



## PRESSEMITTEILUNG

### **Beacon-Projekt von GETTINGS und net-m mit neusten Erkenntnissen**

- **Bis zu 20 Minuten verweilt ein Beacon-User in Modegeschäften**
- **50% der vor dem PoS angesprochenen Beacon-User betreten das Ladengeschäft auch**
- **Jeder dritte Nutzer klickt innerhalb der ersten 5 Minuten auf die Nachricht**

**Düsseldorf – 19. März 2015** – 50 Prozent der angesprochenen Beacon-Nutzer vor einem Ladengeschäft betreten das Geschäft auch: Dies ist eine der gewonnenen Erkenntnisse aus dem groß angelegten Pilotprojekt des Location Based Service Anbieters GETTINGS und der net mobile AG mit 140 Beacons und 72 teilnehmenden Partnerunternehmen, das von Juli bis Dezember 2014 in Düsseldorf stattfand.

Viele User, die mit Hilfe der noch jungen Beacon-Technologie angesprochen wurden, reagierten schnell auf die übermittelten Werbenachrichten. Während jeder Fünfte (20 Prozent) unmittelbar nach Erhalt der Beacon-Nachricht darauf klickte, waren es 33 Prozent, die innerhalb der ersten fünf Minuten aktiv wurden. Beacons funktionieren unmittelbar und direkt.

Neben raschen Nutzerresonanzen zeigt der Pilot aber auch aktuelle Schwächen der Beacon-Technologie auf. Aufgrund von Geräteanforderungen, Bluetooth-Aktivierung und Opt-In-Verfahren betrug die potentielle Reichweite der GETTINGS-App 4.000 Nutzer für den Piloten im Raum Düsseldorf – von 1,4 Millionen deutschlandweit. Final erreichte der Location Based Service Anbieter 50 Prozent seiner potentiellen Nutzer (2.000) mit dem Pilotprojekt.

*„Die Beacon-Technologie steckt aktuell noch in den Kinderschuhen. Sie birgt zukünftig gewinnbringende Möglichkeiten für den Point of Sale, bedarf*

*aber noch einer technischen Durchdringung und höheren Nutzerakzeptanz“, so Boris Lücke, Geschäftsführer von GETTINGS.*

Matthias Riesterer, Projektleiter des Kooperationspartners net mobile AG, resümiert: *„Die Auswertungen des Nutzerverhaltens bestätigen unsere Erwartungen, dass die Beacon-Technologie großes Potenzial birgt, Kunden direkt am PoS zielgerichtet anzusprechen und zur Interaktion zu motivieren.“*

Zusätzlich zur Userresonanz zeigte der Pilot auch Ergebnisse über die Aufenthaltsdauer der Nutzer in den teilnehmenden Geschäften. Je nach Branche verweilt ein potenzieller Kunde unterschiedlich lang am PoS: Bei Mode sind es durchschnittlich 20 Minuten, in den Bereichen Wohnen und Gastronomie jeweils 14 Minuten, bei Kosmetik elf Minuten und in der Sparte Telekommunikation & Elektronik neun Minuten.

### **Eckdaten des Beacon-Pilotprojekts**

Die Beacon-Technologie ist jung. Daher ging es bei dem Beacon-Projekt von GETTINGS, das vom technischen Dienstleister net mobile AG begleitet wurde, vor allem darum, die Chancen für den Einzelhandel zu identifizieren. Ziel war es, praktische Erkenntnisse bei der Implementierung zu gewinnen und die Akzeptanz der User für die Beacon-Technologie zu ermitteln.

Im Erhebungszeitraum Juli bis Dezember 2014 nahmen in Düsseldorf 72 Partner-Unternehmen unter anderem aus den Bereichen Gastronomie, Mode, Telekommunikation & Elektronik, Wohnen & Freizeit teil. Dazu gehörten Marken wie o2, Görtz und Gravis.

Insgesamt kamen 140 Beacons zum Einsatz, auf deren Basis die Partnerunternehmen über GETTINGS 170 Beacon-Kampagnen im Projektzeitraum gestalteten. Das Prozedere für Kunden: Sie laden die GETTINGS-App kostenlos auf ihr iPhone oder Android-Smartphone, schalten Bluetooth an und stimmen beim Opt-in zu. User erhalten dann Push-Nachrichten beim Betreten oder innerhalb des Geschäfts. Erhaltene Angebote lassen sich dann an der Kasse einlösen.

## **Über net mobile AG**

Die net mobile AG ist ein international führender Full-Service-Provider für Payment Lösungen und mobile Mehrwertdienste. Das im November 2000 gegründete Unternehmen gilt als Innovationsführer im Markt. Zum weltweiten Kundenstamm gehören national und global operierende Mobilfunkanbieter, Medienunternehmen, Markenartikler sowie TV-Sendeanstalten, für die komplette White Label Lösungen wie Direct Carrier Billing und Mobile-TV Dienste bereitgestellt werden. Seit Dezember 2009 ist NTT DOCOMO, INC. mit mehr als 87% Aktienanteil, Hauptaktionär. Weitere Informationen finden Sie unter [www.net-mobile.com](http://www.net-mobile.com).

## **Über GETTINGS:**

Die GETTINGS GmbH betreibt deutschlandweit einen Location Based Service und ist eines der führenden Unternehmen in diesem Segment. Per Smartphone-App oder über die auch mobil verfügbare GETTINGS Homepage können sich Konsumenten angepasst an ihre individuellen Interessensgebiete über Angebote und Aktionen in ihrer Umgebung aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie und Freizeit informieren. Die GETTINGS App ist mit mobilen Endgeräten der Serien iPhone, iPad, iPod touch sowie Android Phones nutzbar. Sämtliche Angebote sind mit einer integrierten Routenführung versehen, sodass sich Konsumenten per Smartphone zum jeweiligen Handelspartner leiten lassen können. Sowohl für regionale und lokale Anbieter als auch große Filialisten bietet der GETTINGS Service einen modernen Kommunikationskanal, der ein zielgerichtetes, effizientes Marketing ermöglicht und die Kunden an den Point of Sale bringt. GETTINGS ist Mitglied im Bundesverband digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. Weitere Informationen sowie Downloadoptionen für die Vorteils-App stehen unter [www.gettings.de](http://www.gettings.de) zur Verfügung.

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Gerne stellen wir auch einen direkten Kontakt zu Verantwortlichen der net mobile AG für Sie her.

## **Ansprechpartner net mobile AG**

Dennis Heisig  
Pressesprecher  
net mobile AG  
Fritz-Vomfelde-Str. 26-30  
DE 40547 Düsseldorf  
Fon: +49 (0) 211 970 20 - 344  
Fax: +49 (0) 211 970 20 - 999  
E-Mail: [dennis.heisig@net-m.de](mailto:dennis.heisig@net-m.de)  
Internet: [www.net-mobile.com](http://www.net-mobile.com)

**Folgen Sie uns auf Twitter:** [twitter.com/netmobileag](https://twitter.com/netmobileag)