
Werbung

als Zukunftsmarkt der

Location Based Services

communicate! 2002

Anatol Porak (lic. oec. HSG)

Vorstand YellowMap AG

Inhalt

- **YellowMap AG**
- Location Based Services
- Location Based Advertising
- Das Projekt ELBA
- Fazit und Ausblick

YellowMap - wer wir sind

„Das grösste und innovativste elektronische Branchenbuch mit integrierter Kartentechnologie im deutschsprachigen Raum“

- 1999 gegründet mit Sitz in Karlsruhe, Österreich, Schweiz
- Haupteigentümer sind: **CAS, PTV, SAP**
- Fast 4 Mio Page Impressions/Monat
- Über 100 Partner nutzen die Technologie von YellowMap
- 5 Mio Adressen in 7.000 Branchen
- Karten- und Routentechnologie vom map&guide
- ASP mit Hosting Diensten (ca. 50 Server)

YellowMap - was wir tun

Die Idee von YellowMap

- Suchmaschine mit lokalem Bezug = ‚Alles in Ihrer Nähe‘
- Schnelle Informationen 24h = ‚Jederzeit‘
- Karten- und Routenfunktionalität = ‚Überall‘
- Innovative Werbeplattform

Kernleistungen

- Elektronische Visitenkarten
- Karten- und Routenfunktionalitäten
- Filialfinder-, Agentur- und Point-of-Interestdienste (Umfeldinformationen)

Mobile Dienste

- mobile Lokalisierungsdienste (mobile Location Based Service)
- Verträge mit eplus (i-mode), Vodafone (Vizzavi), O² (Genion)
- multimodal: mobile Endgeräte, im Fahrzeug, im Internet und Voice

Inhalt

- YellowMap AG
- **Location Based Services**
- Location Based Advertising
- Das Projekt ELBA
- Fazit und Ausblick

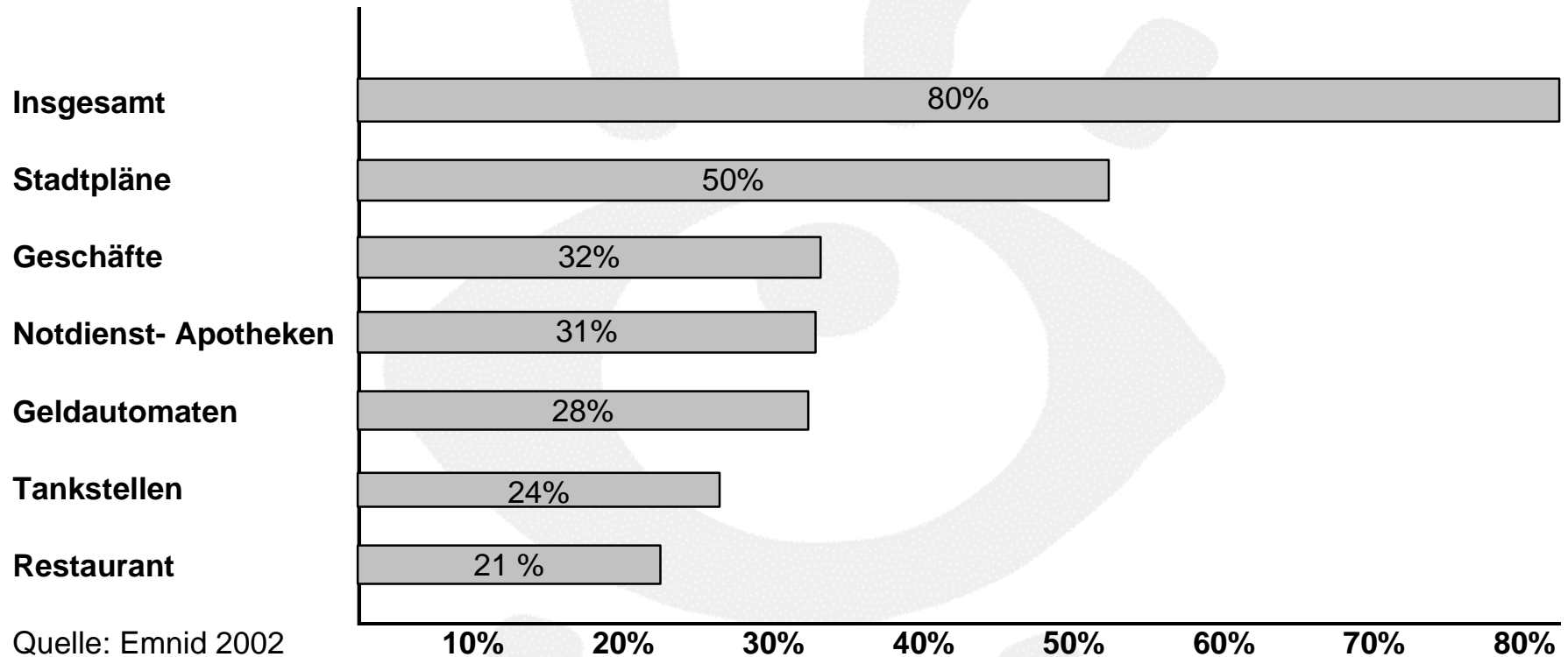
Publikumsbefragung auf der communicate!

„Wer von Ihnen kann sich vorstellen, in Zukunft folgende Dienste nutzen?“:

- Location Based Services allgemein
- Stadtpläne und Routenfunktionalitäten
- Geschäfte, Notdienstapotheken, Geldautomaten, Tankstellen, Restaurants

Wunschliste Location Based Services

Von 100 Befragten würden LBS nutzen:



YellowMap-LBS bei Vizzavi/Vodafone



YellowMap

LBS bei

Genion/O2



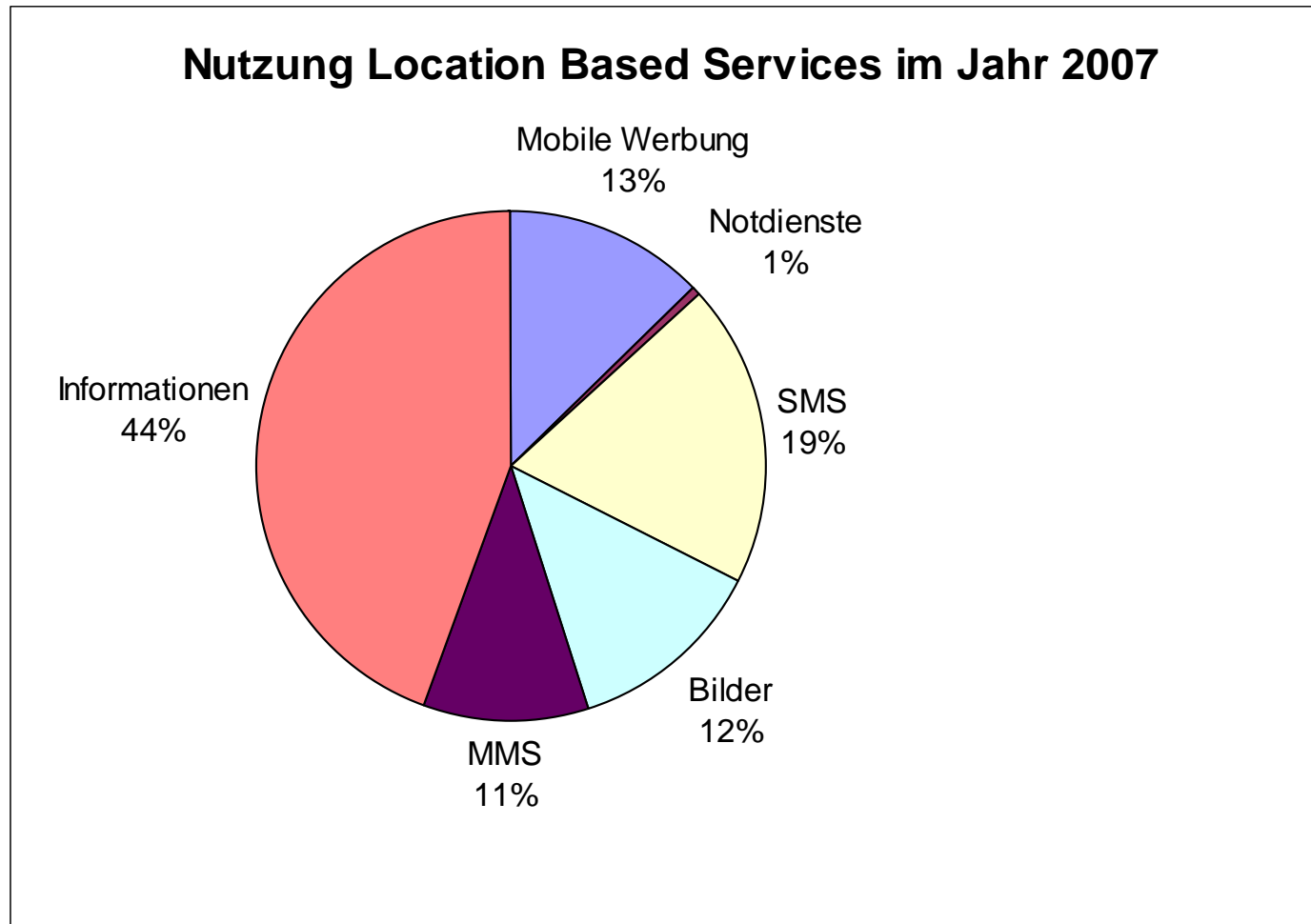
Inhalt

- YellowMap AG
- Location Based Services
- **Location Based Advertising**
- Das Projekt ELBA
- Fazit und Ausblick

Location Based Advertising

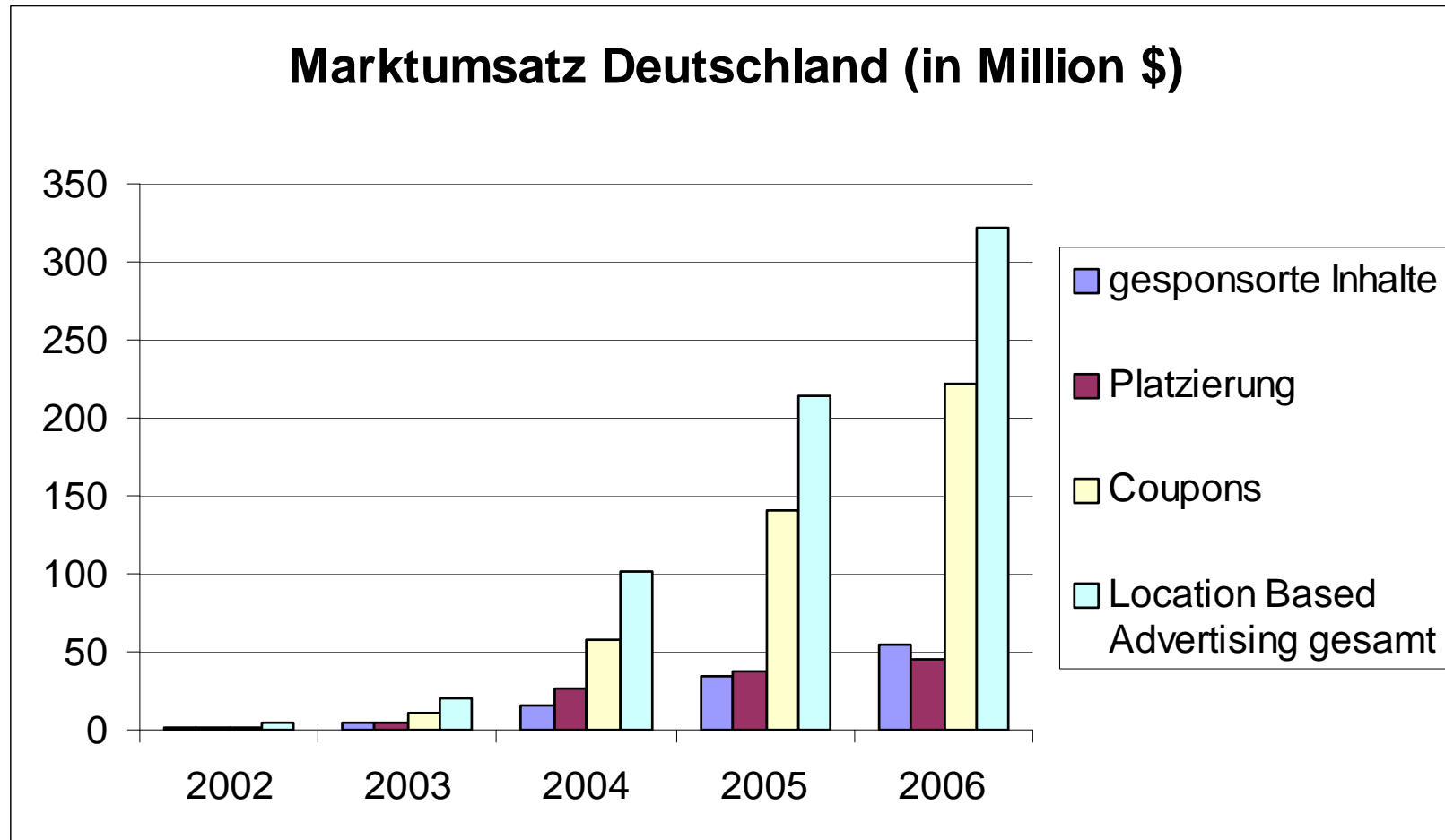
- ist aus Sicht der **Operator** ein lukratives Szenario der kommerziellen Nutzung der zur Verfügung stehenden Cell-Information.
- Ist für **Content Provider** eine gute Möglichkeit, weitere nutzbringende Dienste anzubieten
- bedeutet für **Handels- und Industrieunternehmen**, potenzielle Kunden aufgrund Ihres aktuellen Standortes erreichen und direkt ansprechen zu können.
- ist für die **Werbewirtschaft** ein neuer Werbe- und Marketingkanal und stellt eine neue Dimension der Zielgruppenauswahl bereit (-> Mobiles Marketing)

Marktszenario I



Quelle: eigene Darstellung nach Strategis Group 2001

Marktszenario II



Quelle: eigene Darstellung nach Ovum 2000

Inhalt

- YellowMap AG
- Location Based Services
- Location Based Advertising
- **Das Projekt ELBA**
- Fazit und Ausblick

ELBA



- **E**uropean **L**ocation
Based **A**dvertising
- www.e-lba.com
- IST-2001-36530
- Information Society
Technologies (IST)
Programme
of the European
Commission



HERO

Umsetzungsziele

- Entwicklung einer innovativen „Location Based Advertising“ Applikation
- Erprobung der „Location Based Advertising“ Dienstleistung mit allen relevanten Parteien der Wertschöpfungskette in drei Szenarien des mobilen Marketing:
 - **Use Case 1:**
Location Based Advertising und Information in öffentlichen Verkehrsmitteln (Push Dienst).
 - **Use Case 2:**
Location Based Advertising auf mobilen Engeräten (Pull Dienst).
 - **Use Case 3:**
Context Sensitive Advertising in Kaufhäusern.

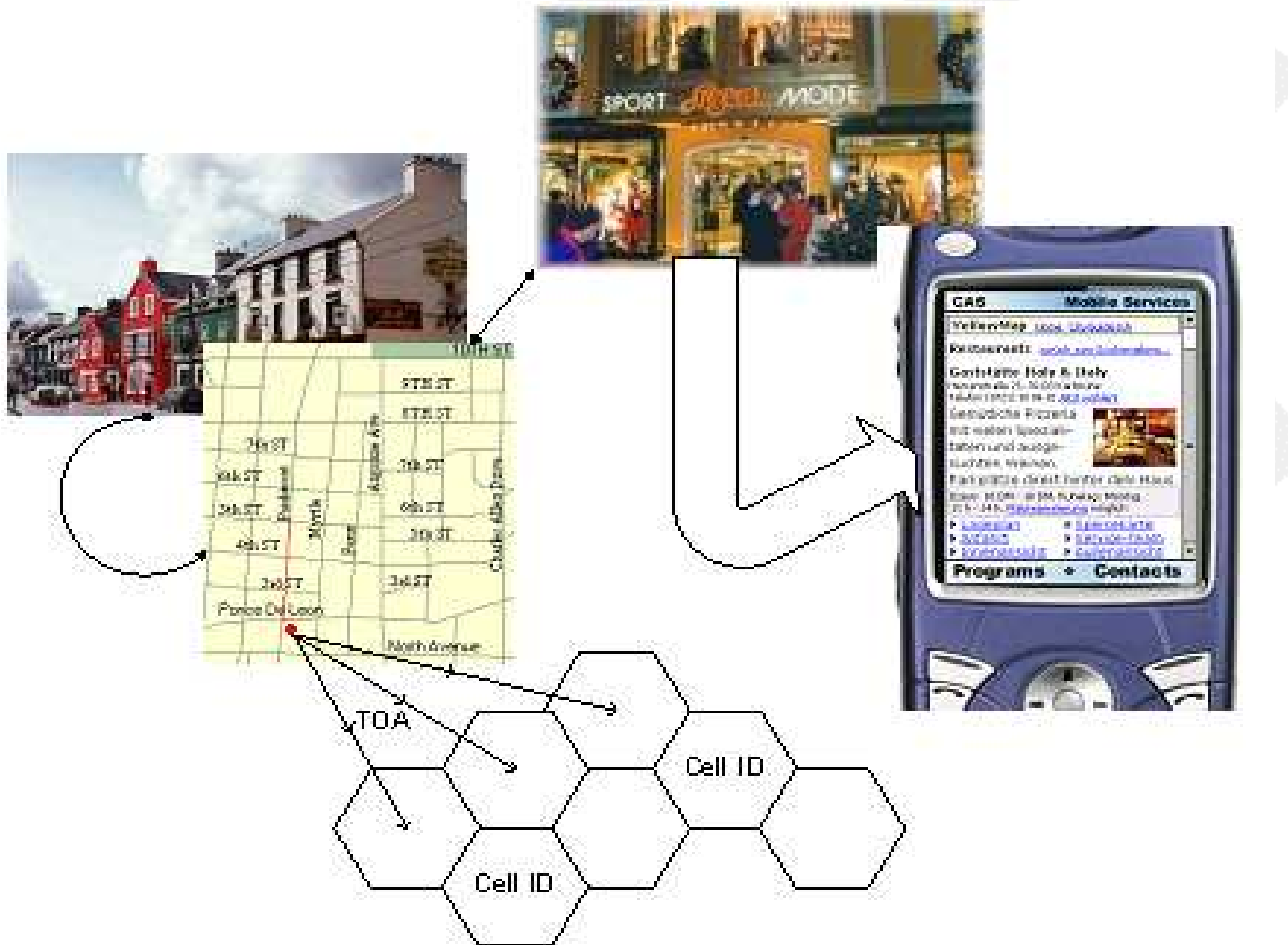
Push Szenario

- Hochauflösender Bildschirm in öffentlichen Transportmitteln



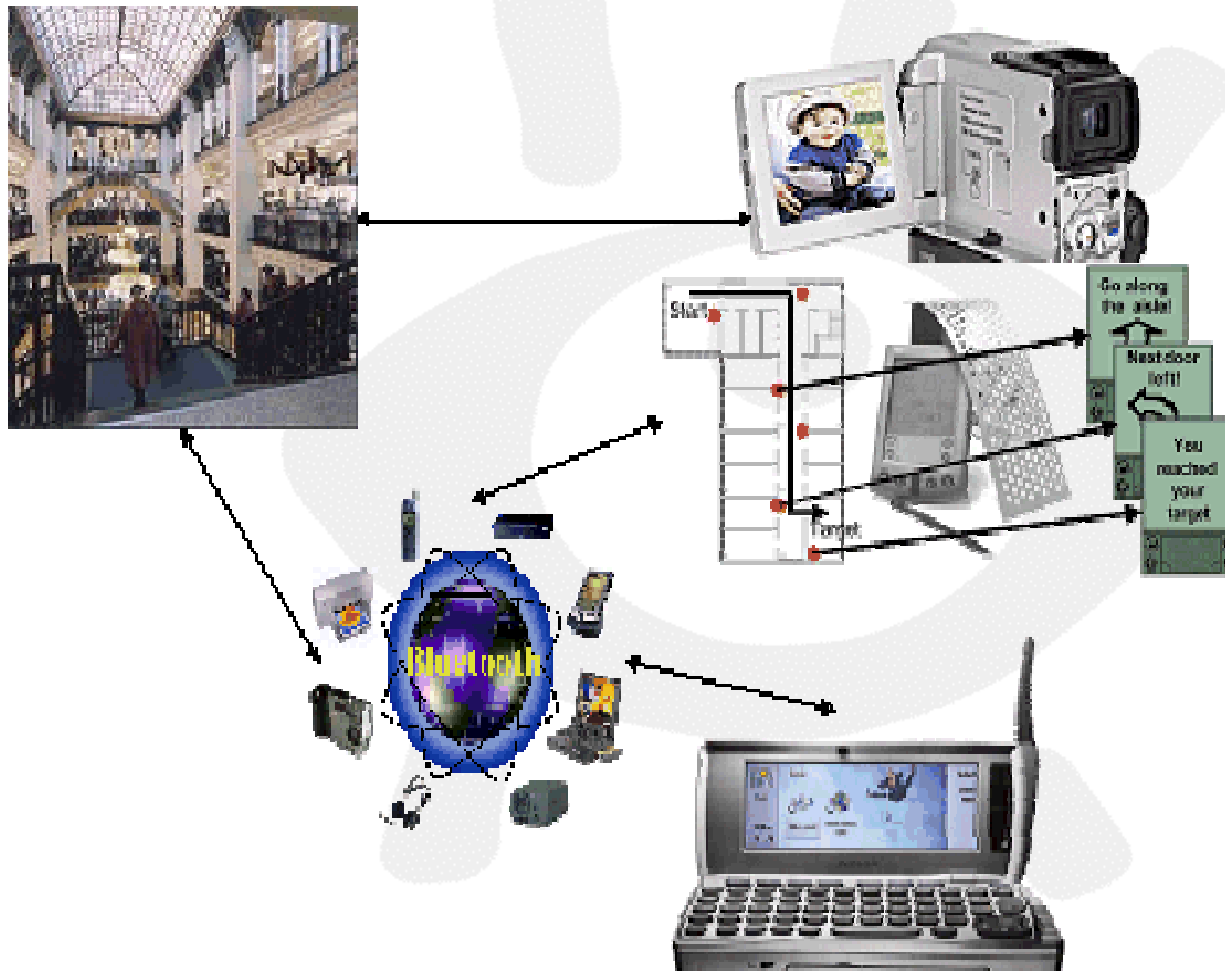
Pull Szenario

- Location Based Advertising auf mobilen Endgeräten



Indoor Szenario

- Kontextsensitive Werbung in Kaufhäusern



Wirtschaftliche Ziele

- Schnelle Verbreitung mobiler Multimediadienste am Beispiel von ELBA.
- Sensibilisierung und Aktivierung bereits bestehender und potenzieller Marktteilnehmer.
- Aufzeigen von Verdienstmöglichkeiten im Bereich mobiler Dienste für mittelständische Unternehmen.
- Demonstration des Einsatzpotenziales und der Anwendungsmöglichkeiten.
- Aktive Verwertung der Projektergebnisse.

Technologische Ziele

- Integration möglichst zielgenauer Lokalisierung.
- Entwicklung nutzungsfreundlicher und ergonomischer Oberflächen.
- Interoperabilität zwischen 2.5-3G Netzen (WAN) und LAN.
- Sichere und zuverlässige Kommunikation (Netzwerkstabilität etc.)
- Integration von Personalisierungsstrategien unter Berücksichtigung von Vertraulichkeit.
- Berücksichtigung der Multimodalität und deren ständige Weiterentwicklung.

Inhalt

- YellowMap AG
- Location Based Services heute
- Location Based Advertising
- Das Projekt ELBA
- **Fazit und Ausblick**

Fazit - SWOT

Strength

- Interaktion mit Destinatär
- Target Advertising
- keine Streuverluste
- Enormes Potenzial

Weakness

- keinerlei Erfahrungswerte

Opportunity

- Push und Pull
- Handset als sehr persönliches Medium
- Permission Advertising
- mobile Coupons

Threat

- „Ad Spam“ bei Push-Service
- Proof of Effectiveness
- hohe Ansprüche an alle Beteiligten
- automatische Positionierung
- kommt der Markt wirklich?

Vielen Dank ...

... für Ihre Aufmerksamkeit!

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

YellowMap AG

Anatol Porák (lic. oec. HSG)

Wilhelm-Schickard-Str. 12

76131 Karlsruhe

Tel: +49 721 9638-511

Fax: +49 721 9638-3 511

Email: anatol.porak@yellowmap.de

Corporate Website:

www.yellowmap.com