

Kundenbindung per SMS

Mobile Services ermöglichen Zeitungsverlagen einen derzeit noch nicht ausgeschöpften Wachstumsmarkt. Die Minds-Plattform bietet Verlagen die technologischen Voraussetzungen, um solche Services verkaufen zu können. Geplant ist, in diesem Jahr eine internationale Gesellschaft zu gründen, um Synergien besser nutzen zu können.

Manfred Lechner

„Mobile Content-Services eröffnen Tageszeitungen neue Chancen, Leser zu binden und vor allem junge, nicht mehr regelmäßig lesende Zielgruppen punktgenau anzusprechen“, erklärt Wolfgang Nedomansky von der Austria Presse Agentur (APA). Zu mobilen Services zählen Votings, Gewinnspiele, SMS- und MMS-Aboservices oder mobile Leserbriefe. Zusätzlich können Anzeigenkunden innovative, crossmediale Werbeformate anbieten.

Erfolgreiche Kampagnen

Beispielsweise warb die Billigfluglinie German Wings in den Online-Ausgaben deutscher Zeitungen mit einem Gewinnspiel, an dem mittels SMS teilgenommen werden konnte. Die Kampagne wurde aufgrund des großen Erfolgs viermal wiederholt. Das Grundkonzept der Plattform entstand im Rahmen des von der EU finanzierten europäischen Mobilfunkprojekts Minds (Mobile Information and News Data Services for 3G).

Die innovativen Entwicklungen wurden von den nationalen Nachrichtenagenturen Deutschlands, Österreichs, der Niederlande, der Schweiz und Ungarns sowie von vier technischen Partnern entwickelt. Darauf



Einfache Bedienung und jederzeitige Verfügbarkeit des Handys schaffen für Tageszeitungen optimale Voraussetzungen bei der Vermarktung mobiler Content-Services. Foto: Bilderbox.com

aufbauend gründete die APA in Österreich und analog dazu die anderen Nachrichtenagenturen auf ihren Heimmärkten nationale Plattformen, die Zeitungsverlage die notwendige technologische Infrastruktur sowie Bezahlssysteme für die Verbrei-

terung mobiler Services zur Verfügung stellten. „Die Entwicklungsmöglichkeiten solcher Services stellen sich derzeit als nahezu unerschöpflich dar, da wir erst am Beginn eines sehr weit reichenden Transformationsprozesses stehen“, erklärt

Nedomansky. „Vorteil ist“, unterstreicht er, „dass Minds über ein eigenes Content-Management-System verfügt und daher von Redakteuren einfach zu bedienen ist.“ Die Technik läuft unsichtbar im Hintergrund, doch bedurfte es umfangreicher

Entwicklungsarbeiten, da die Geschäftsmodelle von Mobilfunkbetreibern sowie Technik- und Service-Providern nur in den seltensten Fällen mit den im Zeitungsgeschäft üblichen Modellen übereinstimmen. Zeitungsverlage, die die nationale Minds-Plattform nutzen, können durch das internationale Netzwerk auch Consulting-Dienstleistungen in Anspruch nehmen und die von Infocom, einer Tochter der Deutschen Presseagentur (DPA), entwickelten praxiserprobten Anwendungen und Best-Practice-Beispiele kennenlernen. Regelmäßige Workshops mit allen teilnehmenden Verlagen runden die Angebotspalette ab.

Internationaler Verbund

Im dritten Quartal 2007 wird von neun europäischen sowie mehreren amerikanischen Nachrichtenagenturen Mind International gegründet. „Im Vergleich zu Google sind sogar große Agenturen wie die DPA, was die Größe betrifft, kleine Player, deshalb ist es wichtig, dass wir diese Plattform unter internationaler Beteiligung schaffen, um uns in diesem Segment einen Vorsprung sichern zu können“, weiß Nedomansky, der Mind International als Geschäftsführer leiten wird.

www.mind-project.org

Das mobile Büro rückt in greifbare Nähe

Österreichische Entscheidungsträger erwarten bis zum Jahr 2010 nachhaltige Prozess-Umgestaltungen.

Eine neue Studie gibt Auskunft darüber, wie innovative Kommunikationslösungen bis zum Jahr 2010 das Arbeitsleben bestimmen werden. Auftraggeber war Cisco Austria, die Befragung österreichischer Führungskräfte erfolgte durch das Institut Karmasin.

„Die Studie zeigte, dass einer der zentralen branchenübergreifenden Erfolgsfaktoren die Kommunikation im weiteren Sinne ist, ob Face-to-Face oder über den elektronischen Datenaustausch“, erklärt Carlo Wolf, General Manager von Cisco Austria und Managing Director Alpine Region. „Die Mitarbeiter eines Unternehmens erhalten und versenden über eine Vielzahl von Kanälen eine Unmenge an Informationen. Das Management dieser Vielfalt ist eine der zentralen Herausforderungen unserer Zeit – denn wo nicht oder schlecht kommuniziert wird, entstehen Probleme.“

Wichtigster Erfolgsfaktor ist, effizient zu kommunizieren. Mitarbeitern muss die Möglichkeit geboten werden, gezielt den richtigen Ansprechpartner ausfindig machen und gleichzeitig den richtigen Kommunikationskanal – Internet, Handy, Festnetztelefon – definieren zu können.

Kommunikation optimieren

Notwendig dazu ist, die Vielzahl der Kommunikationswege richtig zu synchronisieren, um nicht umständlich nach wichtigen Nachrichten suchen zu müssen. „Ziel muss es sein, die dahinterliegende Komplexität von Usern fernzuhalten, denn im Mittelpunkt sollte der Mitarbeiter oder die Mitarbeiterin stehen – und nicht die Technik. Die Technik von heute kann diesen Herausforderungen mit Unified-Communications-Lösungen begegnen“, so Wolf. Wie die Studie ergab, konzentrieren

Unternehmen ihre Zukunftsvorstellungen vor allem auf Flexibilität und Mobilität. Aufgrund der weitgehend realisierten technischen Machbarkeit ist das Ende des konventionellen

Büros nahe. Mitarbeiter sollen nach individuellen Rhythmen arbeiten können, da das mobile Büro überall einsatzbereit ist. Persönliche Kontakte erfolgen in Meetings. Das dritte große

Thema ist die Verschmelzung der Technologien zur Multimedia-Kommunikation. Das Zusammenwachsen der verschiedenen Kommunikationskanäle – Audio, Video, Text und Bild – führt zu einer Reduktion der verwendeten Endgeräte. Entscheidend für den Markterfolg solcher Kommunikationstools wird aus Sicht der Unternehmen eindeutig die Usability sein.

Eine umfassende Lösung für Sprach-, Video- und Daten-Kommunikation stellt das Cisco-Unified-Communications-System dar, denn es erhöht die Produktivität mobiler Arbeitnehmer. Es integriert verkabelte, drahtlose und mobile Endgeräte nahtlos und bietet eine sichere Lösung für die gesamte Organisation, unabhängig vom Aufenthaltsort. Einsetzbar ist es in Unternehmen jeder Größe, egal welche Art von Endgerät zum Einsatz kommt. malech

www.cisco.at



Immer und überall arbeiten: Unternehmen setzen auf eine weitreichende Flexibilisierung der Arbeitsprozesse. F.: Bilderbox.com