



Industrie- und Handelskammer  
zu Köln

# Angebote präsentieren und Kunden begeistern

## Der mobile Shopping Guide der IHK Köln

**Michael E. Zygojannis**

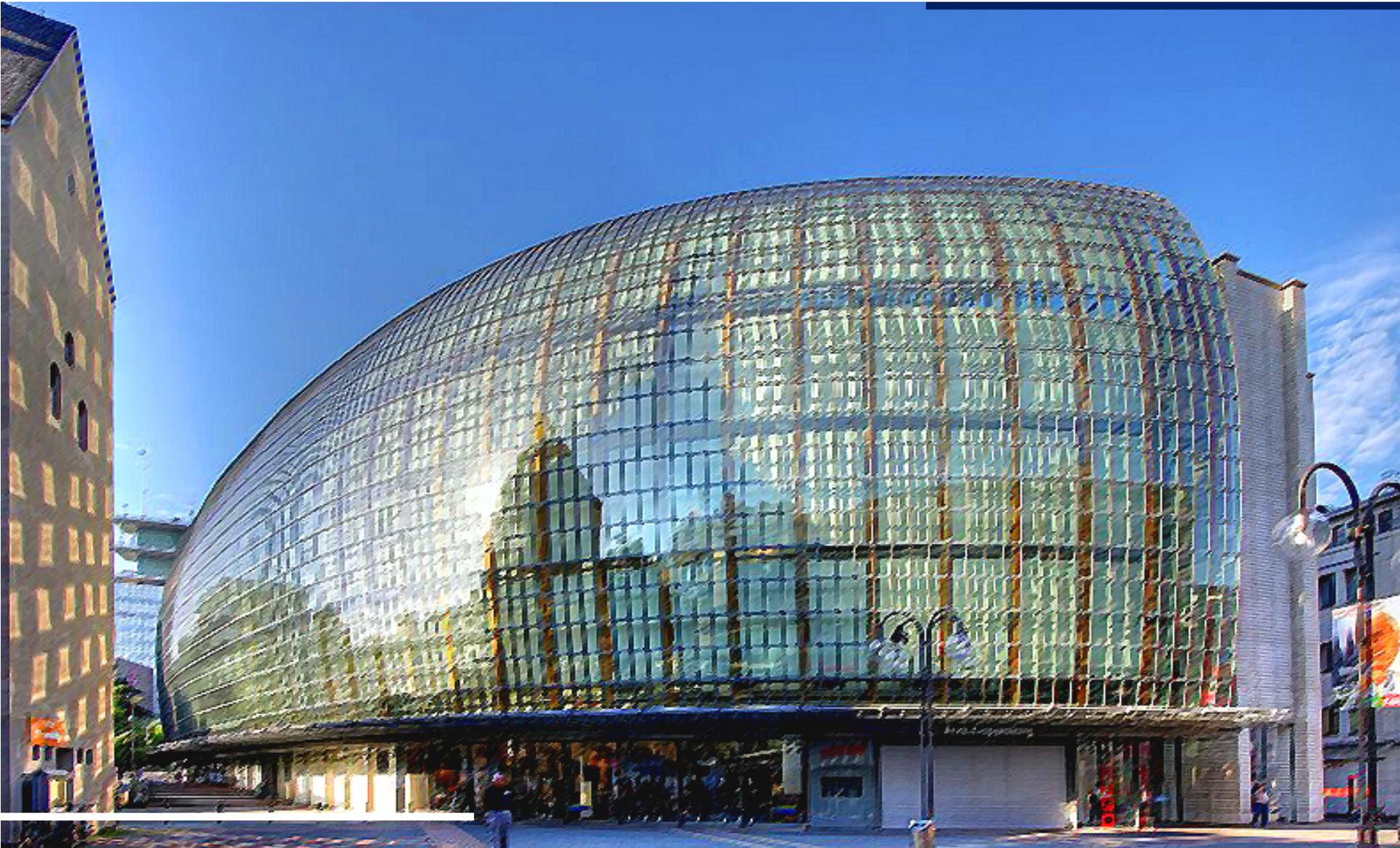
Referent | Leiter Handel und Stadtmarketing  
Industrie- und Handelskammer zu Köln

Ingelheim, 18. September 2013

**IHK KÖLN. WIR UNTERNEHMEN.**









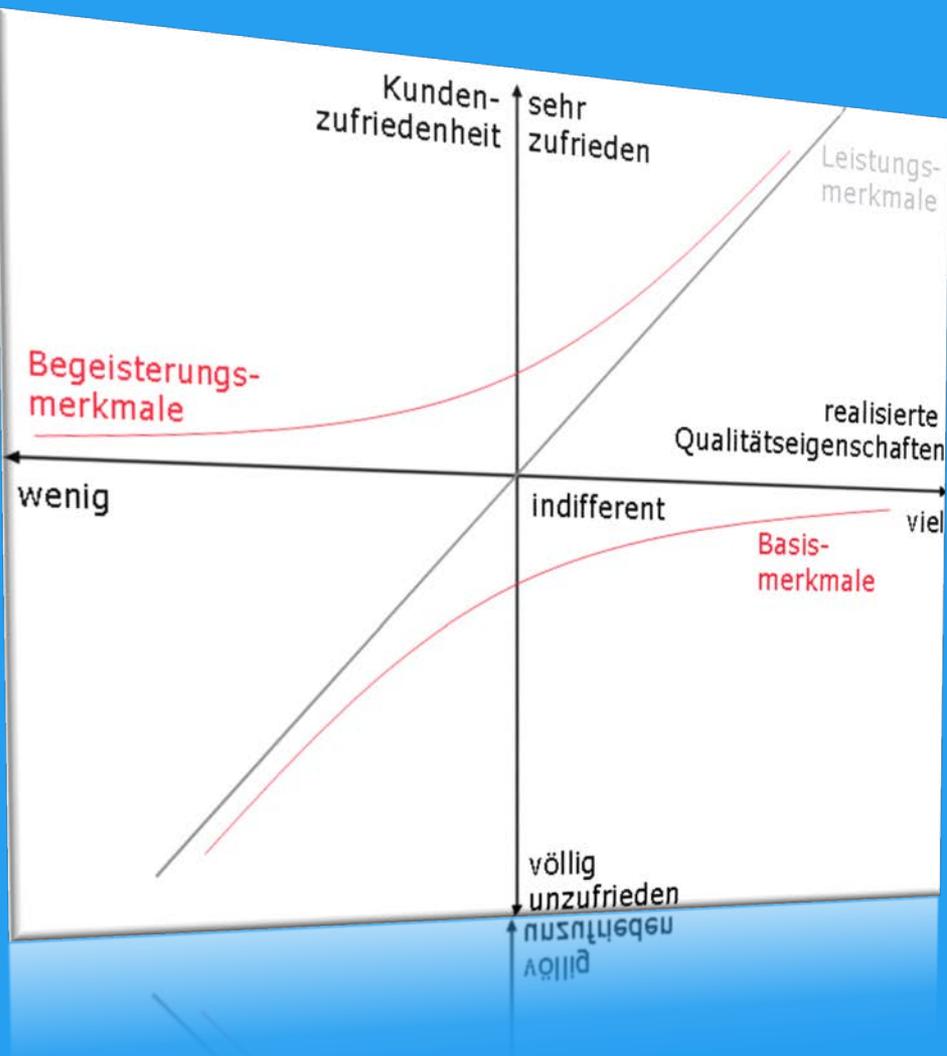
Bis 2020 werden 20-30% der Ladenlokale schließen.

Online-Handel wächst rasant.

## Showrooming

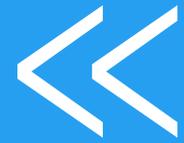
Der Handel verliert die klassischen Handelsfunktionen.

- » Wie werden Angebote in der Zukunft präsentiert?



Kundenerwartungen

Begeisterungsmerkmale werden von den Kunden nicht erwartet und können zu überproportionalen Nutzensteigerungen führen.



Quelle: Noriaki Kano: Das Kano-Modell, Tokio 1978.

# Agenda



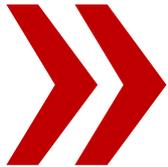
## **Laufplanidee und Konzeption**

Marktentwicklungen

Projektphasen der App

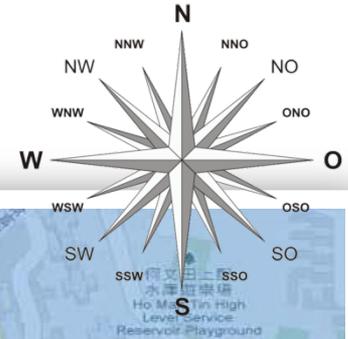
Pilotphase

Relaunch



*Wir stellen den Unternehmen eine mobile Plattform zur Verfügung, um deren Grundlage für eine mediale Präsenz zu festigen. «*

Birgit Dircks-Menten, Vizepräsidentin der IHK Köln



» Das Schaffen ist auf Visionen zurückzuführen. «

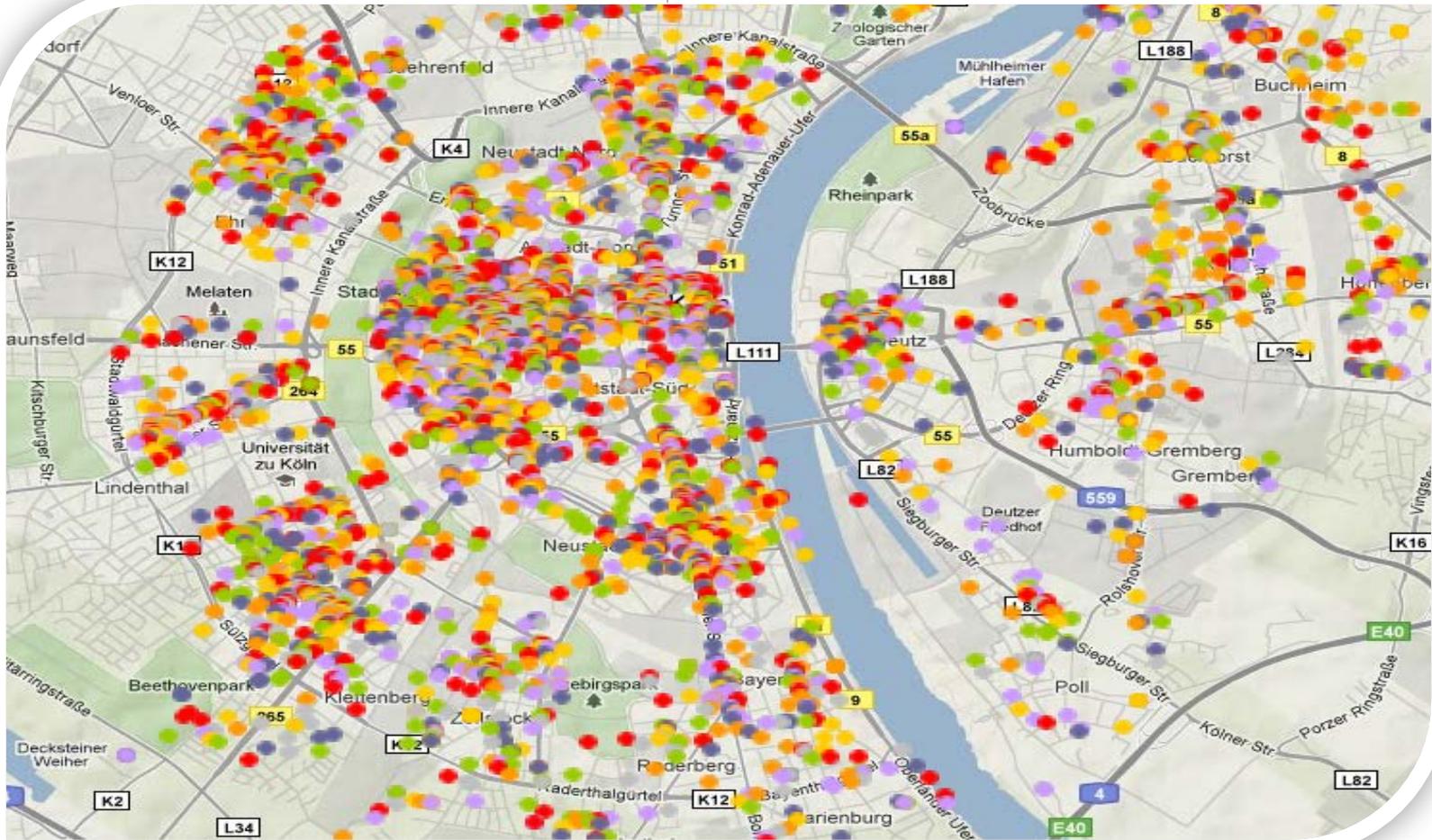
Thomas Tranströmer



# Angebote präsentieren: Einzelhandelsangebote in Köln



Verdichtung von Handelsunternehmen verschiedener Sortimentsschwerpunkte im Kölner Stadtzentrum



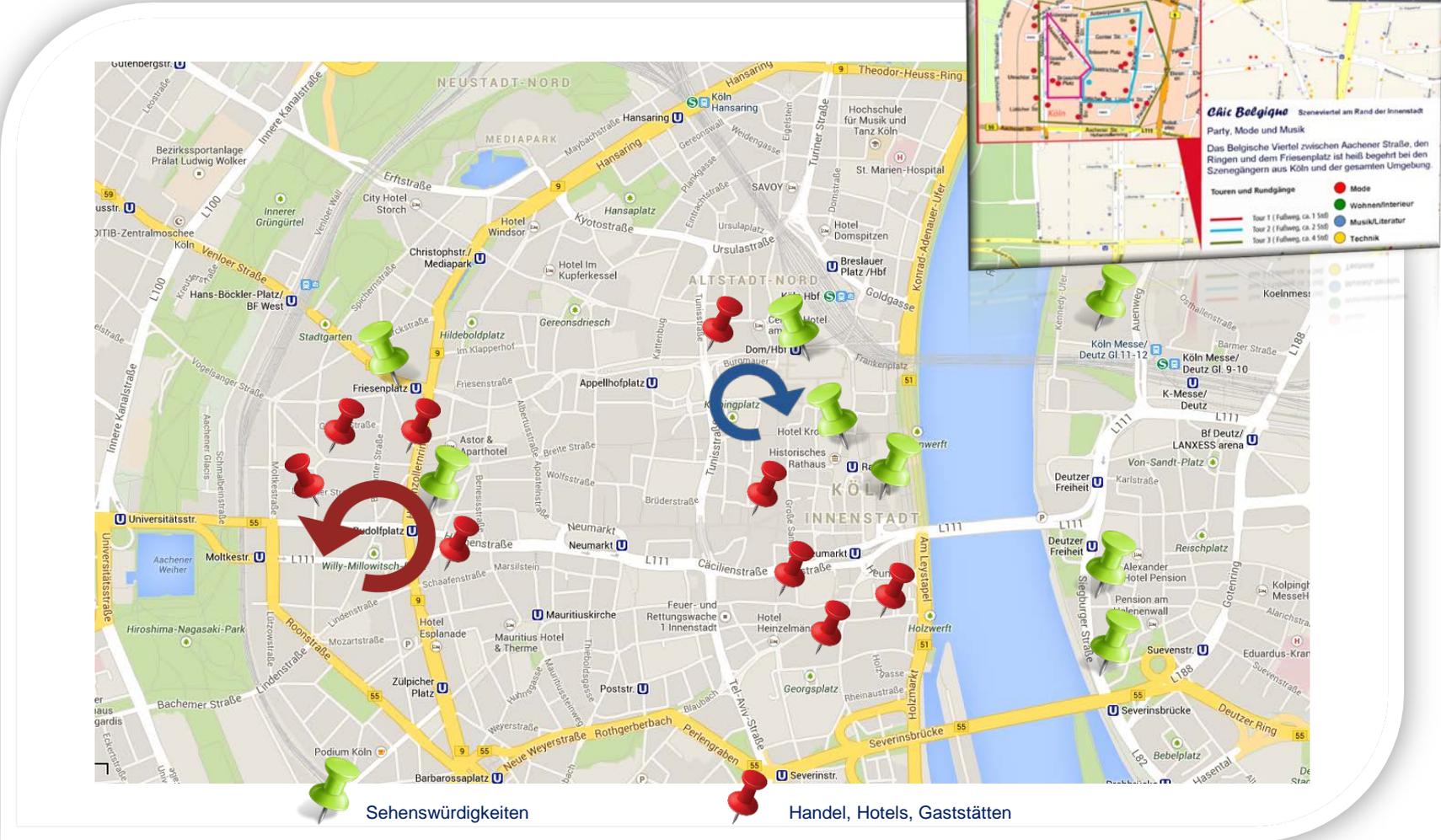


## STÄRKE



- » Lebenswerte Metropole,
  - » Vielfalt im Handel (11.774 EH-Betriebe),
  - » Vielfalt der Einkaufslagen: 86 Veedel,
  - » 6,2 Mrd. Euro einzelhandelsrelevante Kaufkraft,
  - » 5,1 Mio. Übernachtungen.
- 
- » **Studie Shopping-Tourismus:  
Sehenswürdigkeiten und Einkaufen**

# Einkaufen und Sehenswürdigkeiten kombinieren



Bildquelle: Google Maps 14.08.2013.

# An wen richtet sich die App?





- Wahrnehmung des Gesamtinteresses der Gewerbetreibenden im Bezirk Köln
- Förderung der gewerblichen Wirtschaft
- Wirtschaftliche Interessen einzelner Gewerbezweige oder Betriebe abwägend und ausgleichend berücksichtigen

- » Schaffung eines Mehrwertes für alle Handelsunternehmen, Hotels und Gastronomen in der Region
- » Stärkung des Handels in Randgebieten,
- » Marktplatz für Absatzförderung,
- » Neutralität in der Präsentation,
- » Nutzung von Open Data Inhalten,
- » Heranführen aller Unternehmen an neue Technologien und Anwendungen.

Die IHK Köln gleicht das Angebot permanent mit den Angeboten des Marktes ab.

# Agenda



Laufplanidee und Konzeption

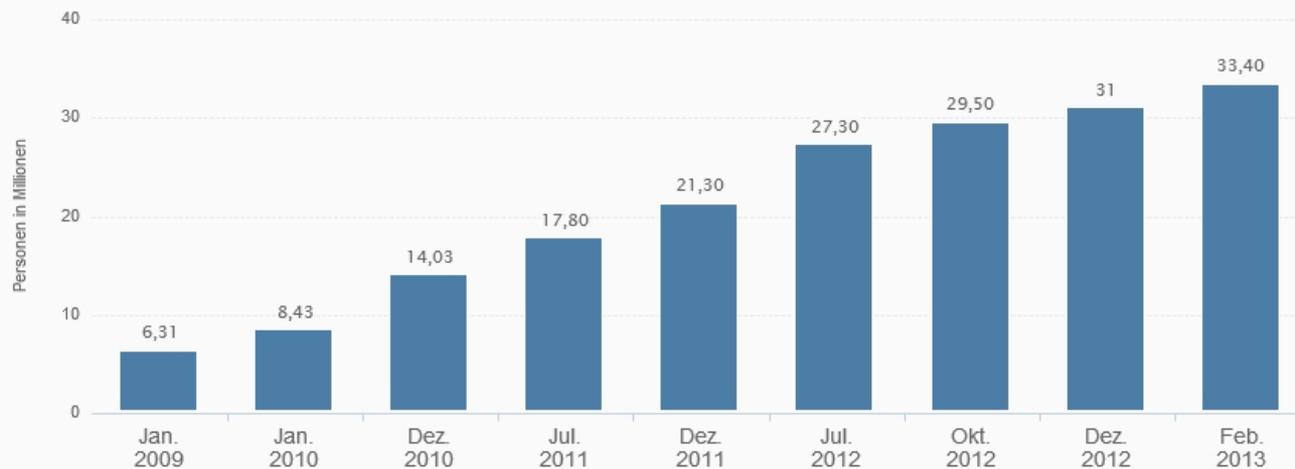
**Marktentwicklungen**

Projektphasen der App

Pilotphase

Relaunch

Anzahl der Smartphone-Nutzer in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2013 (in Millionen)



Deutschland; ComScore MobiLens

# Anteil der Smartphone-Nutzer

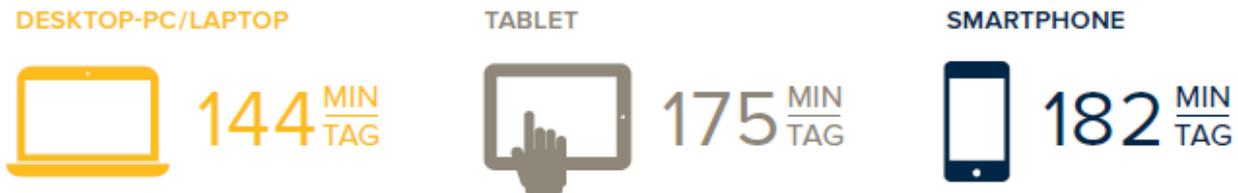
Anteil der Smartphone-Nutzer an allen Mobiltelefonbesitzern in Deutschland von Januar 2010 bis Februar 2013



Deutschland; ComScore MobiLens



**ABBILDUNG 1**  
 „Wie häufig nutzen Sie in der Regel das folgende Gerät privat?“  
 (Top2 Werte für „mehrmals täglich“, „täglich“, Basis: n=321)



**ABBILDUNG 2**  
 „Wie lange nutzen Sie an einem typischen Tag privat das folgende Gerät?“ (In Minuten), Basis: n=321

Quelle: Interrogare GmbH, Trendstudie 2012 – Smartphones und Tablets dominieren die private Mediennutzung – Apps bevorzugt, Berlin 2012.

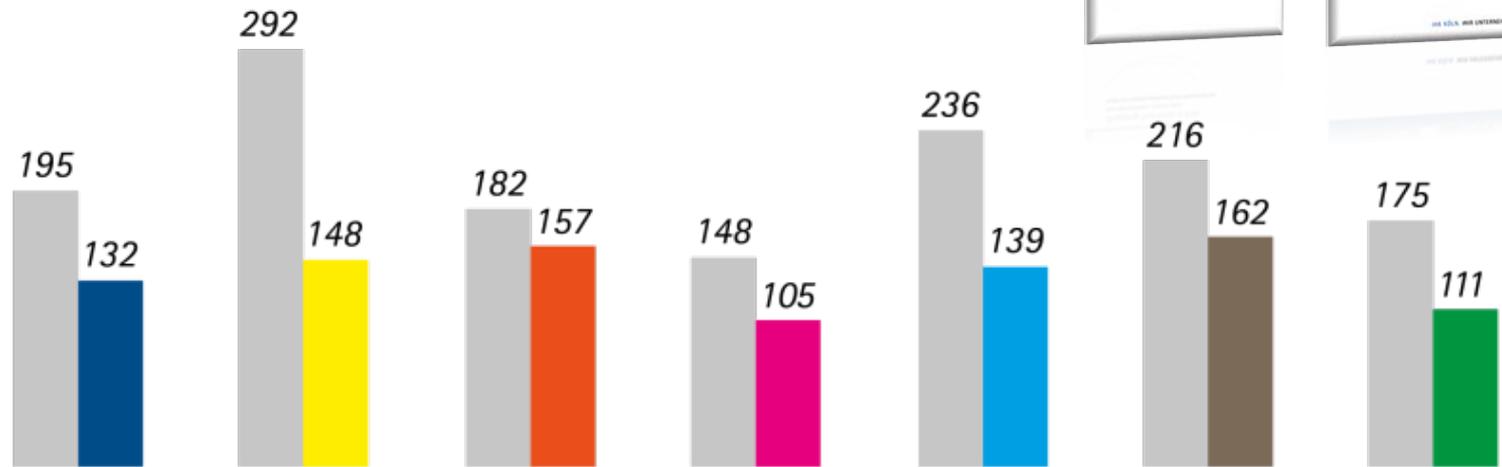
## Aus welchen Anlässen haben Sie sich mit ihrem Smartphone mobil über Produkte informiert?

	Gesamt	iPhone-Nutzer (n=373)	Android-Nutzer (n=121)
Zum Preisvergleich	66%	68%	64%
Spontaner Einfall unterwegs	64%	59%	74%
Zum Zeitvertreib/Stöbern	62%	59%	75%
Um Produkte zu kaufen	51%	57%	40%
Um herauszufinden, wo ich in der Nähe Produkte finde	38%	42%	27%
Dringender Bedarf unterwegs	25%	27%	17%
Habe ein Plakat o.ä. mit einem Link gesehen	16%	15%	17%
Um unterwegs Meinungen von Freunden einzuholen	16%	15%	17%
Habe mobil eine Werbung dazu erhalten und war neugierig	13%	13%	10%

Anteil der Befragten

**i** Deutschland; Smartphone-Nutzer; 537 Befragte; phaydon; denkwerk; Interrogare

Quelle: phaydon



- Alle Befragten
- Geschäftsreisende
- Ausländische Gäste
- Junge Paare und Singles
- Erwachsene Paare und Singles
- Generation 55+
- Familien
- Einkauf geplant

Herausgegeben von der Industrie- und Handelskammer zu Köln, herunterzuladen unter [www.koeln-ihk.de](http://www.koeln-ihk.de).



## Hunderttausende von unendlichen Möglichkeiten.

Die integrierten Apps sind erst der Anfang. Im App Store findest du noch viele weitere fantastische Apps von Apple und anderen Entwicklern, die speziell für das iPhone gemacht sind. Und je mehr Apps du lädst, desto mehr stellst du fest: Es gibt fast nichts, was das iPhone nicht kann.

Bildquelle: Homepage Apple, [www.apple.com/de](http://www.apple.com/de).



Bildquelle: Magazin Wirtschaftswoche, Titelseite KW 36.

# Agenda



Laufplanidee und Konzeption

Marktentwicklungen

**Projektphasen der App**

Pilotphase

Relaunch



**Laufplanidee** | 06/2011

Konzeption | 07-11/2011

Pilotphase | 2012

**Relaunch** | 2013

- 
- Konzeption als Web-App
  - Abstimmung mit Anbietern in der Stadt
  - Werbung von 650 Unternehmen
  - Crowdfunding

**Anpassungen**

# Agenda



Laufplanidee und Konzeption

Marktentwicklungen

Projektphasen der App

**Pilotphase**

Relaunch



*Wir erzeugen Begeisterung durch die Verbindung von besonderen Einkaufserlebnissen mit den Sehenswürdigkeiten der Stadt.* “

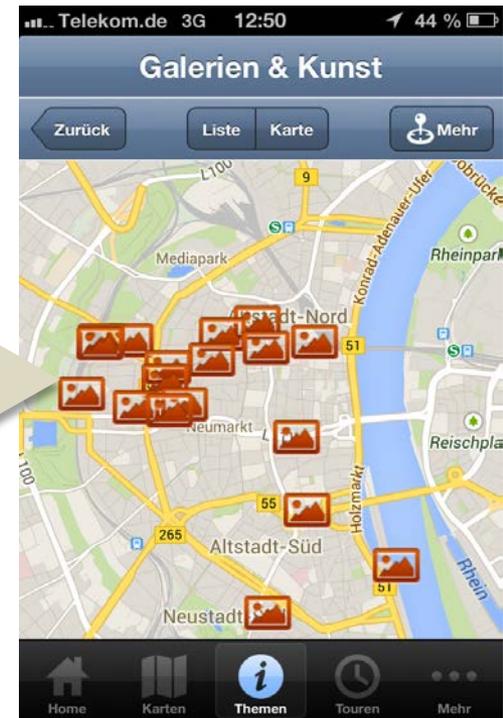


**Einkaufserlebnisse**

**Erlebnis  
Sehenswürdigkeiten**







BV

3



# Agenda



Laufplanidee und Konzeption

Marktentwicklungen

Projektphasen der App

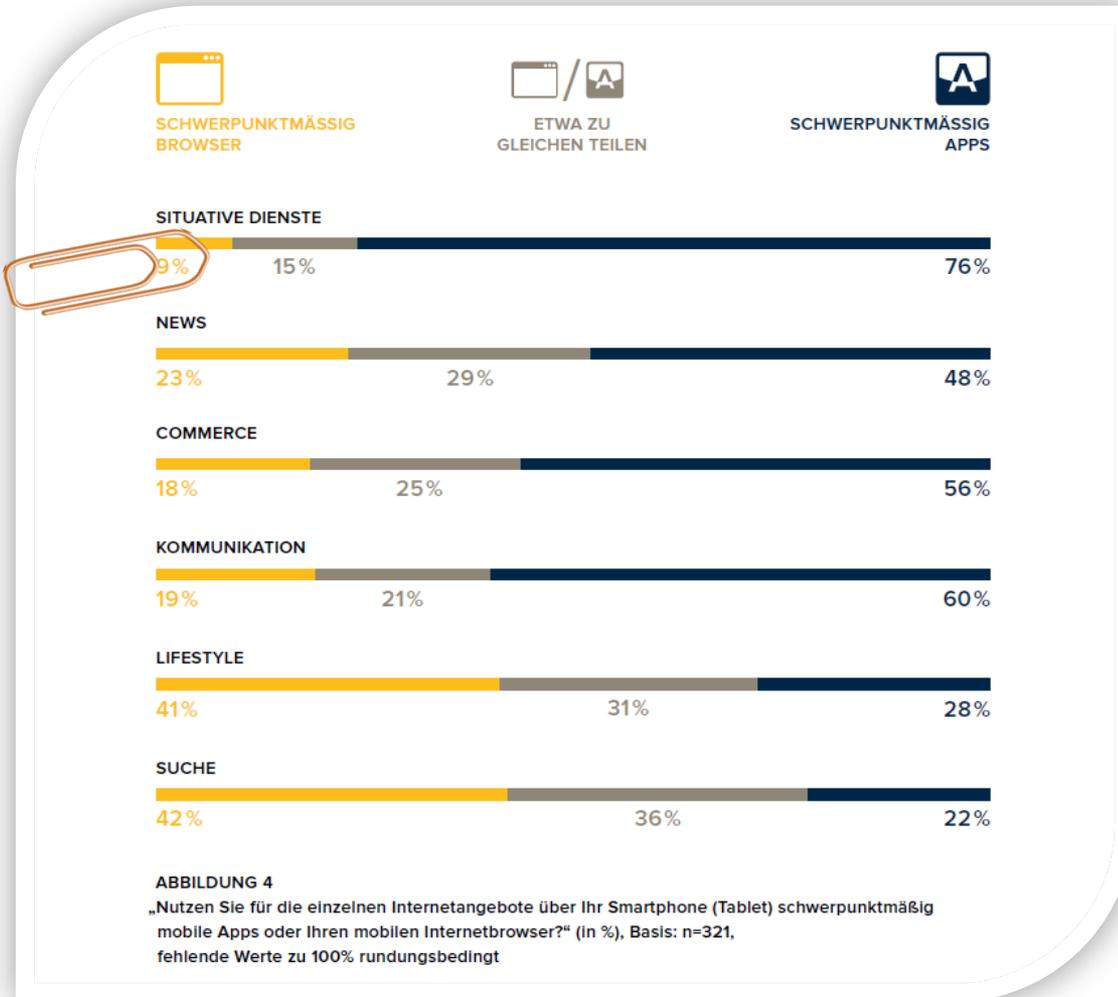
Pilotphase

**Relaunch**

To Do



1. Technik

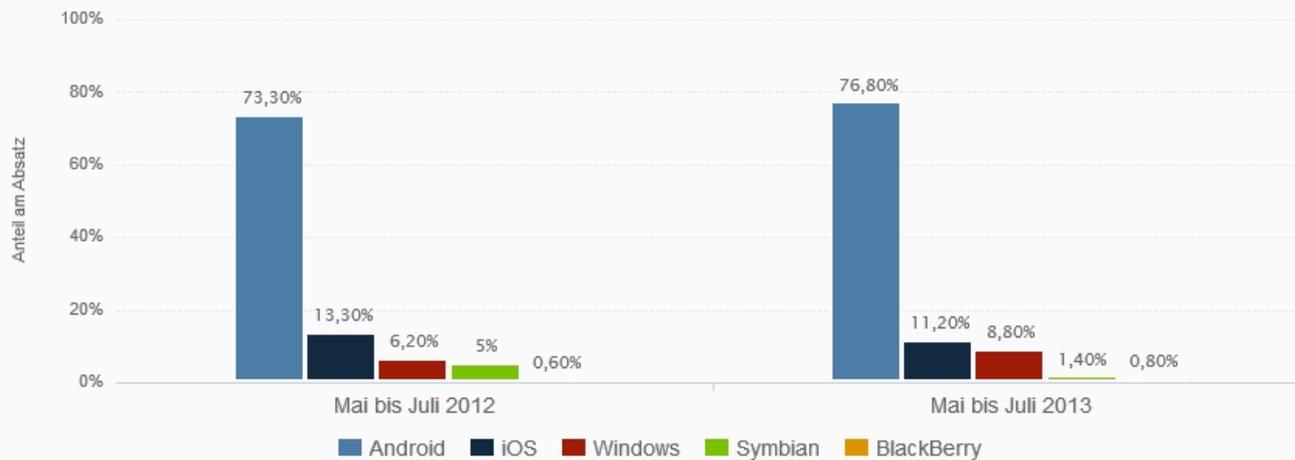


Vor allem im Hinblick auf die Auffindbarkeit, weisen Web-Apps einen Nachteil gegenüber Apps in *Google play* und *iTunes* auf.



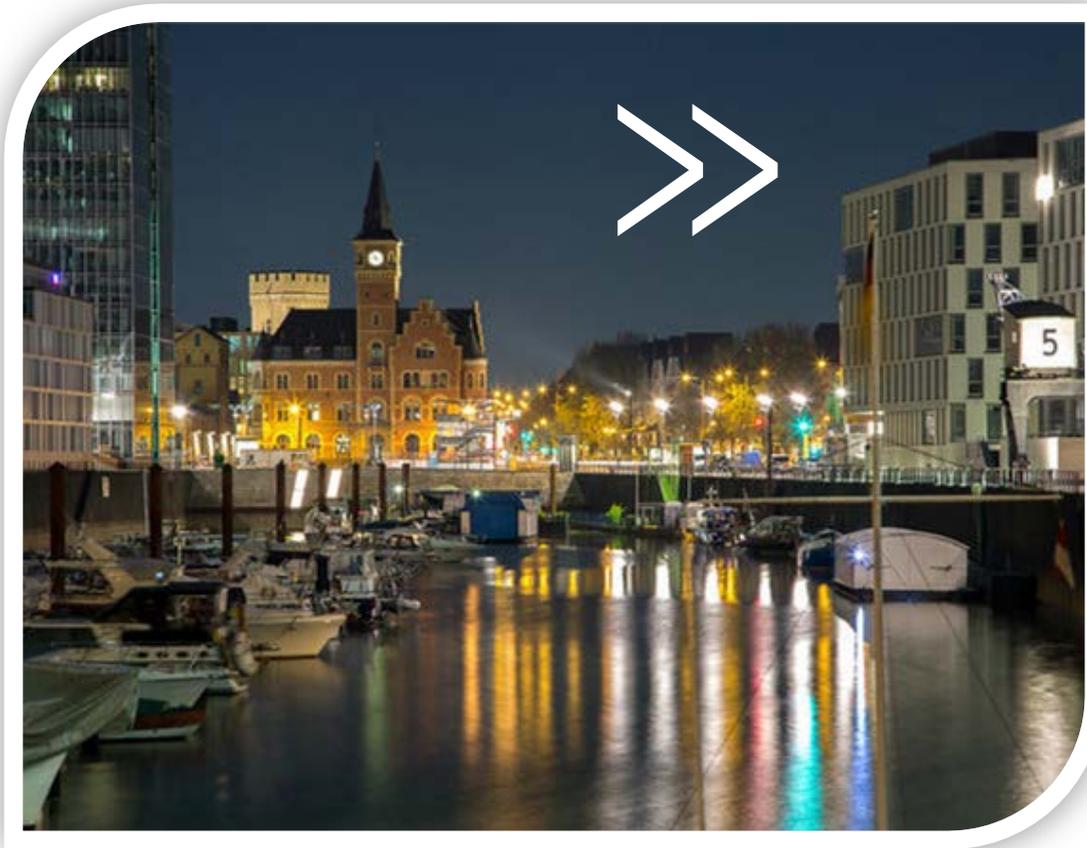
Quelle: Interrogare GmbH, Trendstudie 2012 – Smartphones und Tablets dominieren die private Mediennutzung – Apps bevorzugt, Berlin 2012.

Marktanteile der mobilen Betriebssysteme am Absatz von Smartphones in Deutschland von Mai bis Juli in den Jahren 2012 und 2013



Deutschland; Kantar Worldpanel ComTech

## 2. Personalisierung



*Die Kunst, fesselnde Geschichten zu erzählen, wird im Marketing des 21. Jahrhunderts über Erfolg und Misserfolg entscheiden.*

Kevin Roberts, Saatchi & Saatchi

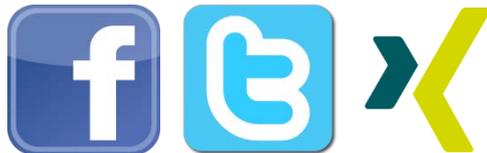
Bildquelle: [meinstadt.de/koeln](http://meinstadt.de/koeln)



## Word-of-Mouth (WoM) Empfehlungsmarketing

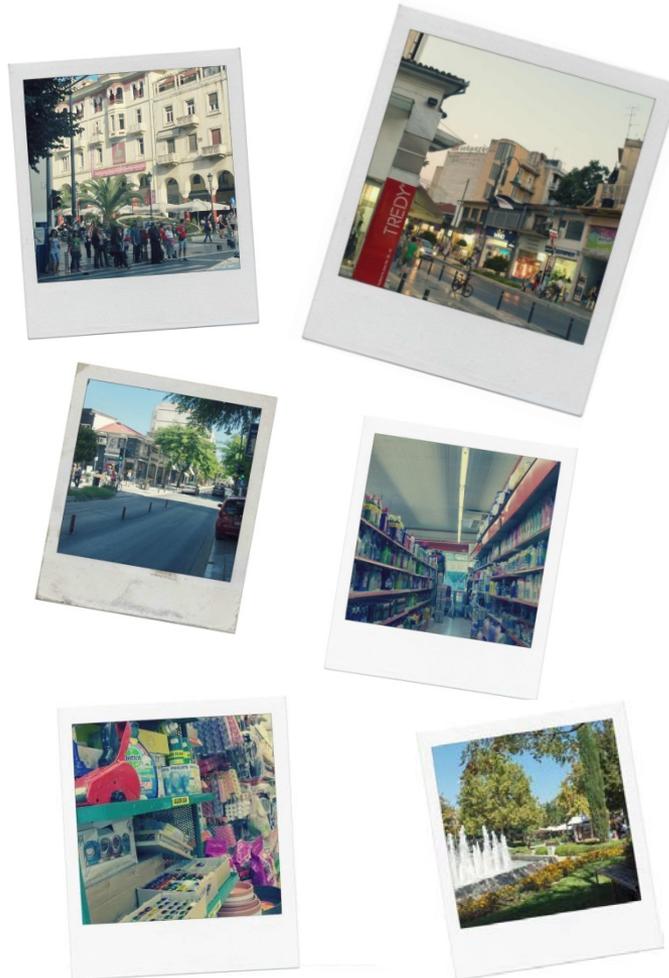
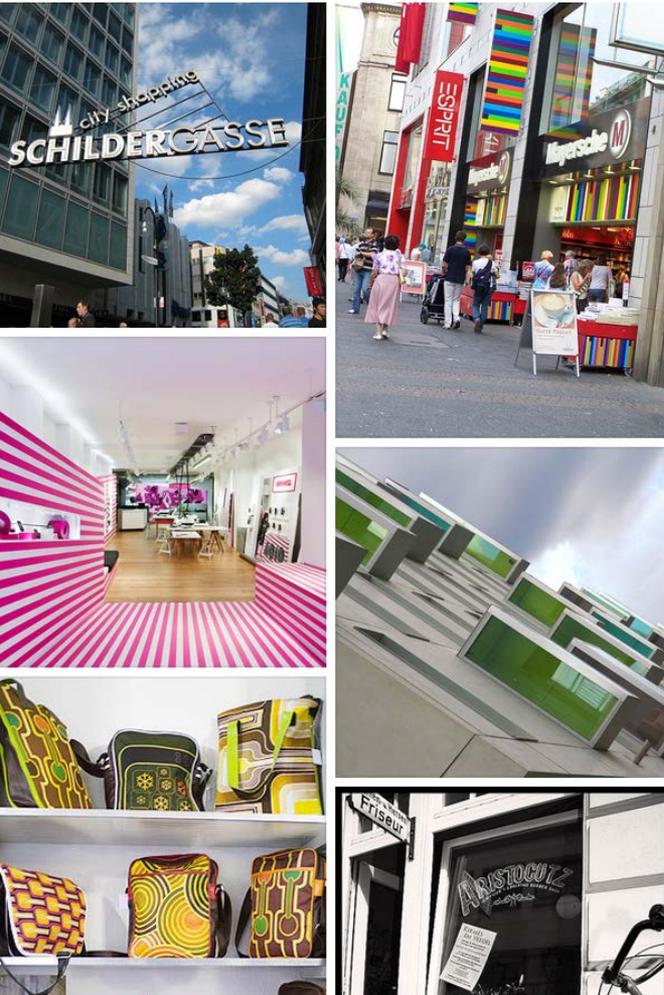


*Messzahlen zeigen gravierende  
Unterschiede mit bis zu 90%  
Erfolgsquote im WoM gegenüber  
circa 30% bei der klassischen  
Werbung.*



Quelle:  trendquest.

# Personalisierung: Bilder der Nutzer von ihren Veedeln



# Instagram

Bilderquelle: [www.instagram.com](http://www.instagram.com)

3. Name

Veedel mal Köln!

Köln Shopping und Kulturgenuß im 2 Stunden Takt

Shop Cologne

Köln kurz erlebt

En Köln

Shop de Cologne

Colonus

Route 11

Tour de Cologne

Shop in Cologne

I love Cologne

#Schaufenster Köln

Hello Cologne

Colonia Mercator

MyCologne

Short City Tours Köln

Shop Köln

Shop-pa!

Köln für eilige Genießer

Köln Insider Tipps für Eilige

Köln hat...

Bildquelle: Kleine Waltraud, Köln (www.kleinewaltraud.de).

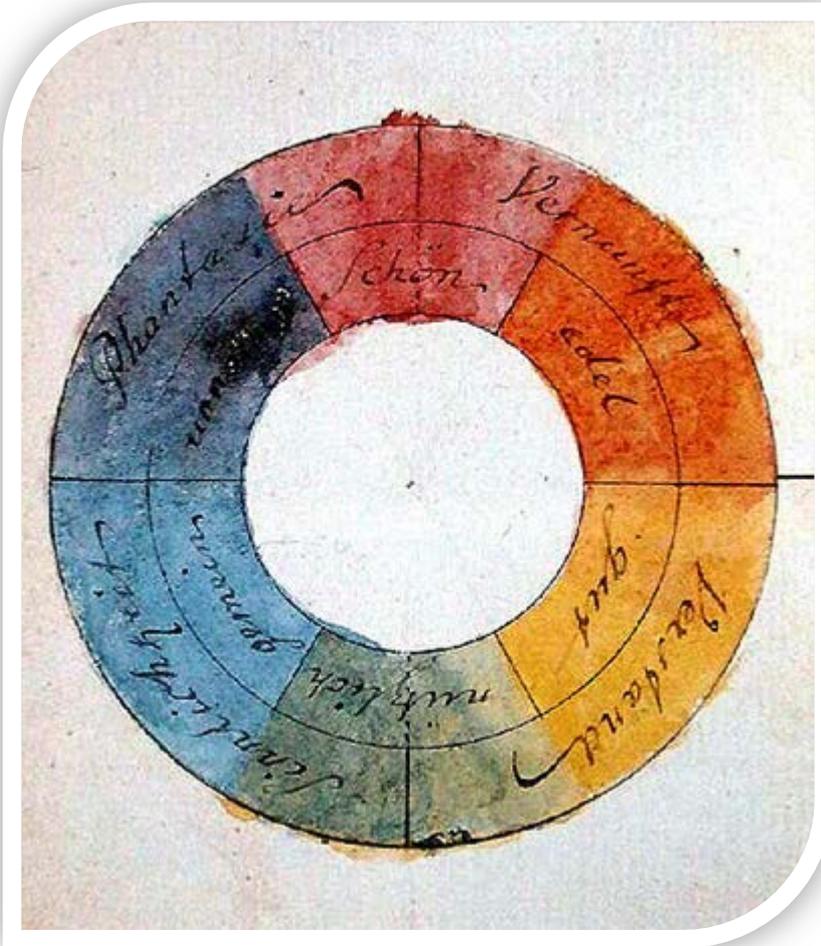




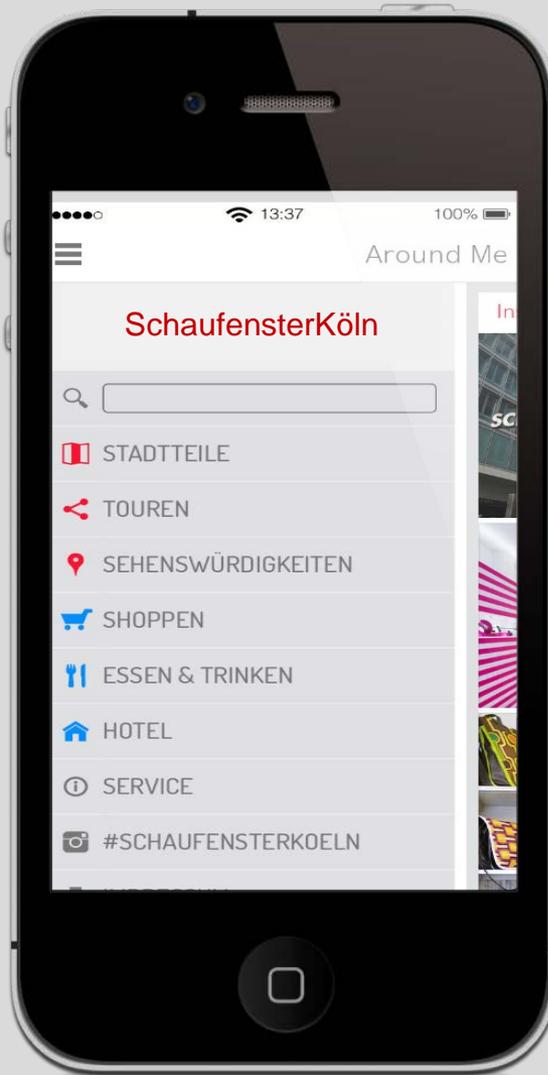
Nutzer beurteilen eine App oftmals schon auf Grund der ersten Anmutung.



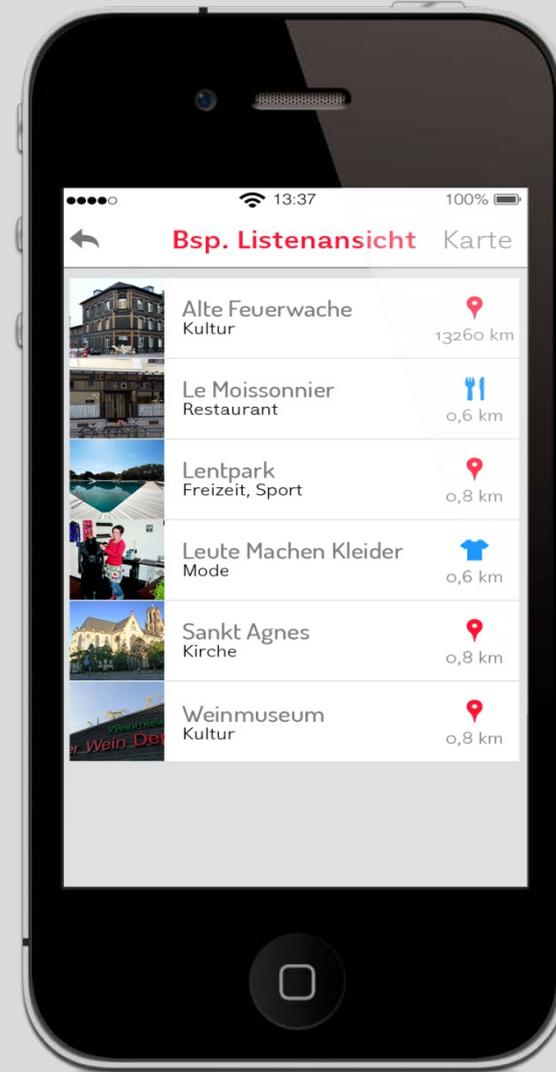
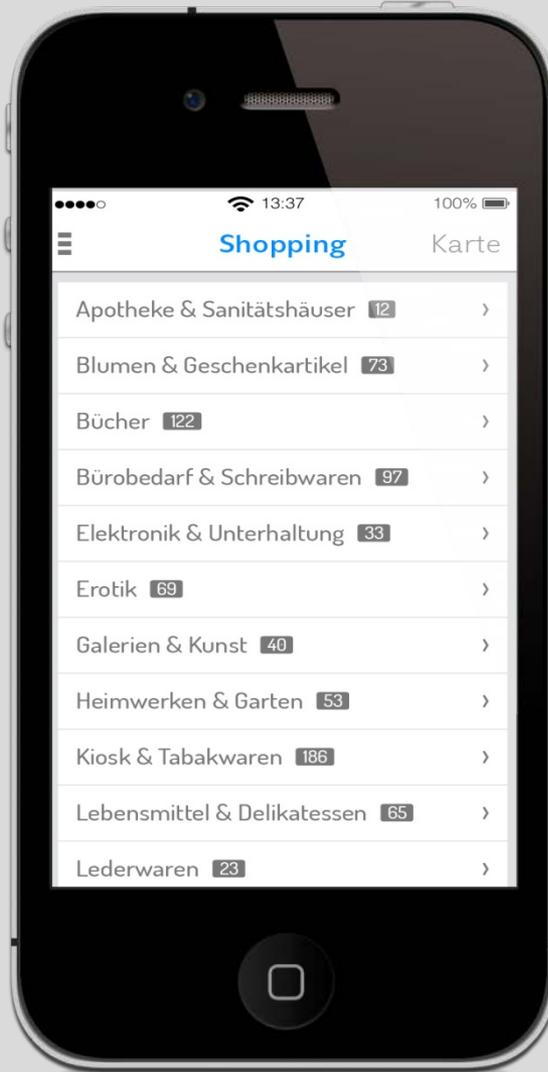
Eine einfache und intuitive Bedienung, eine klare Strukturierung und eine Suchfunktion sind entscheidend für den Erfolg einer App.

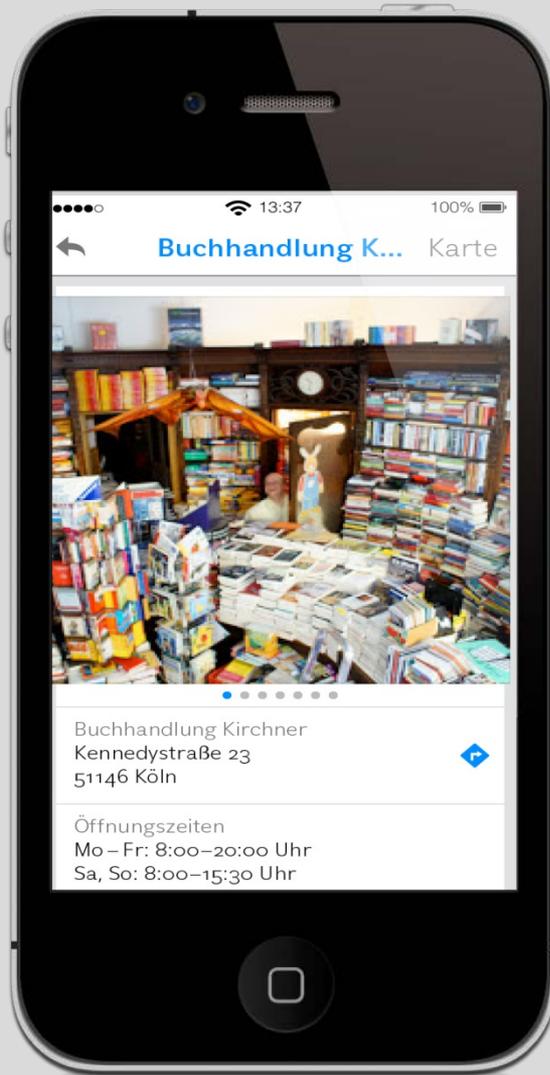


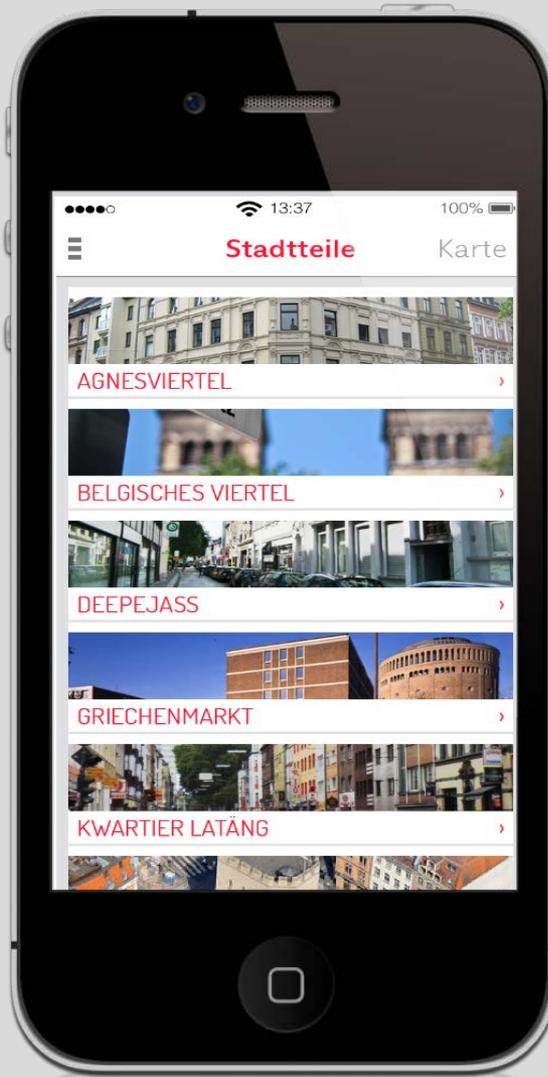
Quelle: Johann Wolfgang von Goethe, Zur Farbenlehre.

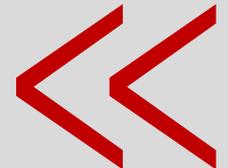
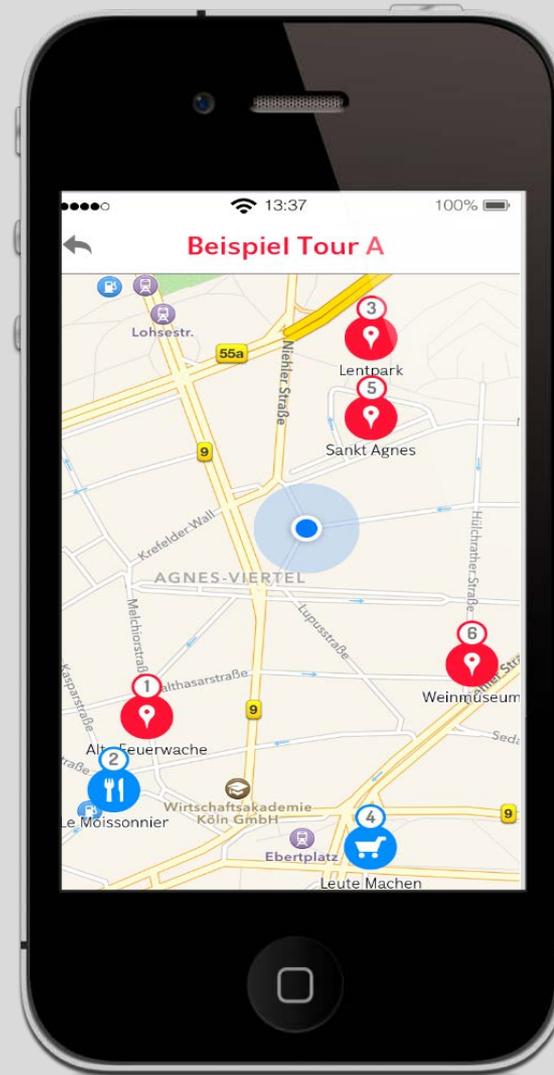
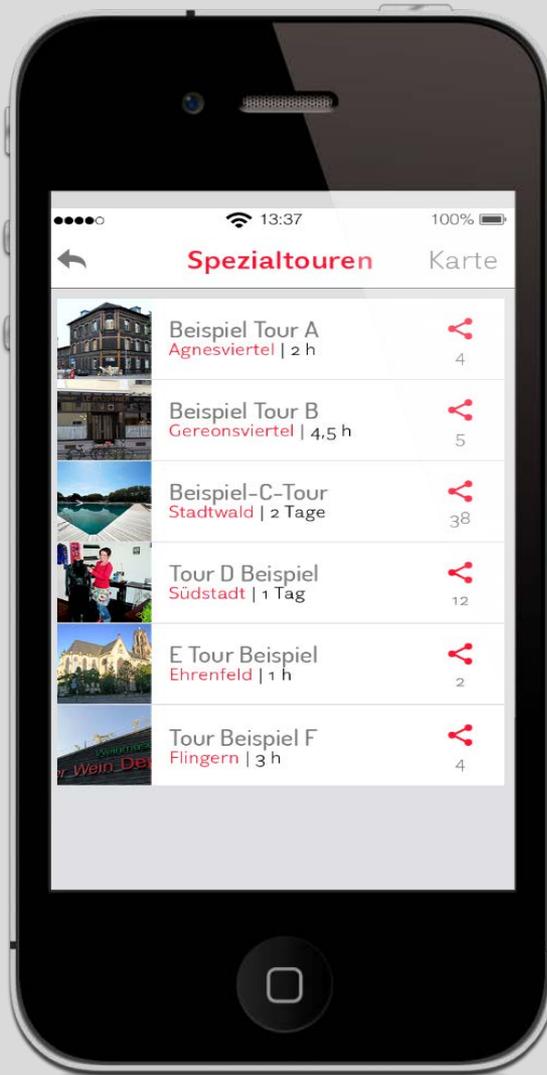


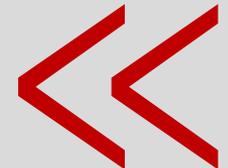
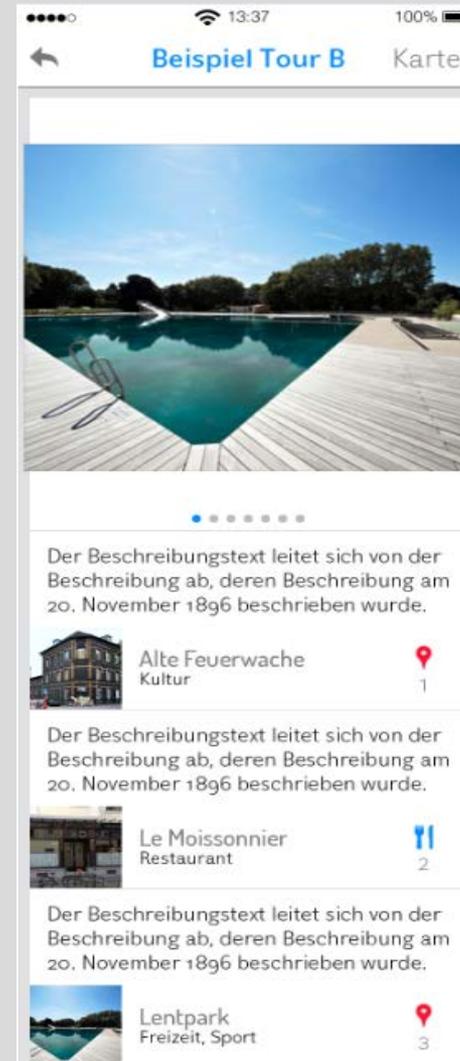
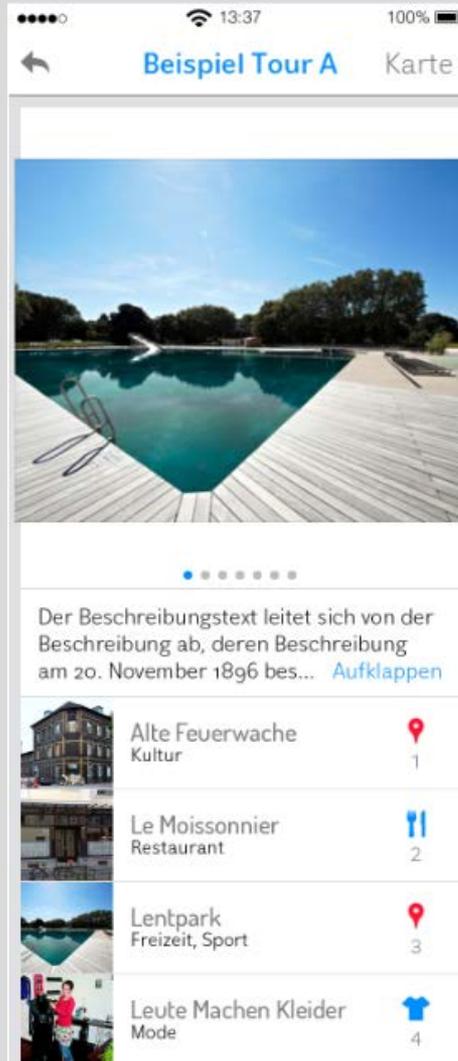
# Design: Shoppingliste und Kombination mit Touren











Vielen Dank für Ihrer  
Aufmerksamkeit!



**Dipl.-Kfm. Dipl.-Volksw. Michael E. Zygojannis**

Referent | Leiter Handel und Stadtmarketing  
Industrie- und Handelskammer zu Köln  
Geschäftsbereich Umwelt und Innovation  
Unter Sachsenhausen 10-26  
50606 Köln

michael.zygojannis@koeln.ihk.de  
0221 – 1640-763, ab 01.10.2013: -506