

# Leselounge im Praxistest

Vor rund einem Jahr hat die AVS GmbH den FUTURUM-Vertriebspreis erhalten.

Für ein Projekt, das sich damals noch in der Konzeptionsphase befand.

Mittlerweile ist die Leselounge-App für die standortspezifische Ausspielung von Inhalten und Services in die Betaphase gestartet.

Im Februar 2015 durfte Matthias Keil, Leiter Branchenlösungen des Kundenbindungsspezialisten AVS GmbH, in Hamburg den FUTURUM-Vertriebspreis entgegennehmen. AVS erhielt die Auszeichnung in der Kategorie Technik für eine zum damaligen Zeitpunkt zwar noch nicht realisierte, aber nach Ansicht der zehnköpfigen FUTURUM-Jury aus Pressevertriebsexperten vielversprechende Idee.

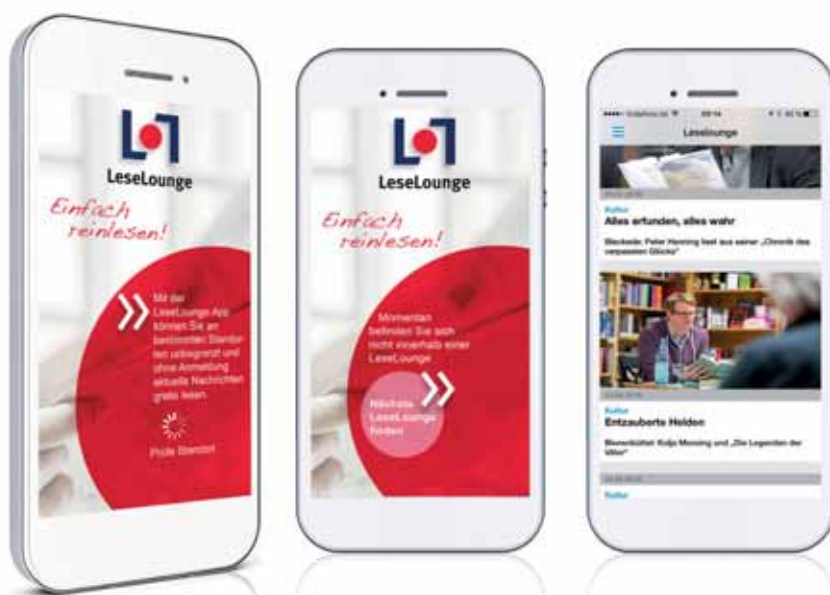
Beacons sind kleine Funksender mit geringem Stromverbrauch, die ein kontinuierliches Signal aussenden, das von herannahenden Smartphones empfangen werden kann, sofern diese Bluetooth aktiviert haben. Durch den Aufbau einer Beacon-Infrastruktur für regionale Medienhäuser will AVS seine Partner in die Lage versetzen, standortspezifische Inhalte, Anzeigen oder Services auf mobile Endgeräte auszuspielen, z.B. im Einzelhandel, der Gastronomie oder in Wartebereichen. Damit entstehen neue Berührungspunkte mit bestehenden und potenziellen Kunden, durch die Verlage in Zukunft neue Erlösquellen in Vertriebs- und Werbemarkt erschließen können.

Softwareseitig sollte dies ursprünglich durch eine Weiterentwicklung der bestehenden Service-App von AVS ermöglicht

werden. Dabei handelt es sich um eine White-Label-Lösung, die bereits von drei Regionalzeitungen eingesetzt wird. Mit der Service-App für Verlage erhalten Nutzer z.B. Nachrichten aus der Region und Informationen zu lokalen Veranstaltungen. Darüber hinaus können weitere Services genutzt werden. So bietet die Landeszeitung für die Lüneburger Heide (LZ) in ihrer App LZ Plus beispielsweise Verkehrsinformationen und 360-Grad-Panoramen aus der Hansestadt. Darüber hinaus ist ein mobiler Zugriff auf E-Paper und Videos möglich sowie die mobile Nutzung des Kundenbindungssystems Clever Card, mit dem LZ-Abonnenten beim Einkauf im lokalen Einzelhandel Punkte sammeln können. Die Kundenkarte der Lokalzeitung aus Lüneburg ist ebenfalls das Ergebnis einer Kooperation mit AVS.

Die LZ gehört auch zu den Pilotkunden, die in den kommenden Wochen erste Erfahrungen mit der neuen Leselounge-App von AVS sammeln werden. Ein weiterer Entwicklungspartner ist die Verlagsgruppe Hof/Coburg/Suhl (u.a. Frankenpost, Neue Presse, Freies Wort). (JF)

Weitere Informationen zur Leselounge-App unter: [www.leseloungeapp.avs.de](http://www.leseloungeapp.avs.de)



U.a. mit der Lüneburger Landeszeitung startet die Leselounge-App von AVS in Kürze in den Betatest



Matthias Keil, Leiter Branchenlösungen AVS

**DNV: Herr Keil, wie genau funktioniert ihre Leselounge-App?**

Matthias Keil: Letztlich geht es darum, digitalen Content ortsgebunden auszuspielen. Gelesen wird bei der Leselounge in sogenannten Locations – das sind Orte, in denen Menschen Zeit mit Lesen verbringen, z.B. bei Ärzten, in Hotels, bei Friseuren, in Krankenhäusern und Cafés. Um diese Locations geografisch verorten zu können, werden Beacons eingesetzt. App-Nutzer, die sich in Reichweite dieser kleinen Funksender befinden, können auf die Inhalte des Verlagspartners zugreifen.

**DNV: Wie wird der Content aufbereitet und ausgeliefert?**

Idealerweise erhalten wir den Content direkt aus dem Redaktionssystem. Dabei hilft es, wenn für das Beacon-Netzwerk ein eigener Medienkanal eingerichtet wird. Zu Print, Online und Social Media kommt dann mit dem Beacon-Netzwerk ein weiterer Distributionsweg.

Ausgeliefert werden die Inhalte nicht im PDF-Format, sondern ähnlich wie auf E-Readern in einem Textformat. Denn es wäre wenig komfortabel in den Lesezonen, wo man ja klassischerweise mit dem Smartphone unterwegs ist, ein PDF aufzumachen, in dem man zoomen und scrollen muss.

**DNV: Wem gehören die Beacons und wie lässt sich damit Geld verdienen?**

Die Beacons gehören den Medienhäusern vor Ort, d.h. sie selbst stellen ihre Partner damit aus. AVS kümmert sich um die Beschaffung und Installation der Hardware sowie das Prozessmanagement im Backend.

Das naheliegende Geschäftsmodell ist es, die Leselounge an Partner zu vermieten. Gastronomie und Einzelhandel könnten ihren Kunden auf diese Weise lokale Informationen als Mehrwert bieten – natürlich eingebettet in ein Mediapaket, das die Location on- und offline richtig schön in Szene setzt.

Weil das digitale Ökosystem im Besitz der regionalen Medienhäuser ist, können sie es darüber hinaus nicht nur mit der Leselounge-App bespielen, sondern genauso ihre anderen Apps beaconfähig machen. Große Chancen ergeben sich zum Beispiel im Local Commerce. So könnten Verlage zum Beispiel Kunden aus Einzelhandel und Gastronomie die Ausspielung von mobilen Gutscheinen im direkten Umfeld des Geschäfts anbieten.

**DNV: Hat Ihnen der FUTURUM-Vertriebspreis dabei geholfen, Kunden oder Kooperationspartner zu gewinnen?**

Keil: Nein, das war auch nicht Sinn unserer Bewerbung. Uns war es wichtig zu prüfen, inwieweit unser Produkt interessant für die Branche ist. Immerhin gibt es auf dem Markt ja auch schon ein paar ähnliche Ideen, die ebenfalls auf der Beacon-Technologie basieren, aber ein ganz anderes Konzept verfolgen. Der FUTURUM-Vertriebspreis und die Resonanz darauf haben uns gezeigt, dass wir auf dem richtigen Kurs sind.

**DNV: Sie haben es angesprochen, es gibt bereits Apps, die digitale Inhalte standortbezogen ausspielen, z.B. tab-circle oder ein gemeinsames Angebot von Telekom und Leserauskunft. Wie bewerten Sie vor diesem Hintergrund die Chancen von AVS und von Lokalzeitungen als Netzwerkbetreiber?**

Keil: Zunächst einmal sind die genannten Projekte ausnahmslos national aufgestellt und ähneln in ihrem Geschäftsmodell dem Lesezirkel. Ziel ist es also, Vertriebs Erlöse bei Endkunden mit der ortsbezogenen bzw. befristeten Bereitstellung von Inhalten zu erzielen. Dabei stehen die Anbieter vor der Herausforderung, gleichzeitig selbst Locations zu gewinnen, attraktiven Content einzukaufen und die eigene Marke landesweit bekannt zu machen.

Wir unterscheiden uns also in vielerlei Hinsicht: Wir glauben, dass unser Projekt gerade in der Region große Chancen hat und fokussieren uns deshalb auf regionale Medienhäuser. Wir betreiben auch nicht unser eigenes System, sondern stellen lediglich die technische Infrastruktur zur Verfügung. Unsere Partner erhalten also ein eigenes Beacon-Netzwerk, das sie selbst vermarkten und verwenden können. Dabei wird das Geschäftsmodell voraussichtlich nicht darin bestehen, vom Endkunden Geld zu verlangen, sondern darüber nachzudenken, wie man Werbung in einer neuer Art und Weise ausliefern kann.

Schließlich wird nicht AVS die Gewinnung der Locations übernehmen, sondern das jeweilige regionale Medienhaus – wer kann das auch besser, als diejenigen, die mit ihrem Anzeigenvertrieb vor Ort sitzen und den Markt kennen?

**DNV: In der Projektbeschreibung für den FUTURUM-Vertriebspreis war ein Shop angedacht, über den man „angeleseene“ Texte auch kaufen kann. Ist das schon möglich?**

Keil: In der ersten Stufe noch nicht. In der laufenden Betaphase geht es zunächst darum, die Technologie-Basis zu schaffen und gemeinsam mit unseren Pilotkunden erste Erfahrungen zu sammeln. Natürlich liegt es nahe, die Lesezonen auch zur Kundengewinnung einzusetzen. Ob und in welcher Form die Leselounge als Plattform zur Leserengewinnung eingesetzt wird, entscheiden die Verlagspartner.