

Mobile Couponing

Innovation im Beta-Test

Im Juni ist der FUTURUM-Preisträger Eazers mit seinem System für digitale Presse Gutscheine am Point of Sale in einen regionalen Betatest gestartet. Die dazugehörige Smartphone-App ist für iOS und Android erhältlich. Bald soll das System gemeinsam mit dem Presse-Grosso und weiteren Partnern bundesweit ausgerollt werden.

Im Großraum Stuttgart können Smartphone-Besitzer seit einigen Wochen in rund 500 Presseverkaufsstellen digitale Gutscheine gegen Presseprodukte eintauschen und damit z. B. einen Teil des regulären Kaufpreises sparen oder kostenlose Exemplare erhalten. Die Einzelhändler wiederum bekommen für die ausgegebenen bzw. verkauften Exemplare wie gewohnt eine Gutschrift.

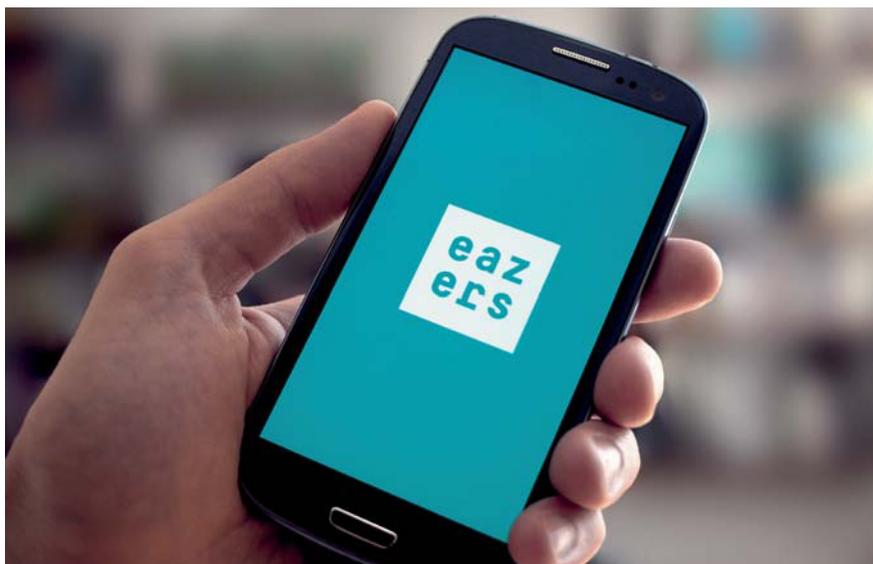
Die technische Infrastruktur für die Einlösung und Abrechnung dieser digitalen Gutscheine stellt die Eazers GmbH aus Esslingen zur Verfügung, ein Tochterunternehmen des ortsansässigen Pressegrossisten Süddeutsche Zeitungszentrale (SZZ), der im Umfeld der baden-württembergischen Landeshauptstadt rund 2.000 Einzelhändler mit Presse beliefert. Das Eazers-System basiert im Wesentlichen auf einem Webportal für Endkunden unter www.eazers.com, einem Partnerportal unter <https://partner.eazers.com>, in welchem Verlage sowie Nationalvertriebe in wenigen Schritten ihre Gutscheinkampagnen anlegen können, und Applikationen für mobile Endgeräte. Ein wichtiger Baustein ist darüber hinaus die geräteunabhängige QR-Technologie. Mit ihr lassen sich zum einen Gutscheine in die App einspielen, z. B. aus Anzeigen den Verlagen. Zum anderen werden QR-Codes auch für die Einlösung im Handel eingesetzt.

Die Eazers App ist aktuell für Android und iOS und damit für die

erhalten – damals noch unter dem Arbeitstitel „Innovatives System für digitale Gutscheine für Presseerzeugnisse“.

„Es reicht nicht allein, eine zündende Idee zu haben“, sagte Laudator Uwe Reynartz, Geschäftsführer des Modernen Zeitschriften Vertriebs stellvertretend für die neunköpfige Jury des Vertriebspreises, „man muss auch den Mut haben, Kapital und Ressourcen in diese Idee zu investieren und mit Konsequenz und Beharrlichkeit in die Realisierung zu gehen.“

Konsequenz und Beharrlichkeit hat die SZZ tatsächlich bewiesen. Die Idee für das Gutscheinsystem entstand bereits vor zwei Jahren. In der Folge bereiten die Verantwortlichen das gesamte Bundesgebiet, um das Projekt Geschäftspartnern in Zeitschriften- und Zeitungsverlagen sowie potenziellen Kooperationspartnern wie dem Bundes-



© Eazers GmbH, Esslingen

Die Eazers-App ist für Android und iOS erhältlich. Eine App für Windows Phone soll folgen

beiden wichtigsten mobilen Betriebssysteme verfügbar. Laut Unternehmensangaben soll darüber hinaus in Kürze auch eine App für Windows-Smartphones folgen. „Dann wird Eazers für 98 Prozent der Smartphones einsetzbar sein“, sagt Michael Nock, Geschäftsführender Gesellschafter der Eazers GmbH.

Preisgekrönte Technologie

Im Februar 2014 hat die SZZ für ihr Gutschein-System den FUTURUM Vertriebspreis in der Kategorie „Beste Leistung im Pressevertrieb – Technik“

verband Presse-Grosso oder dem Bundesverband Deutscher Bahnhofsbuchhändler vorzustellen – offenbar mit Erfolg. Bereits zum Betatest sind innerhalb der App rund zwei Dutzend Presstitel mit Gutscheinen vertreten, dazu zählen aktuell u. a. BILD STUTTGART, WELT AM SONNTAG und COMPUTER BILD SPIELE (alle Axel Springer) HANDELSBLATT und WIRTSCHAFTSWOCHE (beide Verlagsgruppe Handelsblatt), mehrere Rätselzeitschriften aus dem Megastar Verlag sowie diverse Special-Interest-Magazine aus unterschiedlichen Verlagen. Da die jeweiligen Gutscheine zeitlich begrenzt sind, stehen in



Michael Nock, geschäftsführender Gesellschafter, Eazers GmbH, Esslingen

Summe sogar mehr als 80 Gutscheine und Gutscheinehefte zur Verfügung.

Mit dem bisherigen Verlauf des Betatests in Stuttgart zeigt sich Eazers-Geschäftsführer Michael Nock „sehr zufrieden“. „Bis Mitte Juli haben wir mit unseren Apps bereits 500 Downloads erreicht.“ Davon entfielen seinen Angaben zufolge 300 Downloads auf die Android-Variante, die seit Anfang Juni im Google Play Store zum Download zur Verfügung steht. Die kürzlich veröffentlichte iOS-App wurde binnen drei Wochen bereits 200 Mal heruntergeladen.

Weiteres Wachstum sollen Werbemaßnahmen bringen, die mit dem Start der iOS-App verstärkt werden sollen. „Wir haben begonnen, mehr Budget in Werbemaßnahmen zu investieren, um so die Bekanntheit von Eazers zu stei-

gern. Bisher haben wir die gezielte Vermarktung eher zurückgehalten, da wir nicht Gefahr laufen wollten, dass aufgrund der fehlenden iOS-App die Werbewirkung verpufft“, erklärt Nock.

Mobile Payment im Handel

Im Fall von kostenpflichtigen Angeboten lässt sich die Eazers-App auch als digitale Geldbörse einsetzen. Im zeitgleich mit der iOS-App gestarteten Eazers-Webshop unter www.eazers.com/shop werden mehr als ein Dutzend Gutscheinehefte angeboten, die wie ihre gedruckten Vorbilder Rabatte bieten. Hier gibt es z. B. zwölf Ausgaben des Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL zum Preis von 44 Euro oder sechs Ausgaben der STUTTGARTER ZEITUNG (zweimal Fr.-Sa., viermal Mo.-Do.) für 8,50 Euro. In beiden Fällen beträgt der Preisvorteil rund 17 Prozent.

Nachdem die Nutzer wahlweise mit PayPal oder per Sofortüberweisung ihren Rechnungsbetrag beglichen haben, werden die Gutscheine in den App-Bereich „Meine Gutscheine“ eingespielt. Für jedes Angebot können sich die App-Nutzer mit nur einem Fingertipp anzeigen lassen, welche Verkaufsstellen in ihrer Umgebung den gewünschten Titel führen. Um einen Gutschein in einem Pressegeschäft einzulösen, müssen sie dann nur noch den individuellen QR-Code des Einzelhändlers im Geschäft mit dem integrierten App-Scanner fotografieren.

In Kürze werden innerhalb der App neben 500 von der SZZ belieferten Ver-



Hans Helfferich, Geschäftsführer Süddeutsche Zeitungszentrale SZZ, Esslingen

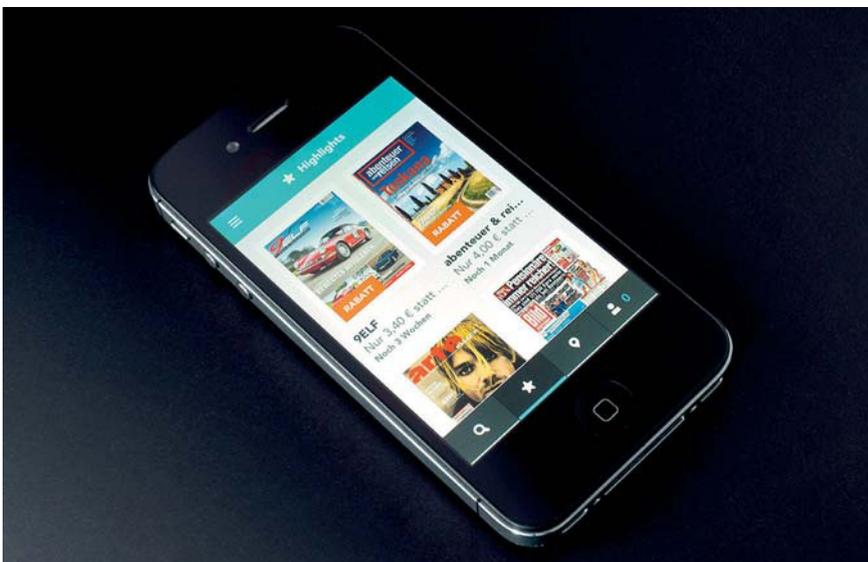
kaufsstellen auch erste Bahnhofsbuchhandlungen angezeigt. „In den nächsten Tagen werden wir sieben Valora-Filialen im Stuttgarter Großraum in den Test integrieren“, kündigt Eazers-Geschäftsführer Michael Nock an.

Sowohl Gratis-Gutscheine als auch kostenpflichtige Angebote werden gut angenommen, wie SZZ-Geschäftsführer Hans Helfferich berichtet: „Gemessen an der Gesamtzahl aller Einlösungen halten sich die Gratisgutscheine und die rabattierten Gutscheine in etwa die Waage.“ Unter den zehn am häufigsten eingelösten Gutscheinen befinden sich seinen Angaben zufolge neben sechs Gratisgutscheinen auch vier rabattierte Gutscheine (siehe Tabelle auf S. 42).

Im noch jungen Eazers-Webshop, berichtet Helfferich weiter, wurden bislang erst wenige Gutscheinehefte verkauft: „Das ist allerdings nicht weiter verwunderlich, da der Shop noch nicht bekannt ist. Die kommenden Wochen werden wir mit gezielten Werbemaßnahmen die Bekanntheit des Gutscheinehefte-Shops erhöhen und so hoffentlich viele Gutscheinehefte in die Smartphone-Welt bringen.“

Im Rahmen des Betatests setzt die Eazers GmbH verschiedene Marketing- und Werbemaßnahmen ein, wie Xenia Handel erläutert, die im Eazers-Team für Marketing zuständig ist: „Wir bewerben einzelne Gutscheine mit einer A1-Plakatierung bei 130 ausgewählten, hochfrequentierten Presse-Einzelhändlern im Raum Stuttgart, um die Nutzer so direkt am P.o.S zu erreichen.“

Dafür nutzt Eazers den Kiosk 3.0-Service der Muttergesellschaft SZZ



Rund zwei Dutzend Presstitel sind permanent in der Eazers-App vertreten

© Eazers GmbH, Esslingen

© Süddeutsche Zeitungszentrale

© Eazers GmbH, Esslingen

(siehe dnv 23/2012, S. 58 ff.). Weitere Offline-Marketingmaßnahmen sind Handel zufolge die Ausstattung des Einzelhandels mit entsprechenden Werbematerialien (Flyer, Wobbler, etc.), die Berichterstattung in regionalen Tageszeitungen sowie Beilagen.

Aufgrund der digitalaffinen Zielgruppe zeigt Eazers verstärkt auch online Präsenz. Das Unternehmen unterhält dafür eigene Social-Media-Accounts bei Facebook, Google+ und Twitter. Insbesondere Facebook bietet sich Handel zufolge darüber hinaus mit seinen Möglichkeiten zum regionalen Targeting für bezahlte Kampagnen an.

„Zudem werden wir unsere App und den Mehrwert, den sie durch die Gutscheine bietet, mit Kampagnen via Google AdWords, iTunes und Kooperationen mit regionsspezifischen Online-Portalen bewerben.“ Michael Nock ergänzt: „Sobald wir uns im bundesweiten Rollout befinden, lassen sich die Werbemaßnahmen nochmals immens steigern.“ Denn damit gebe es keine regionalen Einschränkungen mehr.

„Außerdem“, so Nock weiter, „können die Verlage ihre eigenen Gutscheine dann bundesweit mit Anzeigen unterstützen und ihre vorhande-



© Eazers GmbH, Esslingen

Xenia Handel, im Eazers-Team für Marketing zuständig

Die bislang zehn beliebtesten Gutscheine in der Eazers-Testphase (in alphabetischer Reihenfolge)

Titel	Verlag	Angebot
ARTE MAGAZIN	ARTE G.E.I.E.	gratis
COMPUTER BILD SPIELE SILBER	Axel Springer	gratis
FRAU IM SPIEGEL	Funke Women	kostenpflichtig
GLAMOUR	Condé Nast	kostenpflichtig
HANDELSBLATT	Verlagsgruppe Handelsblatt	gratis
JULIA	Cora	gratis
20 PRIVATE WOHNTRÄUME	ipm Verlag	kostenpflichtig
SPORT AUTO	Motor Presse Stuttgart	gratis
TV DIREKT	Gong	kostenpflichtig
WIRTSCHAFTSWOCHE	Verlagsgruppe Handelsblatt	gratis

Quelle: Eazers GmbH, Esslingen

nen digitalen Zielgruppen mit Gutscheinen für Print-Erzeugnisse bespielen.“

Wann der Startschuss für den bundesweiten Rollout von Eazers gegeben wird, steht noch nicht fest, wie Eazers-Geschäftsführer Nock erklärt: „Wir befinden uns in den letzten Abstimmungsschritten sowie kurz vor Unterzeichnung des Kooperationsvertrags mit dem Bundesverband Presse-Grosso bzw. der Presse-Grosso Marketing GmbH. Zudem sind wir sowohl mit den APV-Grossisten als auch den vier großen Bahnhofsbuchhändlern in teils weit fortgeschrittenen Gesprächen.“ (jf)

Neuer Name für den Branchenverband BIEK

Der Bundesverband Internationaler Express- und Kurierdienste e. V. heißt seit Mitte Juli **Bundesverband Paket und Expresslogistik BIEK**. Die bekannte Abkürzung „BIEK“ bleibt also als Namensbestandteil erhalten.

Die Mitgliedsunternehmen hätten sich für den neuen Namen und auch ein neues Logo des Verbandes entschieden, um der gewachsenen Bedeutung des Verbandes als kompetente Vertretung der Paket- und Expressdienste in Deutschland besser gerecht zu werden, heißt es in einer Mitteilung des Verbandes.

Der Verband wurde 1982 in Frankfurt am Main als Bundesverband Internationaler Kurierdienste gegründet und 1991 aufgrund der stärker werdenden Bedeutung des Expressgeschäfts in Bundesverband Internationaler Express- und Kurierdienste e. V. umbenannt.

Heute vertritt der Verband die Interessen von acht Mitgliedsunternehmen: Hermes, DPD, FedEx, GO!, Sovereign Speed, TNT, trans-o-flex und UPS. Präsident des Bundesverbandes Paket und Expresslogistik ist **Gunnar Uldall**.

1.000 Downloads pro Tag für App der Österreichischen Post

40.000 Downloads in 40 Tagen verzeichnete eine seit Juni erhältliche App der Österreichischen Post laut Unternehmensangaben. Die kostenlose App ist für die Betriebssysteme iOS, Android und Windows Phone erhältlich. Beliebtes Feature der Post App sind der Österreichischen Post zufolge der sogenannte „Gelbe Zettel“ – eine elektronische Benachrichtigung, mit der Kunden ihre Pakete in der Filiale abholen können, ohne die Zustellbenachrichtigung vorher aus dem Briefkasten holen zu müssen. Sie kommt als Push-Nachricht oder per E-Mail aufs Smartphone und Tablet. Über 50.000 Kunden hätten sich dafür schon freischalten lassen. Zudem seien seit dem Launch der App rund 10.000 e-Benachrichtigungen verschickt worden, heißt es weiter.

Im August soll zudem eine Paketumleitung eingeführt werden, mit der Kunden ihre Pakete per App noch vor der Zustellung an eine andere Lieferadresse umleiten können.

Weitere Features der App der Österreichischen Post sind eine Sendungsverfolgung, ein Tarifrechner und eine Filialsuche.