen HP-Produkten. Außerdem werden die neuesten Ergebnisse der Video- und Fotowettbewerbe auf die Kampagnen-Webseite gestellt. Auf YouTube, Facebook, Flickr und Twitter wird es zudem spezielle „Listen 2U“-Gruppen geben, die mit der Webseite verlinkt sind.

Pressekontakt:

Eleonore Körner
PR Manager PSG und SMB
Tel.: 07031 / 14-62 60
E-Mail:
eleonore.koerner@hp.com

Hewlett-Packard GmbH
Herrenberger Str. 140
71034 Böblingen / Germany
www.hp.com/de

HP Presseservice:
Annette Wiedemann
Tel.: 089 / 32 20 80 9 - 480
E-Mail: a.wiedemann@hwp.de

HWP Communications GmbH
Theresienhöhe 13, Haus D
80339 München / Germany
www.hwp.de

Inspiriert ist die „Listen 2U“-Kampagne von einer neuen Forschungsstudie, die untersucht, welchen Einflussfaktoren Teenagern in Europa, dem Nahen Osten und Afrika heute unterliegen und welche Rolle die Technologie in ihrem Leben spielt. Junge Leute sind Trendsetter: Sie passen sich ständig neuen Technologien an und den unzähligen phantasievollen Impulsen, die sie liefern. HP schafft Jugendlichen über „Listen 2U“ einen Platz, an dem sie ihrer Kreativität Ausdruck verleihen können. Die Kampagne gibt HP darüber hinaus neue Impulse, um Computer zu entwickeln, die noch besser an die Bedürfnisse von jungen Menschen angepasst sind.

HP setzt in Wettkämpfen und Spielen kreatives Potenzial frei

Der erste Wettbewerb im Rahmen von „Listen 2U“ nennt sich „RU the next inventor?“. Die Aufgabe lautet: ein Video drehen, das die verrücktesten Dinge zeigt, die mit einem Computer angestellt werden können. Das 30-sekündige Video wird auf YouTube gestellt (www.youtube.com/group/RUtheNextInventor). Dort kann sich jeder das Video ansehen und darüber abstimmen. HP wird aus den besten Bewertungen und meist gesehenen Videos zehn Finalisten sowie den Sieger auswählen. Neben diesem Wettbewerb wird es in den kommenden Monaten noch zwei weitere geben, in denen Kreativität und Einfallsreichtum gefragt sind.

Auch der Spieltrieb kommt nicht zu kurz: Über das zusammen mit Mensa entwickelte Online-Spiel namens Digital Genius können Jugendliche gegeneinander antreten und sich mit Freunden austauschen. Bei dem Spiel

werden digitales Wissen, Fertigkeiten und Geschicklichkeit gemessen. Monatlich wird ein Gewinner gezogen, der ein HP-Produkt erhält.

Internet lässt Jugendliche mitreden

Eine von HP unterstützte Studie hat gezeigt, dass sich das Internet weiter zur dominierenden Kommunikationsplattform für junge Menschen entwickeln wird: Dort verschaffen sie sich Gehör, diskutieren über Themen, die sie interessieren, und treten zueinander in Kontakt. Von insgesamt 2.000 Befragten gaben 78 Prozent an, dass sie heute alles, was sie wissen müssen, aus dem Web lernen können. Fast die Hälfte der Befragten sagte, dass sie von allen digitalen Produkten am wenigsten auf ihren Computer verzichten möchten.

Internet und Social Media verschaffen Jugendlichen zudem eine einmalige Reichweite und damit mehr Einflussmöglichkeiten als je zuvor. So glaubt die große Mehrheit der Jugendlichen, dass sie ihre Zukunft aktiver gestalten können als vorangegangene Generationen. Weniger als ein Prozent hingegen glaubt, dass Politiker die Meinung von Jugendlichen wertschätzen.

Passend zu der „Listen 2U“-Kampagne stellt HP einen neuen Notebook PC vor, der sich besonders an Jugendliche richtet. Die japanische Jung-Designerin Hisako Sakihama gewann mit ihrem Entwurf den von HP und MTV gemeinsam veranstalteten „Engine Room“ Notebook-Design-Wettbewerb. Der von ihr gestaltete HP Pavilion dv6 Artist Edition Notebook PC ist inspiriert von Meer und Himmel an der Küste Okinawas.

Mehr Informationen zu der Listen 2U-Kampagne sind unter www.hp.com/listen2u zu finden.

Über HP

HP, das weltweit größte Technologie-Unternehmen, vereinfacht den Umgang mit Technologie für Privatpersonen und Unternehmen - mit einem Angebot, das die Bereiche Drucken, Personal Computing, Software, Services und IT-Infrastruktur umfasst.

Weitere Informationen zum Unternehmen (NYSE, Nasdaq: HPQ) und zu den Produkten finden Sie unter www.hp.com/de.

Presseinformationen und Bildmaterial finden sich in chronologischer und thematischer Reihenfolge unter www.hp.com/de/presse.



invent

**Weitere Informationen für
Unternehmenskunden:**

Tel.: 0180 / 5 66 57 75
(0,14 Euro/Min. aus dem deutschen Festnetz -
bei Anrufen aus Mobilfunknetzen können
andere Preise gelten)
E-Mail: firmen.kunden@hp.com

**Weitere Informationen für
Endkunden:**

Hewlett-Packard GmbH
Kundeninformationszentrum
Tel.: 0180 / 5 65 21 80
(0,14 Euro/Min. aus dem deutschen Festnetz -
bei Anrufen aus Mobilfunknetzen können
andere Preise gelten)
Web Mail: www.hp.com/de
(über „Kontakt zu HP“)

Weitere Informationen für Channelpartner:

Tel.: 0180 / 5 92 97 35
(0,14 Euro/Min. aus dem deutschen Festnetz -
bei Anrufen aus Mobilfunknetzen können
andere Preise gelten)
E-Mail: Preferred-Partner-Hotline@hp.com

Besuchen Sie den HP Store unter
www.hp.com/de/hpshop

© 2009 Hewlett-Packard Development Company, L.P. The information contained herein is subject to change without notice. The only warranties for HP products and services are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services. Nothing herein should be construed as constituting an additional warranty. HP shall not be liable for technical or editorial errors or omissions contained herein.

6/2009

