

FELIX SCHUL

28 Jahre alt und Geschäftsführer. Gemeinsam mit seinem Studienkollegen Felix Gillen konzeptionierte er Coupies noch während seiner Studienzeit – als Uni-Projekt der Kölner Wirtschaftsinformatik-Fakultät. Ge-gründet wurde Coupies 2009. Neben seiner Position als Geschäftsführer leitet Felix Schul die Entwicklung der Systeme und Prozesse.

# FELIX SCHUL, COUPIES

INTERVIEW: KERSTIN MATTYS

**Rabatt im Nahbereich: Coupies, Plattform für mobile Coupons, hat Ende 2011 damit begonnen, Filialen mit NFC-Touchpoints aufzurüsten. Die einmalige Ausstattung kostet Coupies „nur wenige Euro“ pro PoS, Händler gar nichts.**

## **Wie lange wird es Couponing noch geben?**

Bis 21. 12. 2012, weil da bekanntlich die Welt untergeht. Spaß beiseite. Couponing, ob mobil, online oder als Papier – wird fester Bestandteil des PoS-Marketings und somit so lange existieren, wie Unternehmen PoS-Marketing betreiben.

## **Mit Coupies beginne die flächendeckende Nutzung von NFC-Couponing in Deutschland, behaupten Sie. Ist das nicht arg optimistisch?**

Neben den vielen Tausend Kleinkunden, die über Coupies Rabatt-Coupons auf dem Handy anbieten, haben wir auch Schlecker, Shell, KFC, mister\*lady, Foot Locker, Kult, babywalz und die UCI-Kinos als Kunden. Bei neuen Kampagnen werden diese mit NFC-Stickern ausgerüstet. Da kann man schon von flächendeckendem NFC-Couponing reden. Bis zur flächendeckenden Nutzung integrierter, aktiver NFC-Terminals in den PoS-Systemen der Händler wird sicherlich noch einige Zeit vergehen.

## **Warum auch noch Gutscheineinlösung per NFC?**

Warum nicht? NFC ist eine Technologie, die Datenkommunikation zwischen Kunden und Geschäft auf einfachste Weise, nämlich durch bloßes Ranhalten des Smartphones an den NFC-Touchpoint, ermöglicht. Da werden in naher Zukunft noch weitere Anwendungen im Markt auftauchen. Mobile Payment, Extended Packaging oder Mobile Couponing sind bekannte Beispiele. Für uns hat Mobile Couponing mit NFC gleich drei Vorteile, für die sich die Umstellung lohnt. Erstens: Die Einlösemessung wird genauer. Da wir Performance-basiert bezahlt werden, ist das für uns sehr wichtig. Zweitens können unsere

Kunden bis auf Filialebene live mitverfolgen, wann wo welche Coupons von wem (Alter/ Geschlecht) eingelöst werden, und drittens ist es für die User einfacher und cooler, durch Ranhalten des Handys an den Touchpoint den Coupon einzulösen.

## **NFC-Smartphones sind spärlich verteilt am Markt... Worin liegt da das Geschäftsmodell?**

In der Zukunft. Aktuell gibt es nur wenige Geräte, zum Beispiel von Samsung und Nokia, die ein NFC-Modul integriert haben. Das wird sich aber bald ändern, und dann ist die Erfahrung, die wir heute machen, viel wert. Alternativ bieten wir allen anderen Geräten die Einlösevariante mittels QR-Code, der aus der Coupies-App heraus abfotografiert wird. Ich gehe aber fest davon aus, dass das iPhone 5 NFC an Bord haben wird.

## **Wie wappnen Sie sich gegen Fake-Einlösung?**

Bisher war es möglich, im Geschäft einen Coupon einzulösen, ohne tatsächlich einen Kauf zu tätigen. Diese Einlösungen wurden als gültig gewertet, sind also Fake-Einlösungen. Coupon-Einlösungen vom heimischen Sofa aus sind auch möglich, sogenannte Testeinlösungen. Sie werden aber vom System als ungültig angesteuert, also dem Unternehmen nicht in Rechnung gestellt. NFC-Couponing ist unsere Antwort auf diese seltenen Fake-Einlösungen. Jetzt muss ein User sich in der richtigen Filiale aufhalten und an der Kasse sein Handy mit dem aufgerufenen Coupon an den NFC-Touchpoint halten oder den QR-Code abfotografieren. In der Praxis werden täglich Tausende Coupons ausgeliefert, Fake-Einlösungen fallen jetzt schon kaum ins Gewicht.