

## Ortungsdienst

# Das virtuelle Gutscheineheft am Handy

Wer dem Online-Dienst Foursquare verrät, wo er sich gerade befindet, wird mit Rabatten belohnt – auch in Wien.

VON THOMAS PRENNER

Der Vorgang ist einfach: Man betritt ein Lokal, startet die Foursquare-App und sieht eine Liste an Orten und Geschäften in der näheren Umgebung. Anschließend wählt man das Lokal aus, in dem man sich gerade befindet, und „checkt sich ein“. Zusätzlich erscheint der Hinweis „Foursquare Special“, wodurch ein Rabatt-Angebot gekennzeichnet ist. Manchmal reicht das Einchecken bereits aus, um den Rabatt in Anspruch nehmen zu können, im aktuellen Fall ist noch ein zusätzlicher Schritt notwendig.

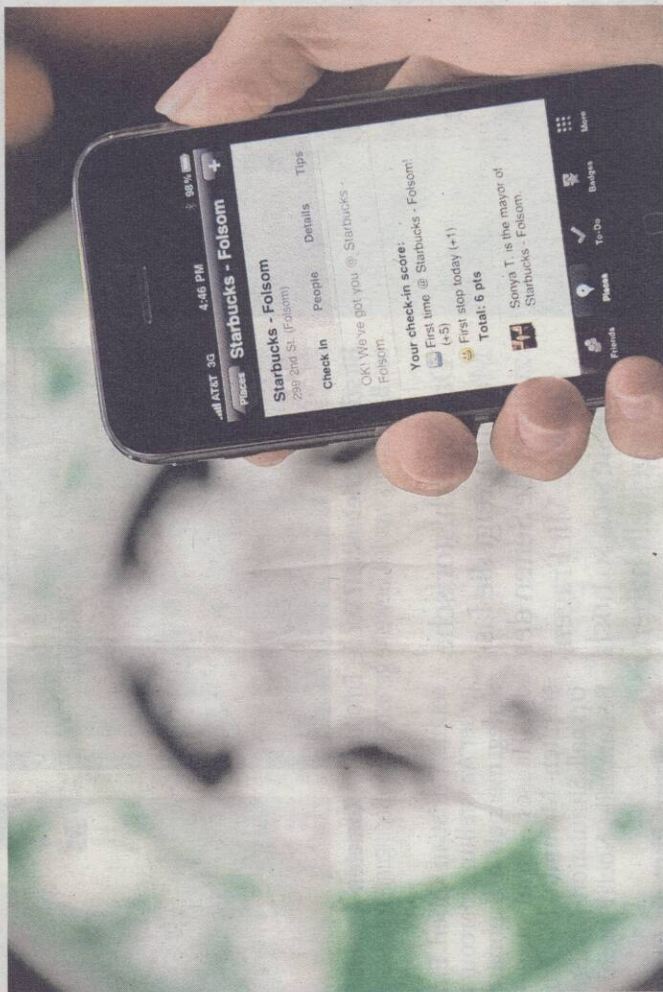
**Freigetränk** So werden über die App am Handy Tipps präsentiert, die andere Foursquare-Nutzer bereits gegeben haben. In diesem Lokal bekommt jeder Nutzer, der selbst einen Tipp hinterlässt, ein Freigetränk. Direkt über das Handy kann

man die Liste ergänzen. Sofort nach Abschicken wird der virtuelle Gutschein am Telefon angezeigt und man kann sein Freigetränk bestellen.

Möglich ist das etwa im Café Reisinger am Salzgras in Wien. Inhaber Michael Vesely erzählt im Gespräch mit dem KURIER, dass er mit der Foursquare-Aktion zufrieden ist. „121 Leute haben sich insgesamt schon über 650-mal bei uns eingekauft. Für eine kleines Lokal mit 25 Plätzen ist das beachtlich.“

**Im Kino einchecken** Im Wiener Gartenbaukino gibt es für den ersten Check-in zwei Kinokarten zum Preis von einem, zusätzlich ein kostenloses Filmplakat. Norman Shetler, Geschäftsführer des Gartenbaukinos, erklärt dem KURIER, warum es ihm bei dem Dienst geht: „Foursquare ist eine neue Form der Kundenbindung.“ Die Verbreitung ist allerdings noch eher gering: „Im Moment sehe ich es eher als ein Experimentierfeld, um auszuprobieren, was hier noch auf uns zukommen wird.“

**Mathias Kimpl von der Web-Agentur PXP** beschäftigt sich intensiv mit Ortungsdiensten. Er erklärt, dass diese Services für Unternehmen sehr interessant sein können: „Dadurch, dass



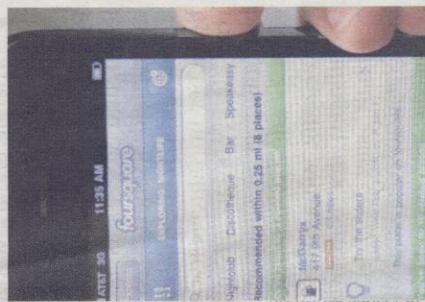
**In Aktion:** Wer seine Präsenz in Lokalen Freunden via Handy-App mitteilt, bekommt Vergünstigungen

der User innerhalb des Dienstes mit seinen Freunden verknüpft ist, erlange ich gleichzeitig auch deren Aufmerksamkeit.“

**Flugblätter** Thomas Holzhuber, Geschäftsführer der Online-Agentur Holzhuber Impaction, sieht in ortsbezogenen Diensten eine neue Form alter Werbemittel: „Der Nutzer schaut auf sein Handy und sieht, was es in der Umgebung gibt. Dieses Umkreis-Marketing kann man auch als eine virtuelle Variante des Flugblattes sehen.“

## Ortung: So funktionieren Geo-Dienste

**Lokalisiert** Online-Netzwerke haben immer ein Grundprinzip: Der Nutzer teilt dem Dienst meistens via Smartphone mit, wo er sich gerade aufhält. So kann man auf Plätzen, in Parks, Restaurants oder Bars „einchecken“. Beim Dienst Foursquare erhält der User, der sich am öf- testen an einem bestimmten Ort registriert hat, den Titel „Bürgermeister“. Um dem ganzen Spielcharakter zu verleihen, werden fleißige Mitglieder mit Auszeichnungen belohnt.



AP / MARK LENIHAN