

PROFITS

Das Unternehmermagazin der Sparkassen-Finanzgruppe

MEETINGS

So werden Besprechungen effizienter

IMMOBILIEN

Jetzt die günstigen Bauzinsen sichern

AKTIENFONDS

Setzen Sie auf die globalen Champions

EINFACH MEHR ERTRAG:

HELM AB, PREISE HOCH!

Georg Höfler, Finanzvorstand
der Uvex Winter Holding, nutzt
Innovationen, Qualität und Service
für eine offensive Preispolitik



DOSSIER
SPAREN SIE BEI
ROHSTOFFEN



Gutschein aufs Display

Kundenbindung. Mit elektronischen Gutscheinen auf Smartphones können Unternehmer neue Kunden in ihre Geschäfte lotsen und Bestandskunden mit Rabatten locken. Günstig und ganz modern.



Berliner Currywurst und belgische Pommes auf Porzellan, dazu richtiges Besteck und ein Glas Kölsch – serviert an Tischen: Das war die Idee von Ralf Heinen. 2005 eröffnete er im Belgischen Viertel mit Curry Cologne Kölns erstes Currywurstrestaurant. Nicht nur bei der Bewirtung, auch bei der Werbung wollte Heinen seinen Mitbewerbern einen Schritt voraus sein. Seiner Kundenschaft macht er seit 2008 einen Restaurantbesuch mit Rabattmarken schmackhaft, die auf Mobiltelefonen abrufbar sind. Damit erhalten die Gäste zwei komplette Menüs mit Getränk zum Schnäppchenpreis von 12,22 Euro statt 15 Euro. „Diese Art der Werbung kommt gerade bei Leuten zwischen 25 und 45, der Smartphone-Generation, gut an – und kostet mich weniger als Anzeigen oder Plakate“, erklärt Heinen.

Smartphones verbreiten sich in rasantem Tempo. Im vergangenen Jahr wurden nach Angaben des deutschen Hightech-Verbands Bitkom in Deutschland 11,8 Millionen Geräte verkauft, fast ein Drittel mehr als im Jahr zuvor. Und

die Besitzer laden fleißig Apps auf ihre Geräte, kleine Programme, mit denen sie ihr Leben angenehmer gestalten können – und beim Shoppen oder Essengehen Schnäppchen machen, etwa mit den mobilen Coupons von Anbietern wie Groupon, Daily Deal oder Coupies.

Für die Handynutzer sind die Apps kostenlos. Die Unternehmen, die sie via Smartphone offerieren, bezahlen dem Couponanbieter pro eingelösten digitalen Gutschein eine vereinbarte Summe,

So funktioniert das Couponsystem

Neukunden für Unternehmen – Schnäppchen für die Käufer.

Unternehmen. Sie registrieren sich auf der Website eines der Mobile-Couponing-Anbieter wie Groupon, Daily Deal oder Coupies und stellen in wenigen Minuten einen Rabattcoupon mit ihrem Logo und dem Aktionspreis ein. Die Anbieter sind in den sozialen Netzwerken wie Studi-VZ oder Facebook präsent und sorgen dafür, dass die Coupons bei der Zielgruppe bekannt werden.

Kunden. Sie laden sich eine kostenlose App eines der Anbieter auf ihr Smartphone, registrieren sich und können sofort auf Schnäppchenjagd gehen. Die App zeigt ihnen eine Übersicht der verfügbaren Coupons in ihrer Umgebung an. Wer etwas kaufen will, ruft den Coupon auf seinem Mobiltelefon auf und zeigt ihn an der Kasse vor. Dort erhält er den Rabatt.

zum Beispiel 50 Cent (siehe „So funktioniert das Gutscheinsystem“). Nach dem „Foma Trendmonitor 2011“ des Bundesverbands Digitale Wirtschaft schreiben 71 Prozent der Befragten der Werbung im mobilen Internet und dem App Advertising das höchste Erfolgspotenzial zu. Die Vorteile liegen auf der Hand: Die mobilen Gutscheine sind immer aktuell. Man muss sie nicht ausdrucken, sondern hat sie auf dem Handy immer dabei. Die Händler sparen sich die Kosten für den Druck

und die Verteilung. Eine Chance gerade für kleine Unternehmen, meint Aline Eckstein, Leiterin des Bereichs E-Commerce beim Institut für Handelsforschung in Köln. „Händler können gezielt über Smartphones neue Kundengruppen ansprechen, denn damit erreichen sie diese überall und jederzeit, personalisiert und interaktiv“, erklärt sie die Vorteile. Die Expertin ist Mitautorin der Studie „Mobile Couponing 2011“. Das Ergebnis der Analyse: Konsumenten nutzen mobile Coupons am häufigsten im Gastronomiebereich, beim Kauf von Kosmetik und für Kinobesuche (siehe „Wo es elektronische Rabatte gibt“).

Auch Mode ist bei smarten Gutscheinhoppnern angesagt. Die rege Nachfrage bestätigt Frank Metz, einer der Geschäftsführer der Görgens-Gruppe. „Wir zeigen im Fashionbereich die neuesten Trends und wollen dies auch in der Werbung“, erklärt er. Die Görgens-Gruppe ist seit über 50 Jahren mit mehr als 90 Filialen einer der größten Modefilialisten in Deutschland. „Unser Ziel ist ganz klar die Neukundengewinnung“, betont Metz. Vor zwei Jahren startete er mit den mobilen Coupons, die den potenziellen Käufern bei einem Einkaufswert von 50 Euro 10 Prozent Rabatt gewähren, bei 100 Euro schon 25 Prozent.

Mit seinem Anbieter Coupons verhandelt er die Kampagnen, die meist zu Weihnachten, Ostern sowie in den Ferien laufen, denn dann kommen besonders viele Schnäppchenjäger in die Geschäfte. Dann muss nur noch das Kassenspersonal in den Geschäften mit den notwendigen Infos zu den aktuellen Aktionen versorgt werden. Das sei ganz wichtig. „Nichts ist schlimmer als

Wo es elektronische Rabatte gibt

In welchen Bereichen und Branchen Smartphone-Nutzer ihre Coupons im vergangenen Jahr am häufigsten eingelöst haben.

Gastronomie	20,4
Kosmetik, Körperpflege	12,4
Kino	9,7
Lebensmittelhandel	8,8
Bücher	8,8

Angaben in Prozent. Quelle: ECC Handel 2011

Rabattaktionen, von denen die Kassierer nichts wissen“, sagt Metz.

Wichtig sei auch, dass potenzielle Kunden nur Angebote aus ihrem Umkreis bekämen. „Was nützt einem Kunden ein Coupon für eine Hamburger Filiale, wenn er in Köln ist?“, so Metz. Dafür sorgt der Dienst Location-based Services, der den Standort des Handynutzers mithilfe des im Gerät integrierten Chips ausmacht und ihn via Wegbeschreibung in das jeweilige Geschäft lotst.

Leichte Neukundengewinnung

Anhand des sogenannten Pull-Verfahrens, für das der Nutzer eine Funktion aktiviert, erkennt die App, wo sich der Kunde gerade befindet, und zeigt ihm auf seinem Display nur die Coupons von Geschäften in seiner Nähe an. Der Kunde wählt die für ihn interessanten Coupons aus und löst sie bei einem Einkauf ein. Der Kassierer gibt den zum Coupon gehörenden Code per Hand ein. Moderne Smartphones verfügen über einen zusätzlichen Nahfeldchip. Dieser ermöglicht den Austausch von Daten per Funk über kurze Entfernung. Der Händler muss dazu ein spezielles Bauteil an der Kasse installieren, mit dem ihn meist der

Couponanbieter ausstattet. Wer dieses mit seinem Kassensystem verbindet, erhält sofort ein Feedback über den Erfolg einer Aktion.

In den zur Görgens-Gruppe gehörenden Läden führen die Kassierer eine Liste, um den Erfolg der Aktionen zu dokumentieren. So weiß Frank Metz, dass er mit 70 Prozent Neukunden sein Ziel mit den mobilen Coupons erreicht hat. Den Erfolg bei der Neukundengewinnung bestätigt die Studie „Mobile Couponing“: Annähernd 66 Prozent der Verwender mobiler Coupons haben durch sie neue Produkte, Geschäfte, Dienstleistungen oder Restaurants entdeckt.

Auch die Hälfte von Ralf Heinens Neukunden ist erst durch die Rabattmarken auf dem Smartphone auf den Geschmack der Currywurst im Restaurant gekommen.

Iris Quirin 



Auf Wunsch erhalten Interessenten via Smartphone genaue Angaben zu den Orten, an denen sie die Rabatte einlösen können.