

# Bluetooth Low Energy im Mobile Business

## Kleine batteriebetriebene Bluetooth-Funksender mit großer Wirkung

Smartphones können heutzutage beliebige Inhalte multimedial abbilden. Für erfolgreiche mobile Services ist es jedoch wichtig, die richtige Information im exakt richtigen Moment zur Verfügung zu stellen. Bislang erreichen Dienste auf Funkzellenbasis hierbei oft nicht die notwendige Genauigkeit. Kleine Bluetooth-Funkbarken versprechen Abhilfe. Doch sind sie auch von jedem gewollt?



Bluetooth Low Energy (BLE), auch bekannt als Beacon-Technologie, war eines der Hype-Themen in 2014. Kaum ein Mobile-Startup hat sich nicht mit diesem neuen Tool beschäftigt. Und das zu Recht. Denn BLE ist eine attraktive Technologie, um proaktiv mit potentiellen Kunden in Kontakt zu treten. Stellen Sie sich zum Beispiel eine belebte Einkaufsstraße in der Innenstadt vor. Oft betreten Passanten beim Shoppen viele verschiedene Geschäfte, manchmal kaufen sie etwas ein, manchmal nicht. Für den Ladenbesitzer bleibt seine Kundschaft dabei meist anonym und je nach Geschäftstyp auch ohne jeden Kontakt zum Verkaufspersonal. Im Vergleich zum E-Commerce geht dem stationären Einzelhandel hierdurch sehr viel Customer Insight verloren. Ebenso fehlt es an digitalen Touch Points.

Nun stellen Sie sich dieselbe Einkaufssituation vor, nur mit dem Unterschied, dass diesmal, verteilt an der Eingangstür, den verschiedenen Fachabteilungen und im Kassensbereich ein paar Beacon-Sender angebracht sind. Beacons sind nichts anderes, als kleine, batteriebetriebene Bluetooth-Funksender, die mit

einer Reichweite von einigen Metern fortwährend eine bestimmte Information senden. Apple iOS ab Version 7 war das erste Betriebssystem, das den neuen Kommunikationsstandard angeboten hat. Daher auch häufig der Ausdruck iBeacon. Mittlerweile hat Android gleichgezogen. Die Informationen der Beacons werden als Push Notification auf dem Smartphone, gegebenenfalls sogar auf dem Lockscreen, angezeigt. Neben Willkommensgrüßen können dies auch Informationen zu neuen Produkten oder individuelle Preisnachlässe sein.

Bei den meisten derzeit betriebenen Beacon-Teststellungen können die einzelnen Beacons via Web-Plattform administriert werden. Verhalten und Nachrichten sind somit im Zeitverlauf mühelos veränderbar und die Batterien der kleinen Transponder müssen in der Regel erst nach mehreren Monaten ausgetauscht werden. Dabei ist es ganz gleich, ob es sich um Proximity Marketing, Indoor-Navigation oder Location Based Services handelt: Sowohl für den Endverbraucher als auch im betrieblichen Umfeld gibt es eine Vielzahl spannender Applikationen, die ohne BLE so nicht realisierbar wären. Es versteht sich, dass bei all diesen Überlegungen Datenschutzbestimmungen und Permission Marketing wichtige Aspekte sind. Und genau hiermit definiert sich die größte Herausforderung für die noch junge Beacon-Ökonomie. Ein Blick auf die gegenwärtige Marktsituation zeigt, dass es allen voran kleinere, innovative

Unternehmen sind, die das Thema BLE-Marketing vorantreiben. Die großen IT- und Kommunikationsdienstleister warten hingegen noch ab, bis sich der erste Hype gelegt hat und sich die Verbraucher in der neuen Situation zu Recht finden. Bis dahin wird es der eine oder andere Beacon-Werber mit seinem Mitteilungsbedürfnis sicher etwas zu gut meinen. Auch bedarf es der eingangs erwähnten, situativ passenden Inhalte, die heutzutage nicht jede Multichannel-Plattform im stationären Einzelhandel bereitstellt.

Für das Spannungsfeld Privacy sehen wir indes eine mögliche Lösung in der Kombination von Pull- und Push-Mechanismen. Autorisiert sich ein Besucher beim Betreten eines Einkaufszentrums via NFC-Touchpoint willentlich im Beacon-System, wird die entsprechende App automatisch installiert und der Kunde kann fortan aktuelle Angebote empfangen und Mehrwertdienste nutzen. Beim Verlassen der Mall genügt dann ein erneutes, kurzes Tappen des Touchpoints. In Kombination mit kontaktlosen NFC-Payment-Lösungen an der Kasse und den sogenannten Mobile Wallets ergeben sich weitere Optionen durch digitale Couponing- und Loyalty-Programme. Der wichtigste Aspekt all dieser Maßnahmen ist jedoch, dass der Kunde sein Smartphone damit im Sinne des Ladenbesitzers und nicht mehr allein zum gefürchteten Showrooming nutzt.

Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann

**Leibniz Universität Hannover**  
www.m2.uni-hannover.de



Dr. Marc-Oliver Reeh

**Center for NFC Management**  
www.cnm.uni-hannover.de



# ABONNEMENT

# ident

Das führende Anwendermagazin für Automatische Datenerfassung & Identifikation



## Das *ident* Abo! Sichern Sie sich ihre Vorteile!

### 1. Ganzjährige, unkomplizierte Belieferung

Wir liefern Ihnen alle Ausgaben der *ident* direkt ins Haus. 7 Ausgaben plus das *ident* JAHRBUCH, so bleiben Sie immer aktuell informiert.

### 2. Aktuelle Produkt- und Branchennews

Mit der *ident* erhalten Sie kompetent aufbereitete Anwendungsberichte, aktuelle Fachinformationen, ausführliche Produktbeschreibungen und Branchennews aus dem gesamten Bereich der Automatischen Identifikation und Datenerfassung.

### 3. Branchenübergreifende Informationen

Die *ident* verbindet branchenübergreifend Informationen aus Wissenschaft, Industrie und Anwendung.

### 4. *ident* MARKT – Das Anbieterverzeichnis

Der *ident* MARKT ist als Anbieterverzeichnis der direkte Draht zu Unternehmen und Produkten aus der Branche.

## *ident* Abonnement

Bitte liefern Sie mir ab sofort die *ident* zum Abo-Preis von € 70,- im Jahr inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten (= 7 Ausgaben und ein Jahrbuch). Das Abo verlängert sich nur dann um ein Jahr, wenn es nicht 8 Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres gekündigt wird.

Firma:

Name:

Vorname:

Position:

Branche:

E-Mail:

Straße/Postfach:

PLZ/Ort:

Datum/1. Unterschrift:

Garantie: Diese Vereinbarung kann innerhalb von 10 Tagen schriftlich bei der Ident Verlag & Service GmbH widerrufen werden.

Datum/2. Unterschrift:

Sie zahlen erst nach Erhalt der Rechnung oder per Bankeinzug:

Kontonummer:

Bankinstitut/BLZ:

## Impressum

### *ident*

Das führende Anwendermagazin für  
Automatische Datenerfassung & Identifikation

Es erscheinen 7 Ausgaben, Sonderausgaben und ein Jahrbuch pro Jahr.

Offizielles Organ der AIM-D e. V.

Herausgeber:  
Ident Verlag & Service GmbH  
Durchstraße 75, 44265 Dortmund, Germany  
Tel.: +49 231 72546092, Fax: +49 231 72546091  
E-Mail: verlag@ident.de, Web: www.ident.de

Redaktion Magazin und Internet  
Chefredakteur  
Dipl.-Ing. Thorsten Aha (verantwortlich)  
Durchstr. 75, 44265 Dortmund, Germany  
Tel.: +49 231 72546090, Fax: +49 231 72546091, E-Mail: aha@ident.de

Redaktionsteam:  
Tim Rösner  
Thomas Wöhrle  
Maria Meriemque-Aha  
Prof. Dr.-Ing. Klaus Krämer

Anzeigenleiter:  
Bernd Pohl,  
Tel.: +49 6182 9607890, Fax: +49 6182 9607891, E-Mail: pohl@ident.de

Verlagsleiterin:  
Maria Meriemque-Aha  
Tel.: +49 231 72546092, Fax: +49 231 72546091, E-Mail: verlag@ident.de

Abo-/Leserservice:  
Tel.: +49 231 72546092, Fax: +49 231 72546091, E-Mail: verlag@ident.de

Redaktionsbeirat:  
Wolf-Rüdiger Hansen, Geschäftsführer AIM-D e.V.  
Prof. Dr.-Ing. Rolf Jansen, IDH des VVL e.V.  
Bernhard Lenk, Datalogic Automation GmbH  
Heinrich Oehlmann, Eurodata Council  
Peter M. Pastors, PIKS  
Prof. Dr. Michael ten Hompel, Fraunhofer IML  
Frithjof Walk, Vorstandsvorsitzender AIM-D e.V.

Gestaltung und Umsetzung:  
RAUM X – Agentur für kreative Medien  
Ranja Ristea-Makdisi, Stefan Ristea GbR  
Luckard Str. 12, 44147 Dortmund  
Tel.: +49 231 847960-35, E-Mail: mail@raum-x.de, Web: www.raum-x.de

Herstellung:  
Strube OHG, Stimmerswiesen 3, 34587 Felsberg

Bezugsbedingungen:  
Jahresabonnement Euro 70,- und Einzelheft außerhalb des Abonnements Euro 12,- zuzüglich Versandkosten, inkl. 7% MwSt. Ausland auf Anfrage. Das Abonnement verlängert sich jeweils um ein weiteres Jahr, falls nicht 8 Wochen vor Ende des Bezugsjahres die Kündigung erfolgt ist. Bestellungen beim Buch- oder Zeitschriftenhandel oder direkt beim Verlag: ISSN 1432-3559 *ident* MAGAZIN, ISSN 1614-046X *ident* JAHRBUCH

Presserechtl.:  
Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Der Verlag gestattet die Übernahme von Texten in Datenbestände, die ausschließlich für den privaten Gebrauch eines Nutzers bestimmt sind. Die Übernahme und Nutzung der Daten zu anderen Zwecken bedarf der schriftlichen Zustimmung durch die Ident Verlag & Service GmbH.

Mit Namen gekennzeichnete Artikel geben die Meinung des jeweiligen Autors wieder und decken sich nicht notwendigerweise mit der Auffassung der Redaktion. Die Redaktion behält sich vor, Meldungen, Autorenbeiträge und Leserbriefe auch gekürzt zu veröffentlichen.

Die *ident* Redaktion und die Ident Verlag & Service GmbH übernehmen trotz sorgfältiger Beschaffung und Bereitstellung keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Genauigkeit der Inhalte. Für den Fall, dass in *ident* unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit oder Vorsatz des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht.

Alle Anbieter von Beiträgen, Fotos, Illustrationen stimmen der Nutzung in der Zeitschrift *ident*, im Internet und auf CD-ROM zu. Alle Rechte einschließlich der weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken, liegen bei der Ident Verlag & Service GmbH. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotomaterial wird keine Haftung übernommen und können von der Redaktion nicht zurückgesandt werden.

Geschützte Marken und Namen, Bilder und Texte werden in unseren Veröffentlichungen in der Regel nicht als solche kenntlich gemacht. Das Fehlen einer solchen Kennzeichnung bedeutet jedoch nicht, dass es sich um einen freien Namen, ein freies Bild oder einen freien Text im Sinne des Markenzeichnungsrechts handelt.

Rechtliche Angaben:  
Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Dortmund, Ust-IdNr. DE230967205  
Amtsgericht Dortmund HRB 23359, Geschäftsführer Thorsten Aha

*ident* und *ident.de* sind eingetragene Marken der Ident Verlag & Service GmbH. 2015 © Copyright by Ident Verlag & Service GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

Ident Verlag & Service GmbH  
LESERSERVICE  
Durchstraße 75  
44265 Dortmund, Germany

Tel.: +49 231 72546092  
Fax: +49 231 72546091  
E-Mail: verlag@ident.de



**ident.de**



***ident***

Das Forum der Auto-ID Branche  
und der Wegweiser für Anwender.



***ident***.de