

**Top-Trend**

WLAN-Netze entwickeln sich zum Marketing- und Verkaufsinstrument, das nicht nur die dafür aufzuwendenden Kosten wieder einspielt, sondern darüber hinaus attraktive Nutzungs- und Geschäftsmöglichkeiten bietet.

Marketing-WLAN

Loop21-CEO Manuel Urbanek warnt davor, die Bedeutung von WLAN-Netzwerken zu unterschätzen.

WIEN. Achtmal so viele Nutzer steigen mit ihren mobilen Endgeräten über WiFi-Netzwerke ins Internet ein als über die Netzwerke der Mobilfunkanbieter – Tendenz klar steigend.

Einer der Gründe dafür ist die zunehmende Anzahl an WLAN-Hotspots: Bis zum Jahr 2020 wird die weltweite Menge der öffentlichen WiFi-Hotspots auf 432 Mio. steigen – siebenmal mehr als noch 2015 mit 64 Mio. Auch die EU unterstützt das: Allein mit der derzeit laufenden WiFi4EU-Initiative werden 120 Mio. € an Gemeinden und Städte ausgeschüttet, die ein öffentliches WLAN einrichten wollen.

Rund 30% der Internetnutzer in Österreich gaben zuletzt im Zuge des von Sora im Auftrag des Österreichischen Städtebundes durchgeführten Städtebarometers an, zumindest einmal täglich ein WLAN im öffentlichen Raum zu nutzen.

Beachtlicher Mehrwert

„Firmen sollten diesen Trend nicht verpassen“, rät Manuel Urbanek, CEO von Loop21. „Immer noch sehen zu viele Unternehmen die Bereitstellung von kostenlosem WLAN als notwendiges Übel an und übersehen dabei die darin liegenden Marketing- und Verkaufschancen!“

Allein die Daten, die den Betreibern über die WLAN-Netzwerke zur Verfügung stehen, seien „Gold wert“, würde man sie gezielt auswerten und für die Geschäftsmodelle und Kundenkommunikation nutzen. „Intelligent geplante und geführte WLAN-Netzwerke spielen die Kosten, die sie erzeugen, wieder ein und bieten darüber hinaus einen klaren geschäftlichen Mehrwert“, erklärt Urbanek.

So wird's gemacht

Einige Beispiele, wofür sich kostenlose WLAN-Netzwerke gewinnbringend nutzen lassen:

- Das Skigebiet Zell am See bietet kostenloses WLAN in jeder Gondel und sechs sogenannte Jukeboxx-Kabinen, in denen die Fahrgäste über ihr Smartphone ihre Lieblingsmusik auswählen und hören können.
- Die öffentlichen WLAN-Access Points der Stadt Innsbruck bieten standortbezogene Informationen über Lokale, Einkaufsmöglichkeiten, Events, etc. und kostenlosen Zugang ins Internet. Die WLAN Points finden sich an öffentlichen Plätzen, in Freizeitarealen und auf der Patscherkofel-Bahn.
- Die Busflotte der Ötztaler Verkehrsbetriebe ist mit einer Fahrzeugtyp-unabhängigen „All-in-One-Box“ ausgestattet. Dadurch erhalten die Fahrgäste standortabhängige Informationen direkt auf ihr mobiles Endgerät wie z.B. das Wetter in der Region, bevorstehende Veranstaltungen oder Öffnungszeiten der Gewerbetreibenden.

- Die Kabinen des urbanen Seilbahnnetzes von La Paz verfügen neben einem WLAN-Zugang über Ein- und Gegensprechsystem mit Notrufsfunktion, Security-Cam und eine Steuereinheit zur autonomen Energieversorgung der Einheiten.
- Die Stadt Wien bietet über ihr City-WLAN digitale Bürgerinformationen und -services und nutzt das Netzwerk als Kommunikationskanal im Stadtmarketing. Die Bewegungsmuster der User werden für die Entwicklung und Bereitstellung neuer Angebote genutzt. (pj)

”

Auch Betreiber von Freizeitparks und Museen können mittels WLAN-Netzwerk ihre Kundenkommunikation und -bindung gezielt steuern.

Manuel Urbanek
CEO von Loop21

“