

■ connecting your business



Whitepaper

Umsatzgenerierung durch Gastzugänge

LANCOM™ Whitepaper

Umsatzgenerierung durch Gastzugänge

Einleitung

Professionelle, kabellose Gastzugänge sind nicht nur bei Kunden sehr beliebt, sondern eignen sich gleichzeitig auch als clevere Maßnahme zur Umsatzgenerierung. Dieses Whitepaper gibt einen Überblick zu aktuellen Trends rund um öffentliche WLAN-Zugänge sowie zu bestehenden Geschäftsmodellen, die auf der ganzen Welt erfolgreich umgesetzt werden. Es erörtert außerdem sowohl die infrastrukturellen Anforderungen als auch die technische Umsetzung.

Mögliche Umsatzmodelle

Heutzutage setzen die Nutzer eines öffentlichen WLANs den Zugang hierfür als kostenlos voraus. Kostenpflichtige Gastzugänge rücken in der Anwendung dadurch immer weiter in den Hintergrund. Bei einem gleichzeitigen Ausbleiben von öffentlichen Sponsoren steht der Betreiber damit vor der Herausforderung, seine Infrastruktur über einen anderen Weg zu finanzieren und – im besten Fall – noch über sein Angebot Umsatz zu generieren.

Die folgenden Umsatzmodelle zeigen hierfür passende Möglichkeiten. Sie zielen darauf ab, das Netzwerk so zu strukturieren, dass ein Mehrwert für den Nutzer und den Betreiber des Hotspots entsteht. Diese Umsatzmodelle sind sowohl einzeln als auch miteinander kombiniert zielführend:

- Werbliche Willkommenseite
- Werbeeinblendungen
- Anmeldung über soziale Netzwerke
- Premium-Benutzerpakete
- WLAN-Sharing
- Hotspot 2.0
- iBeacon-Marketing
- Geschäfts- und Einzelhandelskooperationen
- Touristeninformationen

Neben diesen Modellen ist die eingesetzte Technologie maßgeblich für den Unterschied zwischen einem optimal

betriebenen Netzwerk und einem, welches ständig an seine Grenzen stößt: Innerhalb kürzester Zeit können die Benutzer die Qualität eines Netzwerks einschätzen und somit direkt über die empfundene Attraktivität der Location entscheiden.

Die technischen Voraussetzungen für eine optimale Infrastruktur werden deshalb im Folgenden zum jeweiligen Umsatzmodell nochmal explizit aufgeführt.

Werbliche Willkommenseite

Ein User, der sich an einem öffentlichen WLAN-Gastzugang anmeldet, wird in der Regel mit seinem Client automatisch auf die Willkommenseite des Hotspot-Betreibers weitergeleitet. Warum diesen attraktiven und kontaktreichen Platz nicht als Werbefläche nutzen? Über das anpassungsfähige Design der Willkommenseite können z.B. die Hotspot-Betreiber Ihre eigenen Dienste bewerben oder aber Partnern diese Werbefläche gegen Entgelt zur Verfügung stellen. Auch die Einbindung eines kurzen Werbevideos (max. 45 Sek.) vor einer automatischen Weiterleitung auf die Startseite ist möglich. Ein lukratives Geschäft, wie auch ein großer europäischer Flughafen feststellen konnte: Dieser nutzt die Willkommenseite seines Gastzugangs, um dort Werbeanzeigen von einer der bedeutendsten nationalen Banken zu platzieren. Diese einzelne Maßnahme, die wenig Aufwand erfordert, führte dazu, dass sich die gesamten Investitionen in die eingesetzte WLAN-Infrastruktur nach nur einem Jahr amortisierte.

Technische Voraussetzungen: Das verfügbare Gateway muss mit Hilfe einer API (z.B. XML) in der Lage sein, mit externen Authentifizierungs- oder Marketing-Servern zu kommunizieren.

Werbeeinblendungen

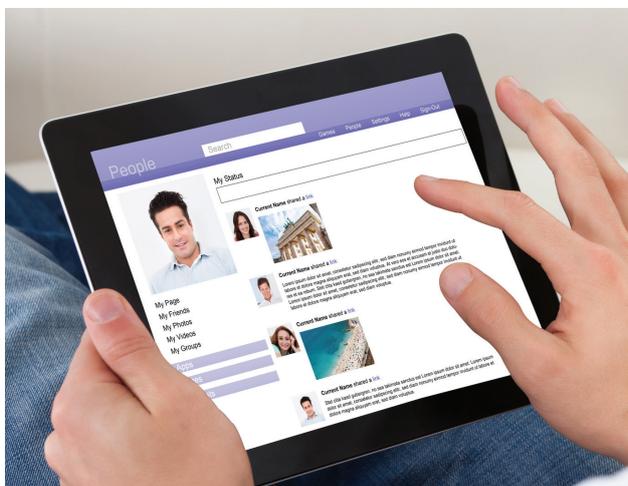
Sind die User einmal mit einem Netzwerk verbunden, verschwenden sie keinen Gedanken mehr an den Hotspot-Betreiber oder Sponsor. Um fortlaufend wieder auf den Werbetreibenden aufmerksam zu machen und damit weitere

geldwerte Werbefläche zur Verfügung zu stellen, können in zuvor definierten Zeitabständen Werbeanzeigen oder aber Fragebögen (z.B. mit Bezug auf den Standort) über separate URLs auf den Displays der WLAN-Clients eingeblendet werden. Alle 5, 10 oder 15 Minuten öffnet sich z.B. automatisch eine Werbe-URL, die von den Nutzern übersprungen werden kann ohne ihre Sitzung zu unterbrechen.

Technische Voraussetzungen: Die Hardware (Access Points oder Gateways) muss in der Lage sein, die Werbe-URLs basierend auf einer vordefinierten Liste zu verschicken. Die Werbeanzeigen werden extern gespeichert und können bei Bedarf aktualisiert werden.

Anmeldung über soziale Netzwerke

Die Anmeldung an Hotspots über das Social-Media-Konto des Users erfreut sich stetig wachsender Beliebtheit. Mit einem Login über das soziale Netzwerk müssen User sich keine neuen Nutzernamen und Zugangsdaten merken, sondern können direkt loslegen. Dadurch wird der Hotspot-Zugang als besonders komfortabel wahrgenommen, was wiederum die Bewertung der Hotspot-Location positiv beeinflusst.



Auch zwischen dem sozialen Netzwerk und dem Betreiber des Gastzugangs entsteht eine Win-Win-Situation. Dank der Zusammenarbeit profitiert der Hotspot-Betreiber von wichtigen Zielgruppen-Informationen, denn in der Regel stellen Social-Media-Plattformen ihm die demografischen Benutzerdaten (z.B. Wohnort, Land, Geschlecht, Alter, etc.) der Hotspot-User zur Verfügung. Diese Daten sind für ihn von großer Wichtigkeit,

da er sie für kommende Marketingaktionen berücksichtigen kann. Im Gegenzug erkennt das soziale Netzwerk, dass ein User sich an einem bestimmten Hotspot eingeloggt hat und nutzt diese Informationen, um personalisierte Werbeanzeigen auf der sozialen Plattform zu schalten.

Technische Voraussetzungen: Das Gateway muss in der Lage sein, mit sozialen Netzwerken zu kommunizieren oder dies über externe Hotspot-Provider zu ermöglichen.

Premium-Benutzerpakete

Ein typischer, kostenloser WLAN-Hotspot geht häufig mit Werbeunterbrechungen und begrenzter Bandbreite einher, was dazu führt, dass Dienste, wie Youtube, VPN, etc. für den WLAN-Client nicht nutzbar sind. Für Benutzer, die bereit sind, für mehr Komfort beim Surfen zu zahlen, kann der Hotspot-Betreiber kostenpflichtige „Premium“-Pakete zur Verfügung stellen. Damit erhalten die Kunden eine reservierte und höhere Bandbreite, mehr nutzbare Dienste und keine Werbeeinblendungen. Dieses Angebot generiert Umsatz und eignet sich zudem ideal z.B. als Kundenbindungsmaßnahme für Einrichtungen, die mit Club-Mitgliedschaftsprogrammen oder Treuekarten arbeiten.

Technische Voraussetzungen: Die Hardware (das Gateway) sollte mehrere Nutzerstufen abbilden und Abrechnungs-Websites von Kreditkarteninstituten oder Banken anzeigen können.

WLAN-Sharing

Einige große Telekommunikationsunternehmen bieten ihren Kunden auch unterwegs eine Vielzahl an bereitgestellten WLAN-Hotspots. Hierfür können die User z.B. ihren eigenen Internet-Anschluss, zusätzlich zum privaten Gebrauch, auch öffentlich zur Verfügung stellen (ohne die Haftung hierfür zu übernehmen) und als Gegenleistung alle anderen Hotspots des Telekommunikationsunternehmens kostenlos nutzen. Geht ein User nun durch eine Einkaufsstraße mit mehreren bereitgestellten öffentlichen WLAN-Zugängen, verbindet sein Client sich automatisch fortlaufend mit dem nächsten Provider-Hotspot.

Für Geschäftskunden gibt es ähnliche Modelle. So werden z.B. mit Hilfe von Partnern zusätzlich global nutzbare Hotspot-

Zugänge bereitgestellt. Damit sich nicht jeder Hotspot-Betreiber mit jedem jeweiligen Netzanbieter auseinandersetzen muss (und umgekehrt), gibt es Roaming-/Clearing-Institutionen, die verschiedene Partner zusammenbringen, deren Netze vereinen und sich um die Verwaltung kümmern.

Die durch diese Methoden aufgebaute Hotspot-Infrastruktur gewährt den Usern den Zugang zu zahlreichen WLAN-Internetverbindungen, ohne dass sie ihre Zugangsdaten neu eingeben müssen – ein echtes Plus an Attraktivität für den jeweiligen Aufenthaltsort des Nutzers.

Technische Voraussetzungen: Das Gateway sollte in der Lage sein, an externe Clearing-Institutionen umzuleiten, um die Authentifizierung des Benutzers sowie Bezahlwege zu ermöglichen.

Hotspot 2.0

Der nächste große Schritt bezüglich WLAN-Roaming ist Hotspot 2.0. Anstatt sich jedes Mal neu in verschiedenen WLAN-Bereichen einzuloggen, wird das Gerät anhand seiner SIM-Zugangsdaten oder eines digitalen Zertifikates automatisch erkannt und registriert. Die Auswahl der korrekten SSID und die Anmeldung am Hotspot erfolgen vom Benutzer unbemerkt im Hintergrund, das heißt es erfolgt ein automatisches Roaming vom Mobilfunk zum passenden WLAN-Hotspot. Dies funktioniert dabei ähnlich wie WLAN-Sharing, wobei dort die Roaming-/Clearing-Institutionen mit der Verwaltung von Authentifizierungen sowie den Einnahmen beauftragt sind.

Technische Voraussetzungen: Die Netzwerk-Hardware und die Clients müssen eine Hotspot 2.0-Zertifizierung (IEEE 802.11u) besitzen.

iBeacon-Marketing

iBeacon ist ein von Apple Inc. eingeführter Standard zur Innenraumlokalisierung. Es handelt sich hierbei, wie aus der Übersetzung des Begriffs „Beacon“ hervorgeht, um so genannte „Leuchttfeuer“ in Form von kleinen Hardware-Modulen, die kontinuierlich Funksignale basierend auf Bluetooth Low Energy (Version 4.0) aussenden. Diese können von Clients wie Smartphones oder Tablet PCs empfangen werden, sobald sie sich in Reichweite eines iBeacons befinden.

Eine entsprechend auf iBeacon reagierende App löst daraufhin eine programmierte Aktion, wie z.B. das Erscheinen einer Push-Nachricht auf dem Display des Kunden, aus. Moderne Marketing-Aktionen können so direkt am Point of Sale durchgeführt werden. Die Ausleuchtung eines Innenraums mit der iBeacon-Technologie bietet darüber hinaus den Vorteil, dass diese im nahen Funkfeld agiert. Möchte der Betreiber eines Geschäfts die Laufwege seiner Kundschaft nachvollziehen, so vereint er iBeacons sowie seine WLAN-Infrastruktur und erhält präzise Informationen über das Kundenverhalten. Ein echter Mehrwert, wenn anhand der gewonnenen Informationen die Platzierung der Ware umsatz erhöhend optimiert werden kann.

Technische Voraussetzungen: Für die optimale Abdeckung und zur Vermeidung von Kanal-Interferenzen muss die verwendete Hardware sowohl WLAN als auch die iBeacon-Technologie unterstützen.



Geschäfts- und Einzelhandelskooperationen

Die meisten öffentlichen WLAN-Hotspots befinden sich in Stadtzentren und anderen stark frequentierten Standorten. Je länger ein Kunde in diesem Bereich verweilt, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass dieser Geld für Einkäufe oder Lebensmittel ausgeben wird. Der Hotspot wirkt wie ein Magnet und zieht Kunden an.

Schließen sich mehrere Geschäfte/Lokalitäten o.ä. zusammen, können sie ein gemeinsames Netzwerk ausrollen. Dadurch profitieren die beteiligten Parteien nicht nur durch gemeinsame Vermarktung und Sponsoring, sondern insbesondere durch geteilte Finanzierung der Netzwerkinfrastruktur.

Technische Voraussetzungen: Die Access Points in den einzelnen Geschäften/Lokalitäten müssen miteinander vernetzt sein und zentral gemanagt werden.

Touristeninformationen

Ein gut designtes Netzwerk ist in der Lage, die Position des Benutzers zu ermitteln und ihm diese mitzuteilen. Durch den Einsatz sogenannter „Location-based Services“ (LBS) ermöglichen lokale Touristeninformationen ihren Besuchern die Anzeige von aktuellen Orts-Highlights auf ihren Endgeräten. Dies hat sich bereits in einigen europäischen Großstädten bewährt. Informationen über Sehenswürdigkeiten in der Nähe und wie man dort am besten hingelangt sind für Touristen hilfreiche Tipps und sparen ihnen wertvolle Zeit. Touristeninformationszentren profitieren zudem von sinkenden Papierkosten, gewinnen neue, multimedial ausgestattete Kunden und stellen Besuchern stets die aktuellsten Daten und Laufwege zur Verfügung. Darüber hinaus können in der Nähe befindliche Geschäfte ihren Standort bewerben.

Technische Voraussetzungen: Die genutzte Hardware muss in der Lage sein, mit externen LBS-Servern zusammen zu arbeiten, Standortinformationen abzurufen und anzuzeigen



Technologie

Im Allgemeinen ist man bereits mit der heutigen Technologie in der Lage, die meisten der oben aufgeführten Szenarien zu realisieren. Dennoch sollten die Betreiber im Einzelnen ihr eingesetztes technisches Equipment überprüfen. Es ist nicht immer möglich, die vorhandene Software mit den benötigten Features aufzurüsten. Folgende 3 wichtigen Punkte sollten zur Sicherstellung einer hochqualitativen öffentlichen WLAN-Zone beachtet werden:

■ Qualitativ hochwertiges Equipment

Wir alle tragen durch die Nutzung mehrerer WLAN-

Endgeräte dazu bei, dass das Funkfeld generell stark ausgelastet ist. Die eingesetzte WLAN-Hardware sollte dieser Belastung standhalten – keine Selbstverständlichkeit, denn der Großteil der eingesetzten Hardware ist zwar in der Lage, große Bandbreiten bereitzustellen, kann jedoch nicht in jedem Fall eine hohe Dichte an Clients bedienen. Hier sollte nicht auf möglichst kostengünstiges Equipment gesetzt werden, sondern der Anspruch an Qualität im Vordergrund stehen.

■ Intelligente WLAN-Optimierung

Verschiedene WLAN-Optimierungs-Features sorgen dafür, dass das volle Potenzial des WLANs genutzt wird. So ermöglicht z.B. Band Steering eine optimale Lastverteilung im WLAN dank einer aktiven Steuerung von den Endgeräten des Users auf das weniger ausgelastete und leistungsstärkere 5-GHz-Frequenzband. Darüber hinaus kann mit Hilfe des Features Client Steering eine aktive Steuerung von WLAN-Clients auf den für sie sinnvollsten Access Point erfolgen.

■ Störquellen im WLAN vermeiden

Fremde Access Points, Mikrowellen, Babyphones, Alarmanlagen – viele fremde Funkwellen können ein WLAN-Netzwerk stören – ganz zum Unmut der Hotspot-User. Um dies zu vermeiden können WLAN-Optimierungs-Features Abhilfe schaffen. Mit Hilfe des Feature Spectral Scan können Störquellen identifiziert werden. Dank des Features Adaptive Noise Immunity kann der Access Point Störsignale im Funkfeld einfach ausblenden und sich ausschließlich auf die Nutzer des Hotspots fokussieren.

Zusammenfassung:

Ein gut geplanter öffentlicher WLAN-Zugang kurbelt die Geschäfte an, denn ein Hotspot eröffnet eine Vielzahl an neuen Marketing-Maßnahmen, von denen am Ende nicht nur der Betreiber, sondern auch seine Partner und Kunden profitieren. So lassen sich dadurch z.B. die Anschaffungskosten für die benötigte Infrastruktur minimieren und schon innerhalb von kürzester Zeit refinanzieren. Die Attraktivität des Standortes nimmt zu, sodass sich die Verweildauer der Kunden verlängert und der Konsum steigt.