

POWERED BY EC-AUSTRIA

## IT-Praxis

### Neue Perspektiven für Marketing und Service

Jetzt werden Inhalte auch am Tablet serviert: Seit Hand-Computer durch das iPad zu Kultobjekten avanciert sind, reagieren Contentproduzenten. So liefert die APA - Austria Presse Agentur zu Großereignissen wie der Hochzeit von William und Kate fertige, kompakte Themenspecials. Medienhäuser haben damit die Gelegenheit, sogenannte „Digital Natives“ an ihre Marke zu binden. Aktuelle Berichte und mediengerecht gestaltetes Weltgeschehen ziehen Aufmerksamkeit auf sich und bieten gleichzeitig neue Chancen für digitales Marketing - unter anderem durch interaktive Kampagnen oder innovative Werbeformate.

**Tool für Massen.** APA-Chefredakteur Michael Lang: „Tablets werden zum Tool für Massen. Daher beschäftigen sich Medienhäuser stark damit, wie sie Inhalte auf diesem

zukunftssträchtigen Kanal positionieren können. Einige Zielgruppen werden künftig hauptsächlich über Tablets Informationen beziehen. Wer abseits steht, verpasst einen relevanten Leserkreis.“

**Mobiles Service.** Ein weiterer Hauptdarsteller der Dynamik-Welt ist das Mobiltelefon, das verstärkt für Service genutzt wird. Selbst in öffentlichen Einrichtungen gewinnen mobile Prozesse an Bedeutung. Die Arbeiterkammer für Wien, Niederöster-

reich und Burgenland war mit der Tatsache konfrontiert, dass bis zu einem Viertel jener Personen, die sich für kostenlose Rechtsberatung angemeldet hatten, letztlich ausblieben. Die Folge waren Leerläufe.

**Per SMS.** Abhilfe schafft eine SMS-basierte Terminerinnerungslosung von atms Telefon- und Marketing Services. Jetzt erhalten Mitglieder 24 Stunden vor dem Besuch einen Reminder und können mit „Nein“ antworten, wenn sie doch nicht kommen. Das löst in der Datenbank sofortige Stornierung und Neuvergabe aus.

**Produktivität erhöht.** atms-Geschäftsführer Markus Buchner: „Die Quote an nicht wahrgenommenen Terminen konnte klar unter zehn Prozent gesenkt werden, wodurch die Kammer ihre Personal-Produktivität wöchentlich um über 10.000 Euro steigert.“

„Die Quote an nicht wahrgenommenen Terminen wurde klar unter zehn Prozent gesenkt“

**Markus Buchner**  
Gf. atms



Mit Hilfe einer speziellen Lösung von atms erhalten Personen, die die Rechtsberatung der Arbeiterkammer nutzen wollen, eine Erinnerung-SMS

### ELECTRONIC- & MOBILE-MARKETING



## Unabhängigkeits-Erklärung

**E**lektronik, Erfolg, Expansion: Immer mehr Online-Händler wollen Waren und Services global verkaufen. Aber hier spielt das Vertrauen von Konsumenten eine entscheidende (Marketing-)Rolle, wenn es zur Kassa geht. Gütesiegel oder Zertifizierungen können sehr hilfreich sein. Zudem braucht jeder Anbieter ein maßgeschneidertes Paket - abgestimmt auf seine Zielgruppe sowie Zahlungsmittel.

**Stolpersteine.** Die Wahl des richtigen Payment Service Providers vermeidet Stolpersteine. Verfügt dieser über Zahlungslösungen, die über die Grenzen bekannt sind, wächst das Sicherheitsgefühl des Verbrauchers. Eine starke Marke im Hintergrund des Online-Shops bedeutet Vorbeugen gegen Unbehagen bei

Internet-Transaktionen. Der Payment-Profi sollte sich aber parallel auch mit dem Händler weiterentwickeln. Das funktioniert nur über persönlichen Kontakt und Innovation. Ein Dienstleister muss immer auf dem neuesten Stand sein und Trends orten. Die Devise lautet Qualität, einfache Umsetzung sowie Vorsprung im Markt.

**Unabhängigkeit.** Im Zentrum steht ebenso die Unabhängigkeit des Payment Service Providers. Händler sollen frei entscheiden können, mit welchen Finanzdienstleistern Akzeptanzverträge geschlossen werden. Rat und Tat werden vom Provider mitgeliefert. Diese Flexibilität schafft nachhaltige Vorteile. Ein Beispiel: Der heimische Händler verfügt über kein österreichisches Konto. Da es für seinen Zahlungs-

partner keinen Unterschied macht, ob er einen Kontrakt mit X oder Y eingeht, besteht die Möglichkeit, ihm die passende Akzeptanzstelle für seine Bedürfnisse zu übermitteln.

**Fazit.** Online-Händler sollten jahrelanges Know-how als Entscheidungskriterium bei der Wahl eines Payment Service Providers in den Vordergrund stellen. Damit sich das Geschäft auch wirklich auszahlt.



### MOBILE PAYMENT FH St. Pölten hat neue Methode zur Identifizierung von Besitzern einer Chipkarte entwickelt

## Forschungsprojekt: Gesicht ersetzt PIN-Code

Das wichtigste Kriterium beim bargeldlosen Bezahlen ist die Sicherheit. Ein neues Verfahren, das von der FH St. Pölten entwickelt wurde, könnte nun helfen, den Einsatz von Chipkarten einfacher und sicherer zu machen - und zwar mittels Gesichtserkennung. Konkret wird ein auf dem Chip gespeichertes Foto des Gesichts mit einem aktuellen Kamerabild verglichen - der Kunde muss also nur in die Kamera lächeln. Etwaige Daten-

schutzbedenken werden zerstreut: Die Person wird nicht identifiziert, es werden nur biometrische Daten abgeglichen. Entwickelt wurde das Verfahren vom Institut für IT-Sicherheitsforschung der FH St. Pölten. Institutsleiter Ernst Piller hat mit seinem Team - darunter auch Studierende - mehr als zwei Jahre an dem Projekt gearbeitet. „Es könnte etwa eine gute Ergänzung zu anderen Identifizierungsmethoden sein“, sagt Piller.



Biometrische Daten sollen die Sicherheit erhöhen

Zunächst mussten bestehende Verfahren der Gesichtserkennung, die auf Algorithmen basieren, analysiert werden; dann wurde eine neue Methode entwickelt - diese ermöglicht den Abgleich zwischen Foto und Kamerabild in einer Sekunde. Für den Einsatz etwa bei Bankomaten reicht eine entsprechende ausgestattete Chipkarte sowie eine handelsübliche Kamera. Piller denkt jedenfalls schon an

sein nächstes Projekt: „Wir wollen nun die Authentifizierung mittels Handflächen ermöglichen.“ Diese seien praktisch unverwechselbar; zudem würde sich die Innenfläche der Hand über die Jahre kaum ändern. (rp)

Redaktion: Robert Prazak  
Fragen, Reaktionen und Anregungen bitte per E-Mail an:

robert.prazak@wirtschaftsblatt.at

1999

12 Jahre **economyaustria.at**

2011



Die Seite IT-Business erscheint mit finanzieller Unterstützung durch die Plattform economyaustria.at. Die inhaltliche Verantwortung liegt beim WirtschaftsBlatt.

Info unter:  
<http://economyaustria.at>