

Schnäppchenjagd mit Handy

Sonderangebote, Einführungsrabatte, Preisnachlässe für Stammkunden – mit solchen Offerten wollen Unternehmen Kunden gewinnen und binden. Als Werbemittel werden oft Gutscheine eingesetzt, die man aus der Zeitung ausschneiden kann oder die sich im Briefkasten finden. Natürlich gibt es das heute auch digital: Weltmarktführer in diesem Geschäft ist „Groupon“. Diese amerikanische Firma hat ein

versität zu Köln im Jahre 2008 für das Mobiltelefon ausgedacht. Sie entwickelten das Konzept weiter und konnten im Jahre 2010 die Kölner Internetagentur „denkwerk“ davon überzeugen, in das Unternehmen zu investieren.

Seitdem bietet ihre Firma „Coupies“ Einkaufsgutscheine über Handys (Coupons) an: Die GPS-Ortung des Handys ermittelt den genauen Standort. Einmal (kostenlos und unverbindlich) aufs Handy heruntergeladen, zeigt die Coupies-App bei jedem Aufruf, welche Sonderangebote es in welchen Kategorien (Essen, Freizeit, Mode, Sport, Auto, etc.) gibt und wie weit sie vom aktuellen Aufenthaltsort entfernt sind. Man bestellt den Rabatt-Coupon, lässt sich von der Navigation des Handys zum Kaufort führen und zeigt den Coupon dort auf dem Handy vor.

Für den Nutzer ist das einfach, risikofrei und datensicher. Wie beim Papier-Gutschein entscheidet der Kunde, ob ihm die Sache den Preis nach Abzug des Rabatts auch wirklich wert ist. Köln hat damit ein gutes Beispiel für die produktive Zusammenarbeit von Wissenschaft und Online-Wirtschaft. Und ortsansässige Unternehmen können ein neues Werbemittel einsetzen.

Werner Schwaderlapp ist Professor für Medienmanagement an der Hochschule Fresenius in Köln.

FORUM MEDIEN

Werner Schwaderlapp über
Coupons im Internet



so erfolgreiches Geschäftsmodell entwickelt, dass Google sie kürzlich für 6 Milliarden Dollar kaufen wollte; doch die Eigentümer verkauften nicht. Bei Groupon werden Produkte und Dienstleistungen im Internet mit zum Teil nennenswerten Rabatten angeboten: Reisen, Restaurantbesuche, Fitnesstrainings und vieles mehr.

Eine ähnliche Idee haben sich Studierende des Seminars für Wirtschaftsinformatik und Informationsmanagement an der Uni-