



Mobile Business Consultants

## **Funktionierende Geschäftsmodelle im Bereich von mobilen Multimedia-Diensten**

**Dr. Ralph Sonntag, Daniel Melter**

**September 2003**

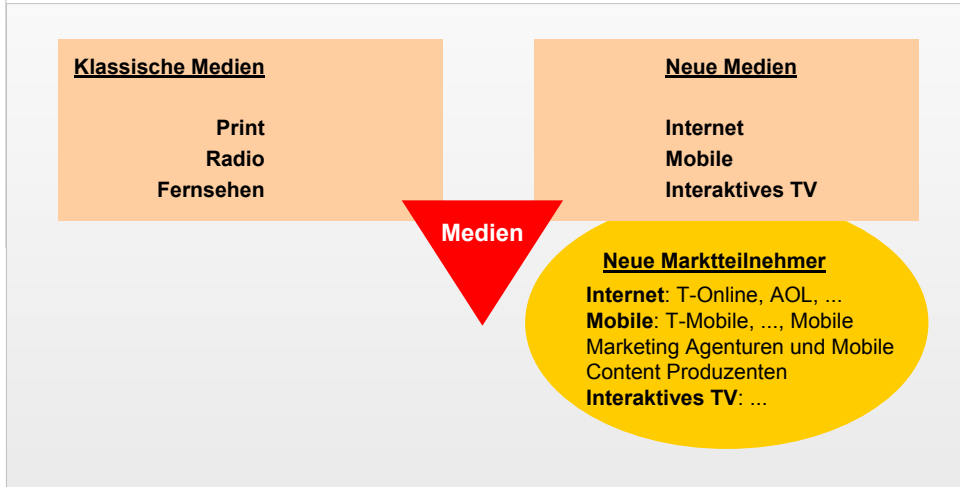


### **Agenda**

- 1. Bedeutung von Content & Werbung**
- 2. Vergleich TV, Internet & Mobile**
- 3. M-Services**
- 4. Personalisierte Werbung mit Ankommgarantie**
- 5. Zusammenfassung / Ausblick**

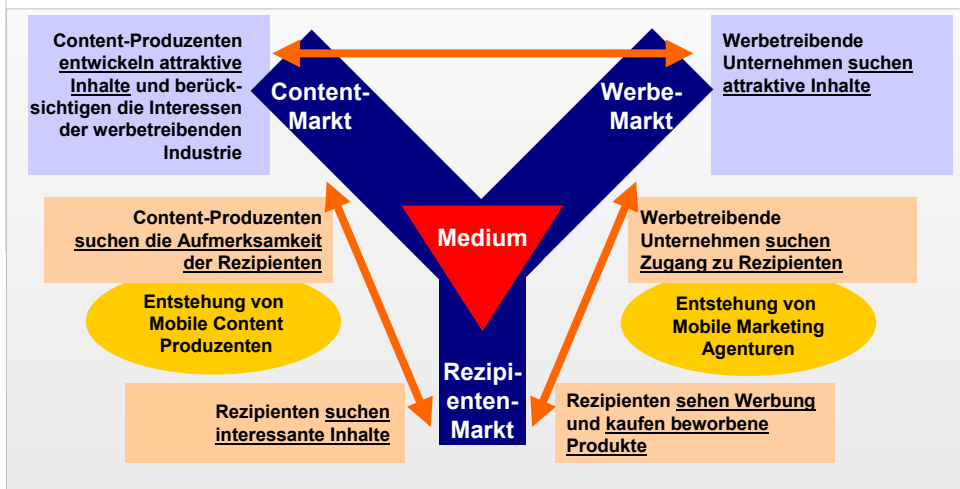
## Bedeutung von Content & Werbung

Klassische vs. Neue Medien – Neue Marktteilnehmer drängen auf den Markt



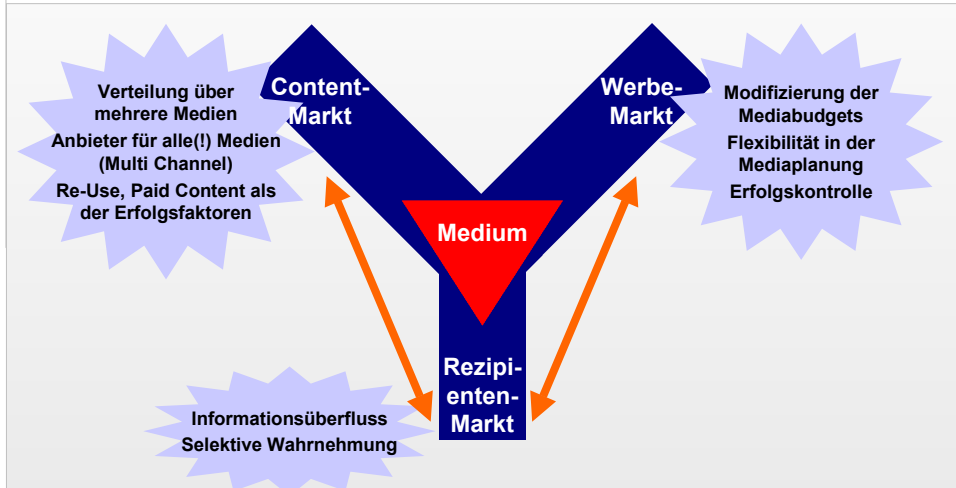
## Bedeutung von Content & Werbung

Content- und Werbemarkt – Mobile entsteht als neuer Kanal



## Bedeutung von Content & Werbung

Zukünftige Tendenzen – Content- & Werbemarkt mit Herausforderungen



## Vergleich TV, Internet & Mobile

Rolle von Mobile – Mobile entwickelt sich langsam, aber bietet großes Potenzial

	TV - heute	Internet	Mobile
<b>Verbreitung</b>	„100%“-Abdeckung	„50%“-Abdeckung	<b>70%-Abdeckung</b>
<b>Grad der Interaktion</b>	Kaum: IVR, SMS	Am höchsten	<b>Hoch</b>
<b>Grad der Personalisierung</b>	General & Special Interest Programme	Potentiell hoch	<b>Potentiell am höchsten</b>
<b>Standardisierung</b>	Sehr hoch	Sehr hoch, Probleme bei Nicht-WWW	<b>Hoch, Probleme z.B. bei MMS</b>
<b>Internationalisierung</b>	Länderbezogen, regional	Weltweites Angebot	<b>Länderbezogen, teils netzabhängig</b>
<b>Nutzung</b>	Stationär, zu Hause	Büro, zu Hause	<b>Überall</b>
<b>Zahlungsbereitschaft</b>	gering	sehr gering	<b>vorhanden</b>
<b>Probleme</b>	Nichtidentifikation d. Nutzers	keine 100%-Abdeckung, Bandbreite	<b>Bandbreite, Kosten, heterogene Endgeräte</b>

## Vergleich TV, Internet & Mobile

Potential der einzelnen Medien – Mobile übertrifft Internet bei mehr Aufwand

	TV - heute	Internet	Mobile
Verbreitung			
Grad der Interaktion			
Grad der Personalisierung			
Standardisierung			
Internationalisierung			
Nutzung			
Probleme			

## Vergleich TV, Internet & Mobile

Context is King – Mobile mehr noch als Internet braucht contextorientierte Dienste

Handel	TV - heute	Internet	Mobile

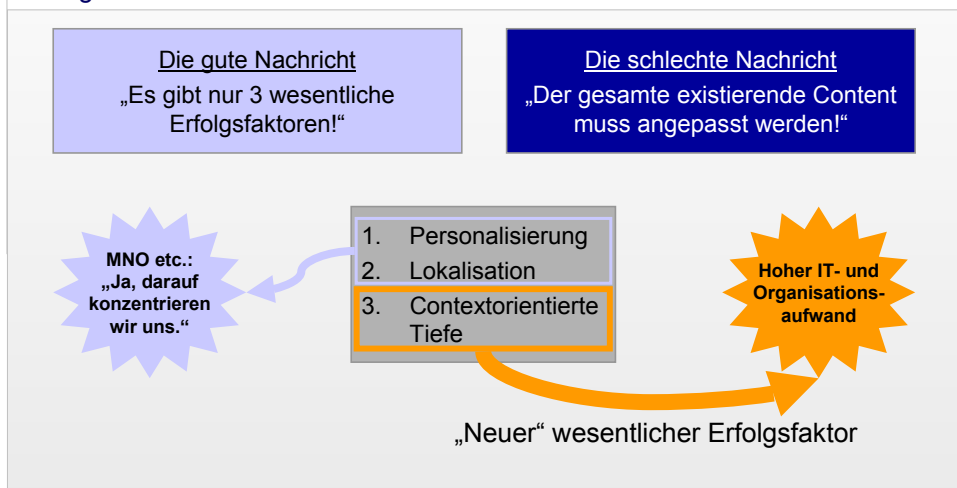
## M-Services

### Geschäftsmodell / Business Model im Praxistest

- Finden neuer Geschäftsbeziehungen/-prozesse **in neuen Medien**
  
- Buzz-Word **der 90ziger Jahre**  
**Die meisten Business Models besaßen eine gutes theoretisches Fundament, scheiterten in der Praxis.**
  
- Kennzeichen **eines funktionierenden Business Model in der „mobilen Welt“**
  - Theoretische **und** praxisorientierte Fundierung
  - **Gewinnung und Bindung der** Zielgruppe / Nutzer
  - **Schaffung** eines sinnvollen, wirksamen „Contexts“
  - Adaption **des Content auf den** Context  
Generierung einer contextorientierten Tiefe des Contents
  - **Ziel:** Umsatzmaximierung **in einem ersten Schritt**

## M-Services

### Erfolgsfaktoren



## M-Services

### Beispiel für contextorientierte Tiefe – Info-Dienste

#### Info-Dienste

- **MMS-Infodienste**  
Erotik, Lifestyle, News, Cartoons, Musik, Kino&TV
- **Sport**  
Bundesliga, Formel 1
- **UV-Check**  
Ortsbezogener Dienst zur Bestimmung der maximalen, persönlichen Sonnenbadezeit

#### Info-Dienste

- **Clever Tanken**  
Der Nutzer findet die Tankstelle mit dem günstigsten passenden Treibstoff in seiner Umgebung
- **ATM Finder**  
Finden des nächstgelegenen Geldautomaten (eines bestimmten Kreditinstituts)
- **0179 TAXIRUF**  
Verbindung mit der nächstgelegenen Taxizentrale
- **Apothekenfinder**  
Findet Notrufapotheke

## M-Services

### Beispiel für contextorientierte Tiefe – Fun-Dienste

#### Personenbezogene Dienste

- **Mobile Unterhaltungsdienste**  
Mobile Dating, bei der „Partnersuche“ wird aktueller Aufenthaltsort berücksichtigt
- **Vodafone Friendzone**  
bietet Infrastruktur für mobile Subkulturen mit Ortsinfo der Buddies, Friendfinder, News ...

#### Lifestyle-Dienste

- **Trend Shopper**  
Liefert Modetrends, Artikel und Einzelhandelsgeschäfts, in dem der Artikel geführt wird
- **Urban City Heros**  
Kultur und Nachleben für lifestyle 20-40jährige in Metropolen

#### Mobile Entertainment

- **Klingeltöne**
- **Karaoke**
- **Logos**

#### Mobile Gaming

- **Standard Java-Spiele**
- **Standortbezogene Spiele**  
Mobile „Schnitzeljagd“

## M-Services

### Beispiel für contextorientierte Tiefe – weitere Dienste

#### Mobile Health

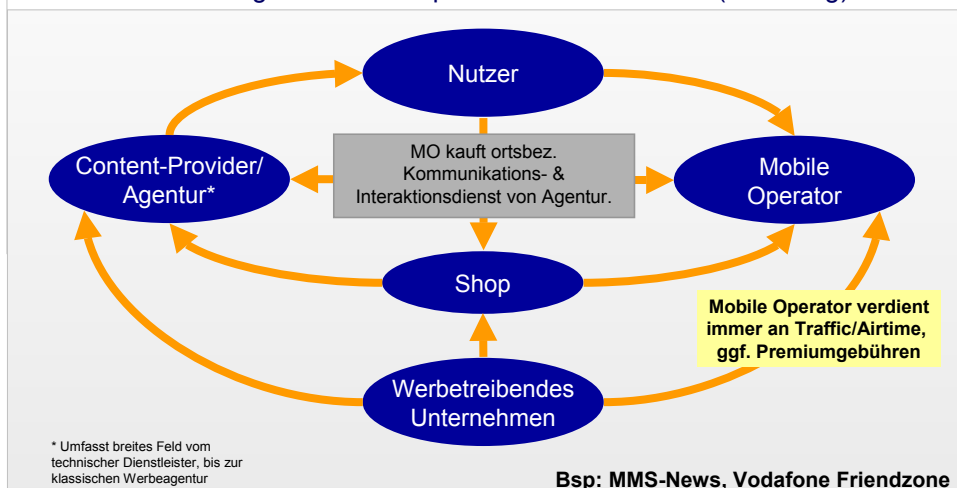
- **Fitness Pilot**  
Kombiniert körperbewusstes Alltags- und Freizeitleben mit Ernährungstipps & Restaurants
- **Unterstützung chronisch Kranker**

#### Rund ums Auto

- **Autokauf**  
Abruf von Testberichten und Gebrauchtwagenwerten direkt vor Ort
- **Unfallsoforthilfe**  
Abschleppdienst, Ersatzwagen...

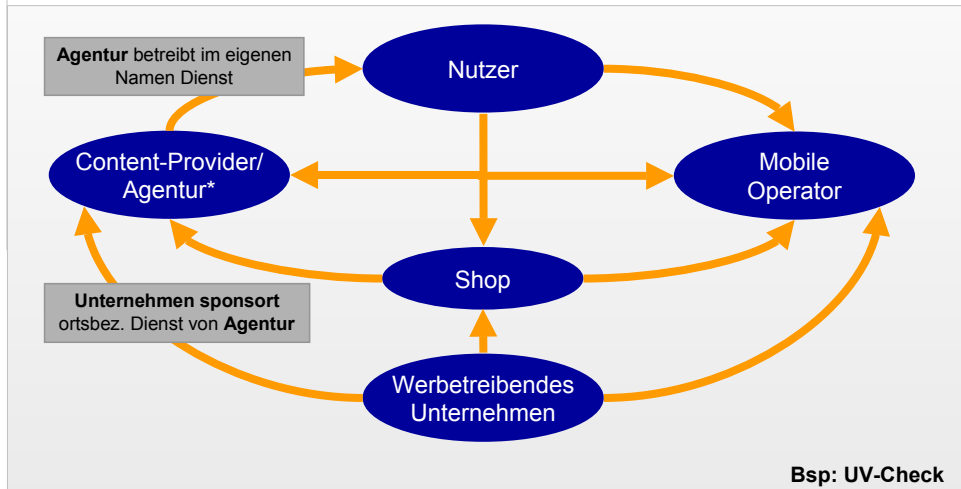
## M-Services

### Geschäftsbeziehungen – Mobile Operator bietet Dienst an (rückläufig)



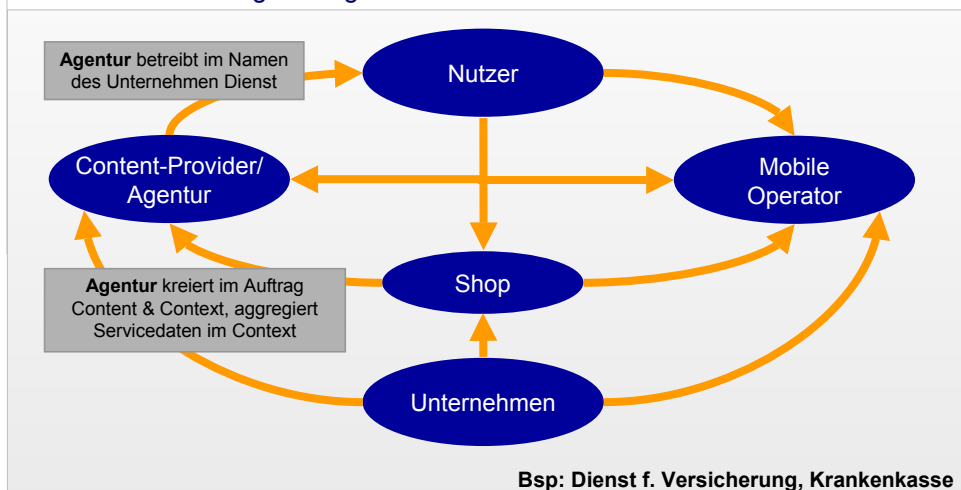
## M-Services

### Geschäftsbeziehungen – Unternehmen sponsort Dienst



## M-Services

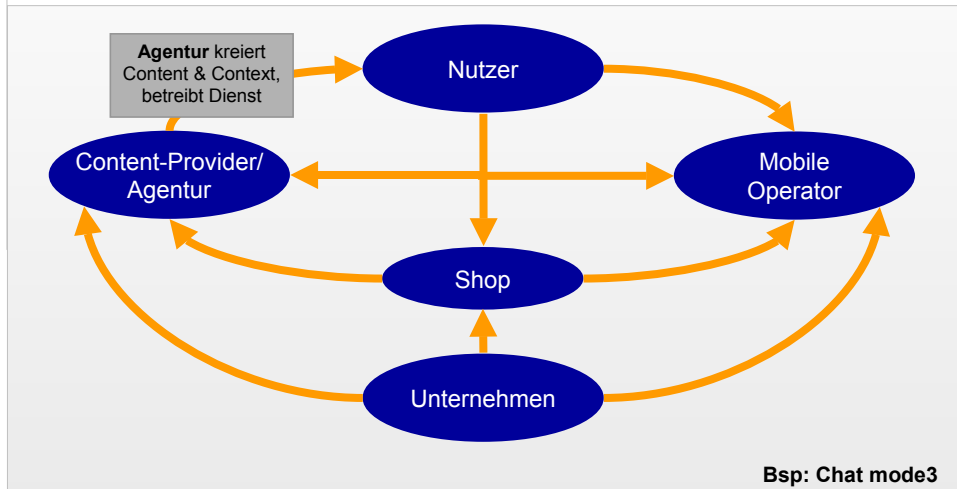
### Geschäftsbeziehungen – Agentur entwickelt Service für Unternehmen





## M-Services

Geschäftsbeziehungen – Agentur bietet z.B. personenbezogenen Dienst

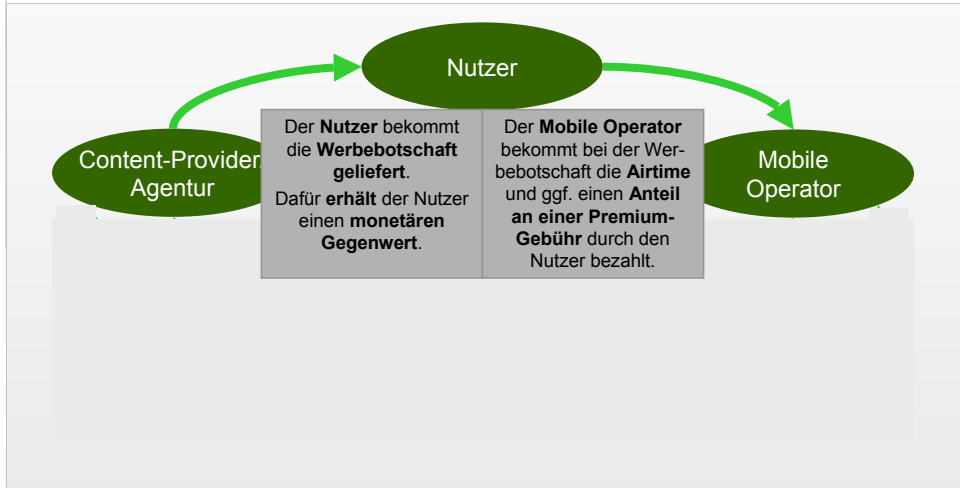


## Personalisierte Werbung mit Ankommggarantie

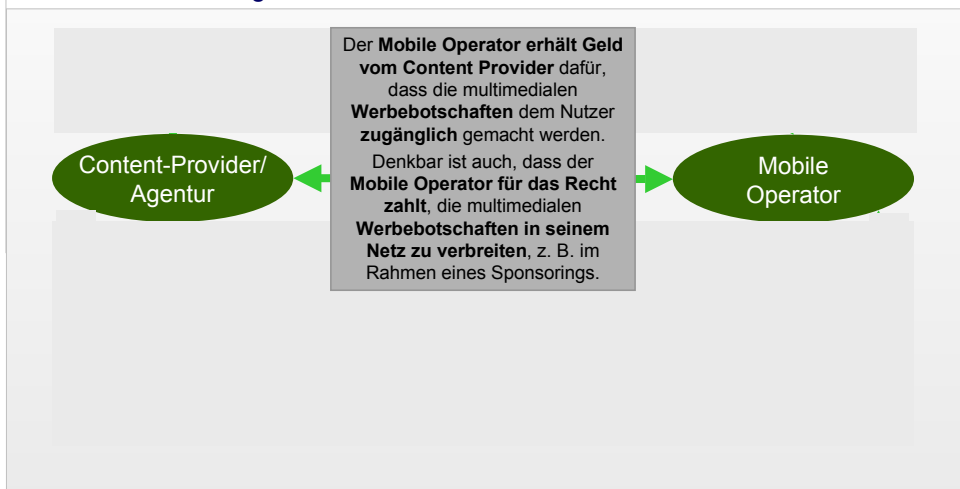
Business Model im Bereich Mobile Marketing und Cross Media Marketing

- Direktmarketing / Permission Marketing **ist** erfolgreich
- **Im Mobile-Bereich kommt die** genaue Identifikation und der aktuelle Aufenthaltsort **des Nutzers als** Erfolgskriterium **hinzu**
- **Contextorientierte Dienste** liefern die dazu notwendigen **Nutzerprofile**
- Szenario / Modell:
  - Der **Nutzer empfängt** z.B. ortsbezogen (PUSH) oder auf Anfrage (PULL) auf seinem mobilen Endgerät **Werbebotschaften** (multimedial)
  - Innerhalb des Werbespots **wird eine** Interaktion vom Nutzer **gefordert**
  - **Aufgrund der Reaktion wird die** Interaktion „bewertet“ **werden (z.B. Reaktionszeit)**
  - **Der** Werbetreibende **hat eine** exakte (auch qualitativ!) Erfolgskontrolle **über das** „aktive Wahrnehmen“ **der Werbebotschaft**

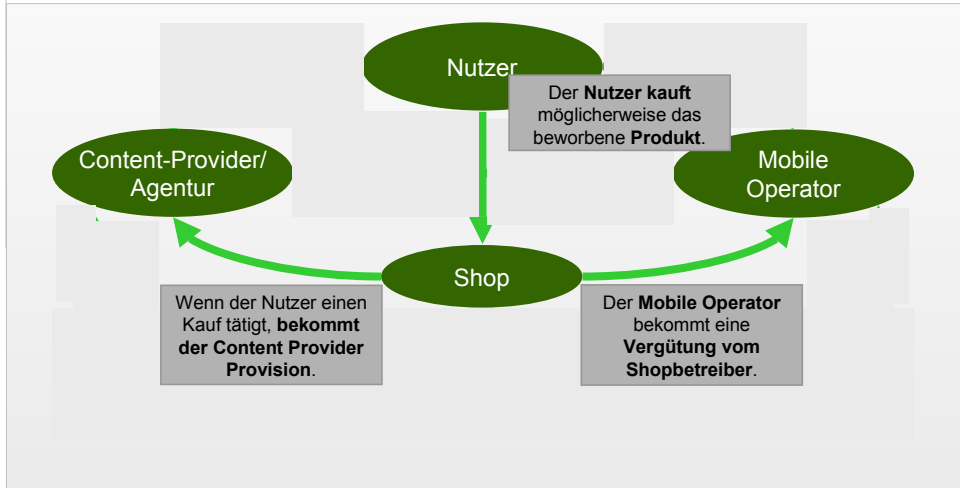
## Personalisierte Werbung mit Ankommmgarantie Geschäftsbeziehungen



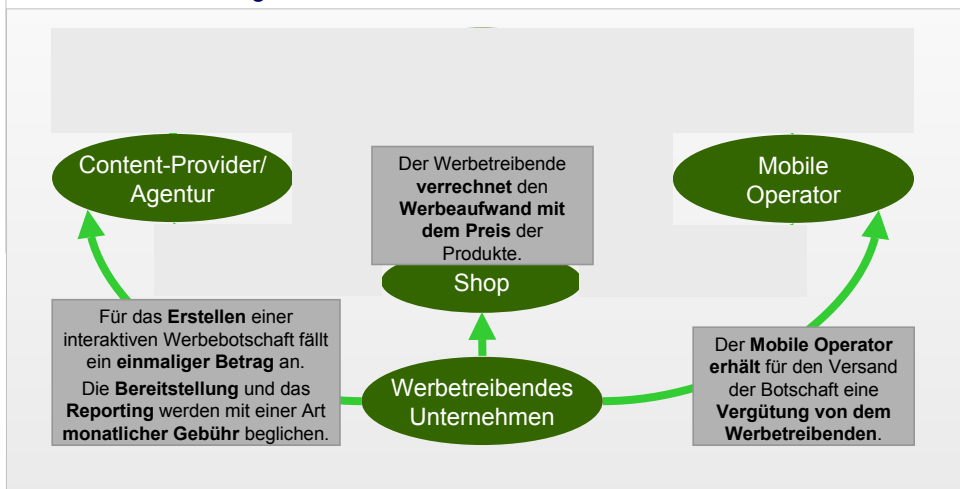
## Personalisierte Werbung mit Ankommmgarantie Geschäftsbeziehungen



## Personalisierte Werbung mit Ankommmgarantie Geschäftsbeziehungen



## Personalisierte Werbung mit Ankommmgarantie Geschäftsbeziehungen



## Zusammenfassung / Ausblick „Werbung mit Ankommggarantie“

- Die Situation
  - **Zwei Welten gehören (auch) zusammen:  
Direktmarketing & Mobile**
  - **Push-Dienste sind bei Mehrwert für den Nutzer willkommen**
  
- Die Aufgabe
  - **Aufbau von neuer Formate mit contextbasierte Tiefe, die Werbung erlauben  
Zusammenführung von Werbemaßnahmen aus den klassischen und den neuen  
Medien – crossmediale Ansätze**
  - **Qualifikation von Nutzergruppen unter neuen Kennzeichen**