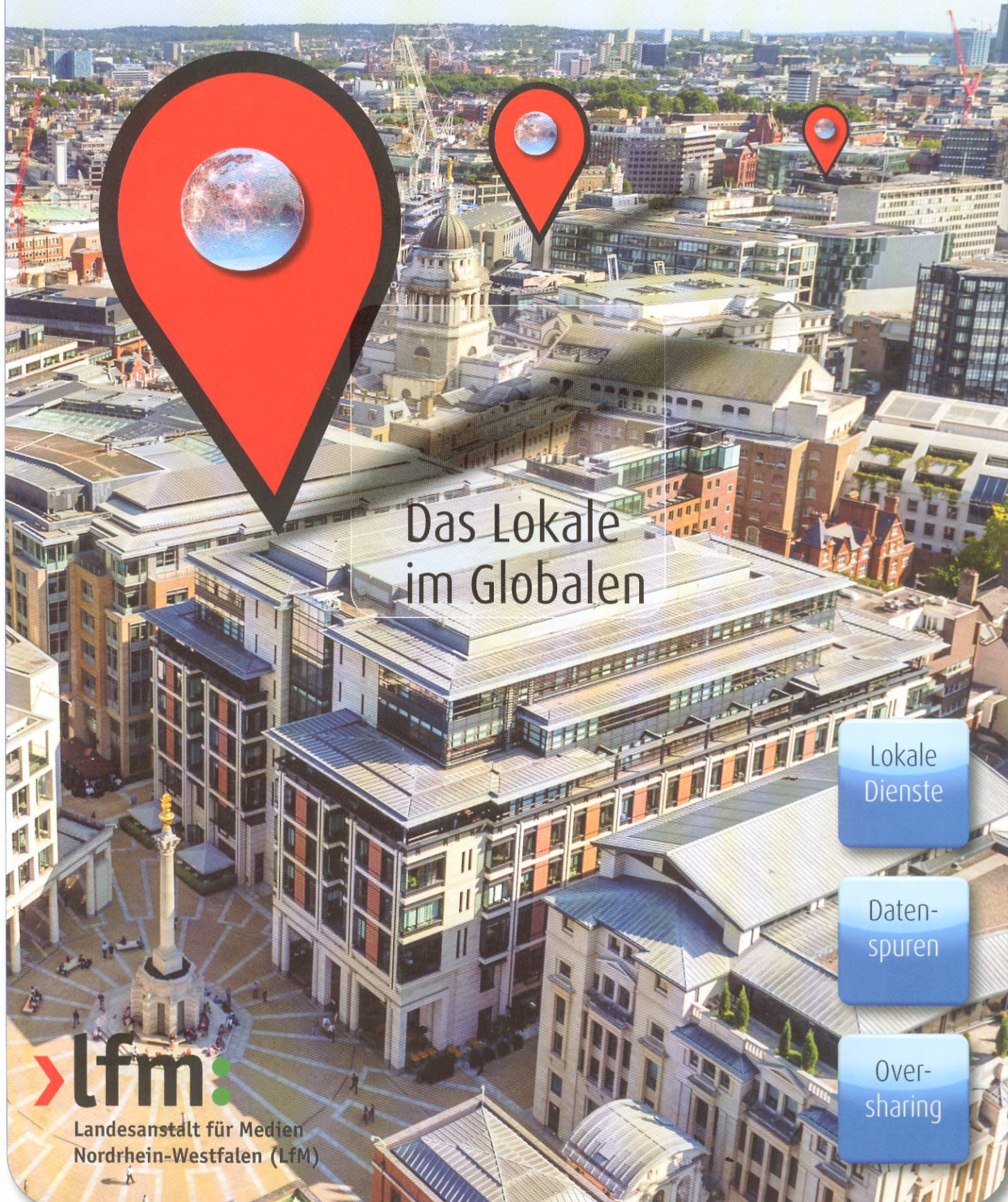


DIGITALTRENDS LfM



Das Lokale im Globalen

Lokale
Dienste

Daten-
spuren

Over-
sharing

>lfm:
Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)

Im aktuellen Heft werden vier innovative Akteure im Bereich der Location-based Services aus Deutschland vorgestellt. *Digitaltrends LfM* fragte die Innovatoren nach ihren Ansätzen, Geschäftsmodellen und ihren Visionen.



Firmenname: COUPIES GmbH
 URL: www.coupies.de
 Produkt: Mobile Couponing
 Zielgruppe: Smartphone-Nutzer
 Start: Herbst 2009
 Standort: Köln

Was ist COUPIES?

COUPIES bringt Rabatt-Coupons auf das Handy. So spart man nicht nur im Restaurant, sondern auch beim Shopping oder im Kino. COUPIES-App starten und Coupons an der Kasse vorzeigen – nie war Sparen einfacher!

Wer hatte die Idee?

Felix Schul und Felix Gillen – zwei der Gründer – hatten im Rahmen ihres Wirtschaftsinformatik-Studiums die Idee zu COUPIES. Ihre Diplomarbeiten bildeten den Grundstein des heutigen Unternehmens.

Was unterscheidet Ihr Angebot von anderen Location-based Services?

COUPIES bietet einen echten finanziellen Mehrwert: Zum einen für die User, da sie Coupons direkt mit dem Smartphone einlösen können und dabei bares Geld sparen. Zum anderen für die Unternehmen, da sie das Marketing-Tool „Couponing“ deutlich günstiger und innerhalb einer interessanten Zielgruppe – den iPhone-Usern – einsetzen können.

Was ist Ihr Geschäftsmodell?

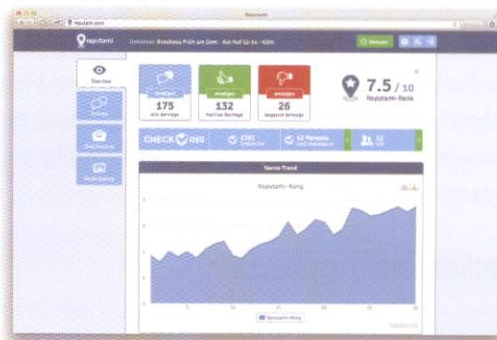
Unternehmen, die mit COUPIES mobil werben, zahlen neben einer geringen Setup Fee für die Anzeige ihrer Coupons in unseren Apps (performancebasiert). Für den Nutzer sind die Coupons stets kostenlos.

Was macht einen LBS-Dienst wie COUPIES für die Nutzer attraktiv?

Im konkreten Fall von COUPIES können sich Nutzer über die App jederzeit die aktuell verfügbaren Coupons in ihrer Umgebung anschauen und direkt am Point of Sale (POS) einlösen – übrigens europaweit. Für die Unternehmen ist es von Vorteil, dass die Klicks auf die Coupons sowie Einlösungen am POS genau gemessen werden.

Welche Entwicklungen im Bereich Mobile Couponing können wir in den nächsten Jahren erwarten?

Über die Wallet-Angebote, die verschiedenste Anbieter wie Google, Apple oder die Telekom gerade entwickeln, wird Mobile Couponing noch tiefer in den Kauf- und Bezahlprozess am POS integriert werden.



Firmenname: Reputami UG (haftungsbeschränkt)
 URL: www.reputami.com
 Produkt: Reputami – Online-Reputations-Management
 Zielgruppe: Filialnetzbetreiber/Franchisenehmer
 Start: 1. Quartal 2013
 Standort: Köln

Was ist Reputami?

Reputami ist ein B2B Online-Reputation Management Service für Geschäfte, Filial- und Franchiseketten. Reputami bietet kontinuierliche Beobachtung aller relevanten Bewertungsportale, Social Media, Location-based Services etc., schafft so Transparenz der Online Reputation und unterstützt durch einfache und verständliche Handlungsanweisungen dabei, diese zu verbessern.

Was unterscheidet Ihr Angebot von anderen Location-based Services?

Reputami vereinfacht Betreibern von lokalen Geschäften den Umgang mit Location-based Services. Durch automatische Benachrichtigungen mit konkreten Handlungsanweisungen und Tipps bei Kommentaren, Bewertungen und „Check-ins“ unterstützt es bei der aktiven Verbesserung der Reputation, ohne dass die Filial-Betreiber Social-Media-Experten sein oder sich mit LBS auskennen müssen.

Was ist Ihr Geschäftsmodell?

Reputami ist eine Software-as-a-Service-Anwendung (SaaS). Reputami-Kunden zahlen für die Nutzung eine monatliche Gebühr pro überwachtem Geschäft/Filiale.

Was macht einen LBS-Dienst für die Nutzer attraktiv?

Die Nutzung des Standortes als Kriterium für die Filterung von Informationen bietet dem Nutzer ein wesentlich besser personalisiertes Suchergebnis, da nicht nur Suchworte und/oder Vorlieben etc. das Ergebnis beeinflussen, sondern auch seine aktuell physische Position.

Welche Entwicklungen im Bereich Location-based Services können wir in den nächsten Jahren erwarten?

Die Verknüpfung von LBS und Social-Media-Profilen wird eine neue Form von „Ad hoc Influencer Marketing“ ermöglichen.