

Kunden in Reichweite

Warum mit Mini-Bluetooth-Sendern ortsbasierte Internetdienste am Smartphone endlich Sinn machen sollen – und der Handel nach diesen „Beacons“ giert.

Von Robert Prazak



Hektik, Lärm, Chaos. Die Orientierung auf Flughäfen ist schwierig genug, für blinde Passagiere aber beinahe unmöglich. Nicht so am Terminal 2 des Flughafens San Francisco: Dort finden sie mithilfe ihres Smartphones den Weg zu den Flugsteigen, zu Bankomaten und Restaurants. Möglich machen das Beacons. Das sind Mini-Bluetooth-Sender, die in Kombination mit einer passenden App den Standort des Nutzers bestimmen können und die Navigation im Inneren von Gebäuden ermöglichen. Die iPhone-App für San Francisco wurde vom jungen österreichischen Unternehmen indoo.rs entwickelt, das sich auf die Entwicklung von Programmen zur Nutzung dieser Beacons spezialisiert hat. Gründer Bernd Gruber: „An der App haben fünf Leute 16 Wochen lang gearbeitet.“

Dieses Beispiel ist nur ein Vorgeschmack auf Möglichkeiten, die Beacons bieten. Sie hauchen nicht nur standortbasierten Diensten Leben ein und verknüpfen Navigation in Gebäuden mit Marketinganwendungen, sondern sind wichtig für das „Internet der Dinge“, bei dem Kleingeräte mit Internetanbindung unseren Alltag unauffällig organisieren. Die Minisender bestimmen die Position des Nutzers und stellen entsprechende Informationen bereit, sobald dieser in die Nähe kommt. Das hat den Handel hellhörig werden lassen.

Ein Szenario: Beim Betreten des Kaufhauses meldet sich das Smartphone und weist darauf hin, dass im dritten Stock ein Abverkauf von Handtaschen stattfindet, der Weg dorthin wird beschrieben. Hält man das begehrte Stück in der Hand, werden Preis, nächstgelegene Kassa und passende weitere Produkte angezeigt. Zukunftsmusik? Keineswegs: Die US-Kaufhauskette Macy's setzt die Shopping-App Shopkick ein, um Kunden auf

KREATIVGEISTER. indoo.rs-Gründer Bernd Gruber (Mitte) und sein Team haben eine Beacons-App für den Flughafen San Francisco entwickelt.

aktuelle Angebote aufmerksam zu machen. Nach und nach werden alle Macy's-Kaufhäuser damit ausgestattet, nachdem Testläufe in New York und San Francisco erfolgreich waren. Laut Shopkick, dem Hersteller der gleichnamigen App, sind derzeit 7.000 Beacons an 3.000 Handelsstandorten im Einsatz.

Neben Macy's nutzen Handelsketten wie Old Navy und Best Buy die Technologie.

Stefan Deutschmann, Chef des Grazer App-Entwicklers App Monkey, ist von den Möglichkeiten angetan: „Um die Beacon-Technologie zu nutzen, muss der Anwender nur Bluetooth auf seinem Gerät aktiviert und eine entsprechende App installiert haben, die auf die Beacons anspricht. Das ist im Vergleich zu anderen Marketinganwendungen ein geringer Aufwand, der einem da zugemutet wird.“ Gerade am Point of Sale ist das Potenzial groß, sagt Deutschmann.

Funkende Koffer. Es gibt aber auch abseits des Handels zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten.

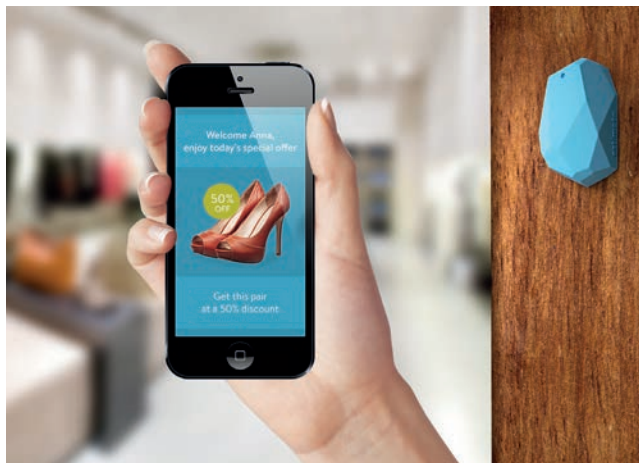
- **Tourismus:** Nach dem Check-in könnten Hotelgäste mit Beacons zum Zimmer gelotet werden, die Orientierungshilfe kann in die Hotel-App integriert werden.

- **Kinos:** Bei Betreten des Kinos oder Theaters wird das Handy automatisch auf lautlos geschaltet.

- **Flughafen:** Bereits Realität ist die iPhone-App Travel Radar, die vom Berliner Unternehmen Aww Apps entwickelt wurde: Mit deren Hilfe kann der Koffer am Gepäckband gefunden werden, weil ein darin platzierter Beacon einen Alarm am Handy auslöst, wenn das Gepäckstück in die Nähe kommt.

- **Haushalt:** Ebenfalls von Aww Apps gibt es ein Mini-Programm namens Launch Here, das ortsbasierte Aktionen am Handy auslöst. Der Musik-Dienst Spotify oder die E-Book-Applikation starten, sobald man sich aufs Sofa wirft; die Lauf-App legt los, wenn man die Sportschuhe anzieht; der Kalender poppt auf, wenn man sich an den Schreibtisch setzt.

- **Museen:** Ebenfalls im Einsatz sind Beacons in Museen. In Graceland, dem Anwesen von Elvis Presley in Memphis, werden Besucher mit iPads ausgestattet, die in den Räumen passende Informationen in Form von Texten, Bildern und Videos einblenden.



POINT OF SALE.
Der Handel nutzt Beacons in Kombination mit Shopping-Apps.

„Die Zeit ist reif für solche kontextbasierten Anwendungen, weil die technischen Möglichkeiten nun vorhanden sind“, sagt Aww-Apps-Gründer Bernd Plontsch. Sein Fokus liegt auf der Verknüpfung von Objekten jeder Art mit Applikationen am Smartphone. Wichtig sei es, dass für Anwender der Nutzen sichtbar ist. Das ist beim

Bezahlen der Fall. So entwickelt der deutsche Payment-Spezialist Orderbird Kassensysteme, bei denen via PayPal bezahlt wird, ohne dass der Kunde umständlich mit dem Gerät hantieren muss. „Der Bezahlvorgang tritt in den Hintergrund“, sagt Orderbird-Gründer Bastian Schmitzke, der rund 2.500 Gastronomiebetriebe in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit iPad-Kassensystemen ausrustet. Technologisch ist das einfach: An den WLAN-Router wird ein Beacon gesteckt, der an die Bezahl-App des Käufers die Informationen sendet.

Apple als Antrieb. Neu sind die Beacons nicht. „Aber jetzt ist das Ökosystem vorhanden, Hardware, passende Apps und ein Markt, der die Möglichkeiten nutzen möchte“, sagt indoo.rs-Gründer Bernd Gruber. Die Hardware kommt von Herstellern wie der US-Firma Estimote (siehe links). Vielfach werden Beacons als „Nearables“ bezeichnet, weil sie beim Näherkommen des Nutzers Aktionen am Mobilgerät (etwa Werbung einblenden, Warnung aussenden, etc.) auslösen. Entfacht worden war Funkfeuer von Apple: Der Konzern hat sich die iBeacon-Technologie im Vorjahr patentieren lassen. Nun entsteht eine neue Branche: Das deutsche Unternehmen BEACONinside etwa rüstet McDonald's-Läden mit Lösungen aus. Sobald der Kunde das Restaurant betritt, werden Rabattcoupons angezeigt. Auch in Österreich ist das Unternehmen schon aktiv.

Ein Streitpunkt bleiben Sicherheits- und Datenschutzaspekte: Beacons, die im Inneren von Gebäuden auf Bewegungen der Nutzer reagieren, könnten die Privatsphäre endgültig obsolet machen. Zwar können sie nur senden und nicht empfangen, aber am Smartphone werden die Daten (Wo bin ich? Was mache ich gerade?) verarbeitet. Für die nach Information gierende Digitalindustrie von Google abwärts versprechen Beacons grenzenlose Updates über Werbekunden. |

TECHNOLOGIE Was bringen Beacons?

Technologie: Als Beacons (deutsch: „Leuchfeuer“) werden kleine Sender bzw. Sensoren bezeichnet, die via Bluetooth ein Signal aussenden. Kommt ein Gerät wie ein Smartphone in die Nähe, reagieren entsprechende Apps (also Programme) aufs Signal.

Handel: Wer eine Shopping-App auf seinem Handy installiert hat, wird bei Betreten des Geschäfts auf Sonderangebote aufmerksam gemacht. Beacons könnten auf Waren wie Schuhe oder Computer geklebt werden.

Navigation: Mit Hilfe mehrerer Beacons wird Navigation im Gebäudeinneren, etwa in Einkaufszentren, ermöglicht. Beacons sind nicht größer als ein USB-Stick und haben minimalen Stromverbrauch – dies ermöglicht die neue Bluetooth-Technologie BLE (Bluetooth Low Energy).

Hardware: Beacons von der Firma Estimote haben einen Flash-Speicher, Temperatur- und Beschleunigungssensor. In Kürze bringt Estimote Beacons heraus, die drei Millimeter dünn sind und wie Postings aufgeklebt werden können. Beacons seien „Internetadressen für die physikalische Welt“, sagt Estimote-Gründer Steve Cheney.



MINISENDER. Beacons von Hersteller Estimote lassen sich überall platzieren.