

MOBILE BUSINESS



# Tanken in der Zukunft

Zum Thema Elektro-Autos wird dieser Tage sehr viel berichtet. Eine zentrale Frage ist die Verfügbarkeit von Fahrzeugen mit ausreichender Reichweite – jeder Kilometer Reichweite erhöht jedoch Preis und Gewicht ganz deutlich. So bringen es derzeit geplante Elektro-Fahrzeuge auf eine Reichweite von 100 bis 200 Kilometer. Während das Elektro-Auto in Sachen Umweltfreundlichkeit, Energiekosten oder Wartungsaufwand dem klassischen Fahrzeug deutlich überlegen ist, ergibt sich hier ein offensichtliches Manko.

**Meist ausreichend.** Andererseits beträgt die durchschnittliche Tagesstrecke eines österreichischen Pkws nur rund 50 Kilometer. Die jetzt schon verfügbare Reichweite ist somit in den meisten Fäl-

len mehr als ausreichend, auch wäre mit 22 Stunden Stehzeit genug Zeit vorhanden, dass die Batterie mehrmals pro Tag aufgeladen werden könnte – entsprechende Infrastruktur vorausgesetzt.

**Neue Infrastruktur.** Wir gehen daher davon aus, dass die bestehende Tankstelleninfrastruktur in Zukunft nur mehr eine sehr unbedeutende Rolle spielen wird. paybox arbeitet seit Anfang 2009 an einer optimalen Ladeinfrastruktur. Parken und Laden muss ein Vorgang werden, es ist nicht bequem, wenn Kunden zu einer Ladestation fahren und dann nach ein, zwei oder drei Stunden das Auto wieder abholen müssen, um die Ladestation für den nächsten freizumachen. Die Zielsetzung muss somit die Reduktion von Gesamtkosten für den Betrieb von Ladestellen sein, damit je-

der, der über Parkflächen verfügt, diese möglichst flächendeckend mit Lademöglichkeiten ausstatten kann. In Frage kommen dafür sowohl öffentliche Parkplätze als auch Stellplätze in Garagen oder rund um Einkaufszentren.

Für große Zielgruppen wie beispielsweise Pendler oder für Familien mit zwei Fahrzeugen ist unserer Ansicht nach von einer vollen Praxis-tauglichkeit des Elektro-Autos schon in den nächsten ein bis zwei Jahren auszugehen.



beigestellt  
**Andreas Kern, paybox austria**

Kern, 36, leitet als zweiter Geschäftsführer die paybox austria GmbH und ist Chief Commercial Officer.

POWERED BY EC-AUSTRIA

## IT-Praxis

### Smartphones mobilisieren die Geschäftswelt

Die Arbeitswelt avanciert zum Outdoor-Adventure. Mobilität ist der Megatrend, Anbieter versorgen den Markt mit vielen M-Services, nicht zuletzt im Bereich Information. Gerade dort, wo Content das Kerngeschäft darstellt, geht es ebenfalls um nachhaltige wirtschaftliche Verwendung. „Medienhäuser müssen Inhalte heute auf zahlreichen Kanälen anbieten, um Zielgruppen optimal zu erreichen. Mobile Anwendungen sind stark im Kommen und werden vielfach als Paid-Content von Usern gut angenommen“, verkündet Marcus Henbein, Leiter der APA-MultiMedia.

**Gratis zu beziehen.** Mit der Applikation „APA-News“ landen Info-Services auch auf Apples iPhone, gratis beziehbar im App-Store. Es ist eine ready-made White-Label-

Lösung für jene, die Kunden eine Option im individuellen Corporate Design liefern wollen. Die Agentur stellt technische Infrastruktur und Nachrichten bereit, Kunden können ihr Material einspielen und APA-News komplett oder auch modulweise einbauen.

**Mehr Bequemlichkeit.** Solche Dienste werden gleichfalls durch Smartphones relevant, die auch den Convenience-Faktor zu stärken. Das zeigt die paysafecard group, Anbieter von Online-Prepaid-

„Mobile Anwendungen werden vielfach als Paid Content gut angenommen“

**Marcus Henbein**  
APA-MultiMedia

Zahlungsmitteln wie der paysafecard: Der neueste Service ist eine Verkaufsstellensuche via iPhone-Applikation. Diese Software laden sich Interessenten kostenlos auf ihr Handy und finden die nächste Bezugsstelle. Dabei erkennt die Applikation automatisch den Standort des Benutzers und liefert Vorschläge. Suchergebnisse werden auf Google Maps als auch in einer Liste mit Daten wie Shop-Name, Adresse oder Entfernung dargestellt. Eine Vertriebsfiliale kann weiter in die Routenplanung übernommen werden. Michael Müller, CEO der paysafecard group: „Durch Smartphones funktioniert Internetnutzung einfach und bequem. Die Entwicklung nützlicher Anwendungen als Service verkörpert den wichtigen Erfolgsfaktor in einer Welt, in der Mobilität für Kunden und Firmen immer wichtiger wird.“



Bequemlichkeit zählt: Kunden können sich über eine iPhone-Applikation informieren, wo sich die nächste **paysafecard-Verkaufsstelle** befindet

**MOBIL** über QR-Codes wandern Produktinformationen auf das Handy - Point of Sale wird neu definiert

## Digitale Technologien im Handel auf dem Vormarsch

Wer seine Produkte am Point of Sale bewerben möchte, kann das noch auf die altmodische Art mit herkömmlichen Plakaten tun. Die Zukunft allerdings ist auch in diesem Bereich digital und mobil zugleich: „Digital Signage“ lautet das Zauberwort.

Dabei werden die Produkte auf digitalen Screens dargestellt, der Kunde kann damit interagieren. Als Beispiel dient etwa der DVD-Verkauf: Der Kunde scannt im Shop

den Barcode der gewünschten DVD mit einem dort aufliegenden Scanner. Anschließend sieht er einen Filmtrailer auf einem Bildschirm. Zusätzlich erscheint ein QR-Code, dieser kann mit dem Smartphone gescannt werden. Die zum Film passenden Daten befinden sich dann auf dem Handy des Kunden; auch wenn er das Geschäft anschließend ohne das Produkt verlässt, kann er es kaufen und sich nach Hause liefern las-



Durch **Terminals** wird das Handy zum Point of Sale

sen. „Die Definition des Point of Sale ändert sich dadurch“, schwärmt Uwe Selbach, Geschäftsführer von Signexx – ein Unternehmen, das auf Digital Signage spezialisiert ist.

Die Screens selbst haben keine LAN-Verbindung, sondern kommunizieren über ein 3G-Netzwerk; durch die Einführung von LTE soll das Streamen von HD-Content ermöglicht werden. Selbach sieht verschiedene mögliche Geschäftsmodelle: Entweder

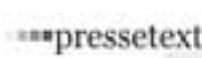
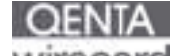
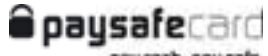
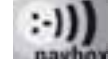
die Shops sind Eigentümer der Screens, oder die Lieferanten – oder ein Dritter, von dem die Terminals gemietet werden. Mobilfunk-Anbieter sollen mit dem digitalen Inhalt neue Geschäftsfelder erschließen können. (stm)

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

robert.prazak@wirtschaftsblatt.at

1999 | 2010 11 Jahre **economyaustria.at**

**bmwfi** BMW\_F  
Bundesministerium für Wirtschaft, Frauen und Jugend



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

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