

Pilotprojekt überzeugt mit überragenden Ergebnissen bei mobilem und standortbasiertem Marketing

- Kunden sind begeistert von auf sie zugeschnittenen Rabatten und Gutscheinen, Informationen werden grundsätzlich als relevanter bewertet
- Unternehmen lassen sich von Location-based Marketing überzeugen

Frankfurt am Main, 1. Juni 2016 – In einem einzigartigen Pilotprojekt haben die Hochschule der Medien Stuttgart, die Stadt Durlach und die Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft großflächig die Möglichkeiten und Anwendungen von Location-based Services getestet. Am verkaufsoffenen Wochenende 23. & 24. April 2016 wurde der Karlsruher Stadtteil Durlach zu einem digitalen und interaktiven Zentrum mit Modellcharakter. Über 50 Unternehmen und städtische Einrichtungen wie Restaurants, Boutiquen und Bars haben virtuelle Umkreise erhalten. Beim Betreten dieser Umkreise erhielten die zahlreichen Nutzer der App von Gelbe Seiten spezielle Informationen und besondere Angebote als Push-Nachrichten direkt auf ihr Smartphone. Nach Auswertung der Aktion zieht die Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft nun eine durchweg positive Bilanz.

Innovative Aktion mit Vorbildcharakter

Über 1.600 Teilnehmer an der Aktion, 5.409 versendete Nachrichten, davon über 30 Prozent gelesen und 877 ausgelöste Transaktionen – so ist die Bilanz des Feldversuchs in Zahlen. Die regionalen Händler konnten durch den Einsatz von Location-based Services, trotz eines verregneten Samstags, spürbar ihren Umsatz steigern. Beeindruckt zeigten sich alle Beteiligten vor allem von den hohen Mitmach- und Kaufraten, dem entscheidenden Faktor für regionale Wirtschaft. „Digitales Durlach“ hat aber noch mehr erreicht. Durlach weckt Begeisterung für solche Services. Raus aus der Technik-Ecke, rein ins wahre Leben. „Die Location-based Services von Gelbe Seiten waren an diesem Wochenende das Stadtgespräch, jeder – ob jung oder alt – wollte es selbst einmal ausprobieren“, erklärt Alexandra Ries, Ortsvorsteherin des Stadtteils Durlach. Der Vorsitzende des örtlichen Gewerbevereins DurlacherLeben e.V., Marcus Fränkle, ergänzt: „Schon im Vorfeld hat die Einfachheit der Handhabung und Umsetzung die lokalen Unternehmer überzeugt. Der Zuspruch durch die Kunden am verkaufsoffenen Wochenende war dann natürlich ideal und eine tolle Bereicherung der beiden Tage. Die mediale Präsenz – auch in den überregionalen Medien – für diese Aktion sollte natürlich auch nicht unterschätzt werden.“

Hohe Akzeptanz durch Kunden und Unternehmer

In der begleitenden Marktforschung, die von der Hochschule der Medien Stuttgart bei Endkunden und lokalen Unternehmen durchgeführt wurde, hat sich die positive Einschätzung vom Wochenende bestätigt. „Unsere Untersuchung macht deutlich, dass Angebote und Informationen lokaler Unternehmen bei den Kunden sehr gut ankommen“, erläutert Professor Dr. Jürgen Seitz von der Hochschule der Medien Stuttgart und ergänzt: „Wichtig ist aber, dass die Kommunikation sowohl authentisch, als auch spielerisch ist und die Aktionen durch begleitende Maßnahmen vor Ort unterstützt werden.“ Auch die Händler zeigten sich mit den Ergebnissen zufrieden: Mehr als die Hälfte bewerten die Aktion als einen Erfolg. Vor allem Unternehmen, die nicht in den absoluten Toplagen angesiedelt oder relativ neu vor Ort sind, wollen auch zukünftig von zusätzlichen Kunden und Absatz durch Location-based Services profitieren. Mitgemacht haben Unternehmen aus den Branchen Gesundheit & Wellness, Hotels & Gastronomie und Nahrungs- & Genussmittelhandel, aber auch Behörden, Verbände und gemeinnützige Einrichtungen.

Bundesweites Interesse und viel Beratungsbedarf

Besonders gefreut hat Stephan Theiß, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft, das große Interesse der lokalen Händler an einem solchen Pilotprojekt und die Chance, die sie darin sehen. Er erläutert: „Die Unternehmer vertrauen Gelbe Seiten, sonst hätten wir nicht so schnell so viele zum Mitmachen begeistern können. Und das Vertrauen in eine starke Marke hat sich ausgezahlt, denn das Aktionswochenende hat gezeigt, dass Location-based Services nicht nur theoretisch funktioniert, sondern auch in der Praxis.“ Doch die Technik ist kein Selbstläufer. „Es besteht ein hoher Bedarf an Beratung, um diese Services als Mittel zur Belebung der Innenstädte richtig einzusetzen. Hier sind wir mit unserer Marketing-Kompetenz und unseren langjährigen Kundenbeziehungen besonders gefordert“, so Theiß weiter. Mit den gewonnenen Daten und Best Practices wollen die 16 Gelbe Seiten Verlage Unternehmer, Gewerbevereine und Gemeinden regional bei ihren Vorhaben unterstützen.

Die App von Gelbe Seiten ist für alle Smartphone im Store für [iOS](#) und [Android](#) Geräte verfügbar oder auf www.GelbeSeiten.de.

Weitere Informationen zum Pilotprojekt finden Sie unter <https://digitales-durlach.de>.

Über Location-based Services:

Die stetig wachsende Nutzung mobiler Endgeräte lässt lokalbasierte Dienste immer stärker an Bedeutung gewinnen. Im Februar 2015 gab es laut des Marktforschungsunternehmens ComScore rund 46 Millionen Smartphone-Nutzer in Deutschland. Damit kann deutlich mehr als die Hälfte der deutschen Bevölkerung mobil online sein und potenziell LBS nutzen. Die rasante Verbreitung sowohl von mobilen Endgeräten als auch Apps, sinkende Preise und schnellere Datenverbindungen treiben Location-based Services. Im August 2015 hat die Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft in Zusammenarbeit mit Statista ein [Whitepaper „Loaction-based Services“](#) erstellt, welches den Einsatz von Location-based Services analysiert, die Ist-Situation am Markt widerspiegelt und einen Blick in die Zukunft wirft.

Über Gelbe Seiten:

[Gelbe Seiten](#) wird von DeTeMedien und 16 Gelbe Seiten Verlagen gemeinschaftlich herausgegeben und gemeinschaftlich verlegt. Die Herausgeber- und Verlegergemeinschaft gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Gelbe Seiten als Spezialist für Branchenverzeichnis-Angebote den Nutzern in allen medialen Ausprägungen als Buch, online, mobil sowie u. a. als Smartphone- und Tabletversion zur Verfügung gestellt und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Die Bezeichnung [Gelbe Seiten](#) ist in Deutschland eine geschützte und auf die Gelbe Seiten Zeichen-GbR eingetragene Wortmarke. Ebenfalls besteht Markenschutz für die Gelbe Seiten Zeichen-GbR für eine abstrakte Verwendung der Farbe Gelb.

Über Hochschule der Medien Stuttgart:

Die Hochschule der Medien ist eine staatliche Hochschule (Träger: Land Baden-Württemberg) und bildet Spezialisten rund um die Medien. Die Fakultät Electronic Media, in der die Herausgeber der Studie angesiedelt sind, bildet Bachelor und Medienmaster u.a. in den Studiengängen Medienwirtschaft, Medienmanagement und Unternehmenskommunikation aus. Ihre Absolventen finden Einsatzbereiche in Marketing, Public Relation sowie Kommunikation und Medien von Unternehmen aller Größenordnungen, Portalen, TV-Sendern, Medienhäusern, Vermarktern, Dienstleistern sowie Agenturen.

<p>Kontakt:</p> <p>Gelbe Seiten Marketing GmbH Nina Mühlens Speicherstr. 55 60327 Frankfurt am Main Tel.: +49 69 264 841-205 Fax: +49 69 264 841-499 E-Mail: presse@gelbeseitenmarketing.de</p> <p>HdM Transfer- und Weiterbildungsgesellschaft UG (haftungsbeschränkt) an Hochschule für Medien Stuttgart Prof. Dr. Jürgen Seitz Nobelstraße 10 70569 Stuttgart Tel: +49 711 8923-2741 E-Mail: seitz@hdm-stuttgart.de</p>	<p>Gelbe Seiten im Social Web:</p> <p></p> <p>http://www.facebook.com/Ausbildungsnavigator http://www.facebook.com/GelbeSeiten http://www.facebook.com/Gesundheit.GelbeSeiten http://www.facebook.com/LokalesMarketing http://www.facebook.com/Handwerk.GelbeSeiten http://www.twitter.com/GelbeSeiten https://plus.google.com/+GelbeSeiten</p>
---	--