

Kaufhaus in der Hosentasche

Marketingmöglichkeiten mit Smartphones

VON MICHAEL CASPAR

Göttingen. 45 Mio. Deutsche besitzen bereits ein Smartphone, das Unternehmen völlig neue Möglichkeiten der Kundenansprache eröffnet, so Ulrich Büchner, geschäftsführender Gesellschafter der Göttinger Flyer Kommunikationsgesellschaft bei einer Veranstaltung des Marketing Clubs Göttingen im Hotel Freizeit In.

Büchner hatte dafür einige Beispiele parat: Wer die Kamera des Smartphones auf die Straße vor sich richtet, sieht zwei Pinguine vor sich. Die täuschend echt wirkenden

Computeranimationen watscheln los und führen den Menschen quer durch die Stadt zu einem Aquarium. In Tokyo hat diese App für großes Aufsehen gesorgt. „Die Besucherzahl der Freizeiteinrichtung stieg rasant“, erzählt Büchner.

Smartphones zählen den Puls, messen die Beschleunigung, schließen aus dem Hall, ob sich die Person in einem Raum oder im Freien befindet, über GPS lässt sich der Standort des Nutzers ermitteln.

„Alle diese Informationen können Firmen nutzen, wenn der Kunde das zulässt“, sagt



Referent Ulrich Büchner.

EF

Die Kundenansprache über Smartphones wird noch zu wenig genutzt

Büchner. In Deutschland nutzen Unternehmen die Möglichkeiten noch wenig. Vorreiter der Entwicklung sind die USA, Japan und Südkorea, so der Unternehmer. Er setzt mit seinen zwölf Mitarbeitern für Betriebe Projekte in diesem Bereich um.

Die Liste an Anwendungen ist lang und vielfältig, wie Büchner veranschaulicht: Auch das Rubenshaus im belgischen Antwerpen bietet über eine App verschiedene Führungen durchs Haus an. Der Besucher erhält

auf Wunsch Zusatzinformationen zu jedem Bild. Im portugiesischen Porto bietet eine Rennstrecke

Besuchern Livebilder von zahlreichen Punkten der Strecke an, die er sich zusätzlich anschauen kann.

Im rumänischen Bukarest kann der Benutzer öffentlicher Verkehrsmittel auf eine virtuelle Bibliothek zugreifen und sich Leseproben aus Werken der Weltliteratur auf sein Handy herunterladen. Stadien in den USA bieten Gästen die Möglichkeit, sich Essen per Smartphone zu bestellen und zu bezahlen. Es wird dann zum Sitz gebracht.

Bei Konzerten können Künstler Fans an der Einlasskontrolle über das Smartphone begrüßen: „Schön, dass Du da bist!“ – der Besucher erhält Infos zum Musiker, seinem neuen Album, aber auch zum Fanshop vor Ort. Nach dem Konzert hält ihn eine App über die Verkehrssituation auf dem Laufenden. Oder: Im Supermarkt braucht der Kunde nur sagen, was er am Abend essen will und eine App erstellt ihm eine Einkaufsliste, führt ihn durch den Markt und macht ihn auf Sonderangebote aufmerksam. Smartphones messen die Raumtemperatur. Wird es heiß, ermittelt eine App den Standort von Eisdielen im Umkreis.