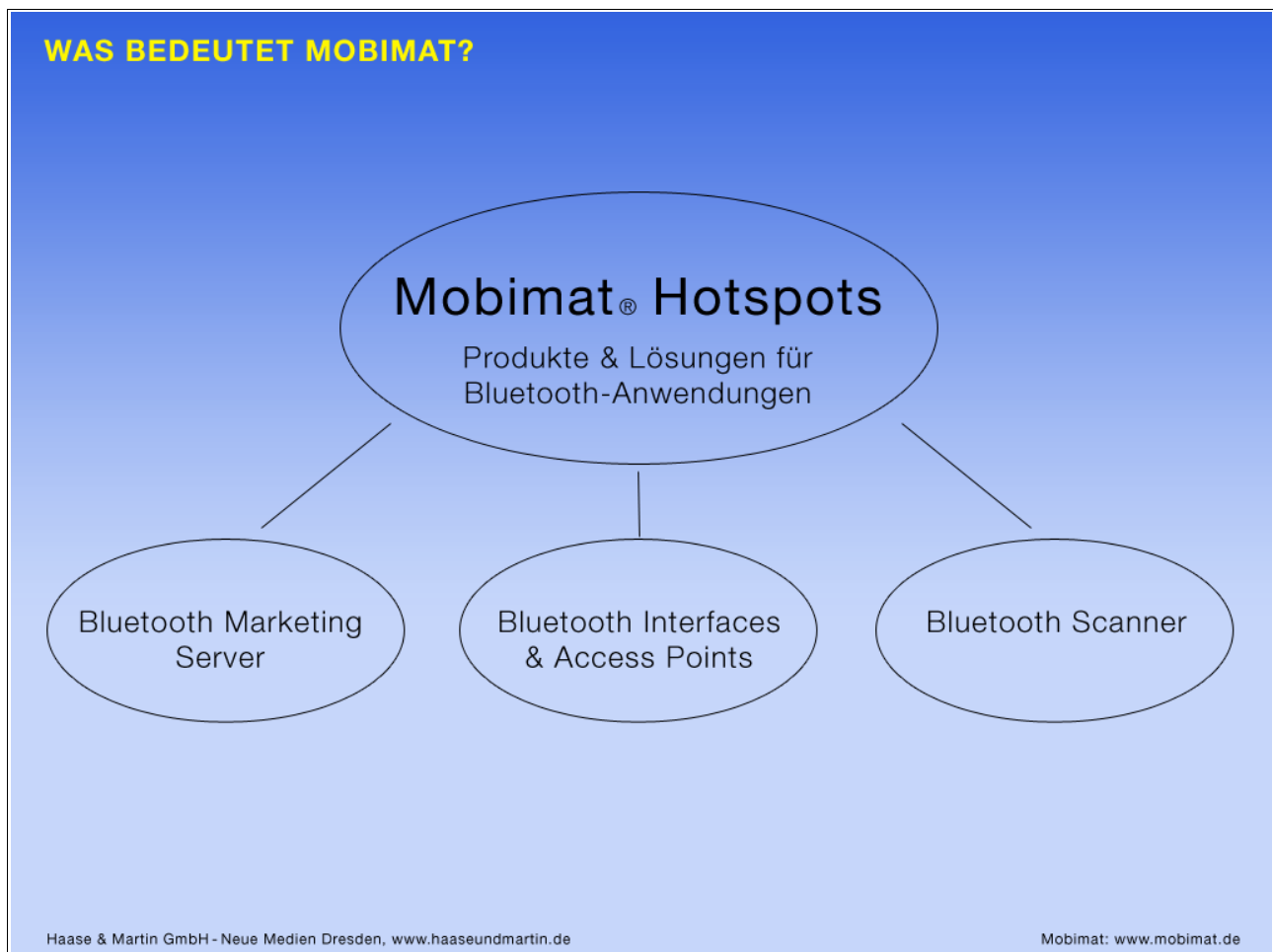


FAQs zum Bluetooth Marketing mit dem Mobimat®



Mit Mobimat werden Produkte & Lösungen für Anwendungen bezeichnet, die auf Basis der Bluetooth®-Funktechnologie arbeiten. Mobimat Hotspots gliedern sich in drei Bereiche:

- (1.) Bluetooth Marketing Server
- (2.) Bluetooth Interfaces & Access Points
- (3.) Bluetooth Scanner

haase & martin

Neue Medien Dresden

Seite 2/6

1. Was ist ein Bluetooth Marketing Server?

Der Bluetooth Marketing Server Mobimat ist ein Mini-Computer mit dem multimediale Inhalte automatisiert auf umliegende Mobiltelefone übertragen werden. Unter Verwendung des lizenzfreien Funkstandards *Bluetooth®* können alle von Handys unterstützten Dateiformate wie z.B. Texte, Bilder, Töne, Musikdateien, Videos und Anwendungen drahtlos und kostenfrei versendet werden.

2. Wer entwickelt die Mobimat Hotspots?

Die Mobimat Hotspots werden von der [Haase & Martin GmbH - Neue Medien Dresden](#) entwickelt. Das Dresdner Unternehmen bietet neben Entwicklung, Vertrieb und Service auch individuelle Betreuung im Bereich der Neuen Medien und Softwarelösungen für den Mobilfunkbereich an.

3. Wo werden die Bluetooth Marketing Server Mobimat eingesetzt?

Der Mobimat wird im Mobile Marketing beispielsweise für den Versand von Visitenkarten, Terminen, Wallpapers, Klingeltönen, Animationen, Videos, Handy-Programmen, Gutscheinen oder Produktinformationen genutzt. Durch eine geschickte Kampagnengestaltung lässt sich Bluetooth Marketing vielfältig gewinnbringend einsetzen.

4. Wie schnell kann ein Mobimat installiert werden?

Eine Software-Installation ist nicht nötig, denn der Bluetooth Marketing Server Mobimat wird als Komplettsystem inklusive installierter Software ausgeliefert. Mit Plug and Play ist das System nach dem Einschalten in wenigen Minuten einsatzbereit. Die Lieferung erfolgt innerhalb von 1 - 2 Wochen.

5. Können neue Software-Features eingebaut werden?

Ja. Je nach technischer Möglichkeit kann eine gewünschte Funktionalität umgesetzt werden. Bitte fragen Sie uns. Wir erstellen Ihnen gern ein persönliches Angebot.

6. Ist neben dem Push-Prozess auch der Call- oder Terminal-Prozess bei der Auslieferung der Inhalte technisch möglich?

Ja, neben dem Push-Prozess sind auch Call-Prozesse möglich:

1.) mittels Java-Applikation auf dem Handy. Hierbei erhält der Nutzer zunächst ein Auswahlmenü auf sein Handy um den favorisierten Content auszuwählen und gezielt anfordern zu können. Nach der Bestätigung werden die entsprechenden Inhalte vom Bluetooth-Server an das Handy ausgeliefert.

2.) per Infoterminal. Aus einem umfangreichen Download-Angebot, das auf dem System hinterlegt wird, kann sich der Kunde seinen favorisierten Content am Service-Terminal per Touchscreen selbst zusammenstellen und die Übertragung

haase & martin

Neue Medien Dresden

Seite 3/6

via Bluetooth auf sein Handy eigenhändig auslösen. Diese Lösung setzt auf Nutzerselektion und Nutzerinitiiierung des Bluetooth-Downloads. Sehen Sie sich hierzu einige Beispiele aus der Praxis an:

Bluetooth Service Terminal auf der IAA 2007 in Frankfurt:

<http://www.openpr.de/news/161007/IAA-2007-Frankfurt-Premiere-des-Infohubs-Bluetooth-Downloads-Zeitgemaesse-Besucherinformationen-bei-NISSAN.html>

Bluetooth Service Terminal auf der Frankfurter Buchmesse und der London Bookfair 2007/08:

<http://www.openpr.de/news/206510/Bluetooth-Downloads-am-Mobile-Content-Terminal.html>

7. Welchen Einfluss kann man in der angebotenen Konfiguration auf die HF-Polarisationsebene nehmen (horizontal, vertikal, beides)?

Einfluss könnte man durch die geometrische Ausrichtung der Bluetooth-Adapter nehmen. Jedoch ist das Handy als Endgerät durch die manuelle Handhabung in seiner räumlichen Ausrichtung meist in einem dynamischen Zustand. Hier ist der Abstand zwischen Bluetooth Hotspot und Handy als wesentlicher Parameter für das Zustandekommen einer Bluetooth-Verbindung zu betrachten. Die erwähnte HF-Polarisationsebene sehen wir vor dem Hintergrund praktischer Einsätze daher als zweitrangig an. Dies ist eher nur ein theoretisches Problem.

8. Verfügt das System über eine Endgerätedatenbank, welche es erlaubt, den Content an das Endgerät zugeschnitten zu übertragen? Bsp: Bildgrößenanpassung an Handydisplay, Handy-Anwendungen.

Ja. Unsere Entwicklungen verfügen über eine Hashcode basierte Geräteerkennung, welche die Bildgrößen-spezifische oder Handymodell-spezifische Zustellung des Contents unterstützt.

9. Wird der Content an das Endgerät angepaßt? Falls zutreffend: Übernimmt dies eine Routine oder muss der Content dazu seitens des Kunden vorher aufbereitet werden ? Bsp: Zuschnitt von JPEGs in 15 verschiedene mögliche Formate.

Aus technischer Sicht ist eine automatisierte Anpassung des Contents möglich.

Hinweis: Die Anpassung des Contents sollte jedoch kundenseitig vorgenommen werden. Wir übernehmen als Agentur ebenso die Aufbereitung entsprechender Contents. Eine Automatisierung dieses Vorgangs ist nicht allgemein möglich und oft nicht erwünscht, da ein automatisiertes Zuschneiden des Bildformates das Motiv unberücksichtigt lässt. Teile des Motivs könnten aufgrund der unterschiedlichen Seitenverhältnisse der Displays dann abgeschnitten werden. Ein automatisiertes Stretchen des Bildes nimmt ebenso keine Rücksicht auf die Proportionen des Formates. Motive wie Logos, Personen o.ä. würden dann verzerrt erscheinen. Das Seitenverhältnis beispielsweise der Auflösung 240x320 ist 1,33 – bei einer Auflösung von 352x416 ist das Seitenverhältnis 1,18. Gerade bei Wallpapers achten Agenturen und Kunden auf die genaue und ästhetisch gesteuerte Platzierung im Bildformat.

haase & martin

Neue Medien Dresden

Seite 4/6

10. Wieviel Inhalte (Bilder, mp3, Videos) können pro Kampagne maximal quasi-parallel übertragen werden?

Je Kampagne können theoretisch beliebig viele Inhalte übertragen werden. Praktisch sinnvoll sind je nach Dateigröße und Nutzeraffinität zum Content ca. 2-3 Inhalte. Bei einer größeren Anzahl von Inhalten bietet sich die Selektion am Service-Terminal oder via Handy-Selektionsprogramm an. Es können auch mehrere Inhalte in einem Javaprogramm zusammengefasst werden. Sehen Sie sich hierzu z.B. den Mensa Speiseplan des Studentenwerkes Dresden <http://www.openpr.de/news/87695/> und den Calesco Fashion Guide <http://www.calesco-dresden.de/index.php?id=28> an.

Weiterführende Informationen bietet unser Whitepaper „Methoden des Bluetooth Marketing“:
<http://www.haaseundmartin.de/methoden-des-bluetooth-marketing.pdf>

11. Wie detailliert ist die Statistik? Erkannte Endgeräte, erfolgreiche Downloads ... geht diese darüber hinaus?

Die Statistiken werden wie folgt erfasst:

Wed Jan 16 10:08:05 CET 2008#00:15:DE:08:A0:9E#Nokia 6111#9#6355836113904917638#128x128px.gif#ACCEPTED

Wed Jan 16 10:17:57 CET 2008#00:16:20:C0:6D:B7#K750i#5#52257234076021#176x220px.gif#REJECTED

Wed Jan 16 10:26:48 CET 2008#00:1A:75:D9:30:B4#W850i#6#96388081400149#110x80px.gif#ERROR

Wed Jan 16 10:40:08 CET 2008#00:13:70:A6:EF:CA#Nokia 6230i#9#1007066048134201738#208x208px.gif#ACCEPTED

12. Wieviele Endgeräte können von einem mit Mobimat Bluetooth Server quasi-zeitgleich mit Content beliefert werden?

Je nach Ausstattung mit Bluetooth Adaptern variiert die Anzahl der möglichen gleichzeitigen Übertragungen zwischen $1 \times 7 = 7$, $2 \times 7 = 14$ und $3 \times 7 = 21$.

13. Ist der Aktionsradius innerhalb der 10 Meter (Klasse 2) durch Herabsetzen der Sendeleistung definierbar ?

Durch Hard- und Softwareseitige Einstellungen ist ein örtlicher Opt-In bis auf einen 10cm-Radius möglich. Eine Varianz bei unterschiedlichen Handytypen zwischen 10cm bis 50cm ist zu beachten.

14. Bieten Sie Lösungen in Bluetooth-Klasse 1 an ?

Lösungen dieser Art sind seitens Bluetooth Server Mobimat technisch möglich. Allerdings ist der Großteil der verbreiteten Mobiltelefone mit Bluetooth-Klasse 2 Chips ausgestattet, welche Verbindungen bis zu 10 Meter erlauben. Zudem sind Bluetooth Marketing Kampagnen aufgrund der Notwendigkeit einer lokalen visuellen Kommunikation und aufgrund des Gesetzes vom unlauteren Wettbewerb vorrangig ortsbezogen für ein nahes Umfeld bestimmt.

15. Welchen Aktionsradius können Sie aus der Praxis unter optimalen Bedingungen (freie Sicht zwischen Bluetooth-Adapter und TK-Endgerät) unter ungünstiger Haltung des Endgerätes (falsche HF-Polarisationseben) noch garantieren?

Dies variiert je nach Umgebung des Einsatzszenarios und je nach Dichte der aktivierten Bluetooth-Geräte. Für jede

haase & martin

Neue Medien Dresden

Seite 5/6

Umgebung können Bedingungen als gegeben definiert werden: Radius 10cm bis 10m. (Bsp. CeBIT mit sehr hoher WLAN-Aktivität – sehr geringer Aktionsradius; Automesse IAA – geringer Aktionsradius; ... Bahnhof bis Fußgängerzone ...)

16. Ist ausgeschlossen, dass ein Endgerät, welches den Push-Prozess abgelehnt hat, nochmal gepusht wird?

Dies kann seitens Software frei konfiguriert werden. Im Falle der Ablehnung durch den Nutzer kann ein nochmaliger Push-Versuch seitens Mobimat ausgeschlossen werden.

17. Gibt es Ihrerseits eine Festlegung auf bestimmte Dateiformate (z.B bei Bildern nur GIFs oder bei Tondokumenten nur mp3), oder können alle 8-bit-Formate, welche von mobilen Endgeräten heute und in Zukunft verarbeitbaren Dateiformate verschickt werden?

Seitens Mobimat können alle Dateiformate versendet werden. Wesentlich ist aus praktischer Sicht eher die Dateigröße. Natürlich sollten auch nur Dateiformate versendet werden, die das entsprechende Endgerät wiedergeben kann.

18. Nach welchem Modell werden die Mobimat Server in der Regel zur Verfügung gestellt? (Kauf, Leasing, Leihgabe, ...)

Der Mobimat Bluetooth Server wird sowohl zur Miete als auch zum Kauf angeboten. Darüber hinaus bieten wir individuelle softwareseitige Implementierungen, Erstellung/Anpassung von Mobile Content sowie Remote-Support und Support vor Ort an. Neben der Bereitstellung des Mobimat-Systems beraten wir unsere Kunden gern hinsichtlich der technischen Möglichkeiten und der Kampagnengestaltung um das Potential der Bluetooth-Technologie gewinnbringend umsetzen zu können.

19. Welche Stückzahlen können innerhalb von 2 Wochen zur Verfügung stellen?

Üblicherweise 10-20 Stück. Nach Vereinbarung können wir auch gern einen höheren Lagerbestand garantieren.

Materialien:

Pressemappe:

<http://www.openpr.de/news/archiv/955/Haase-Martin-GmbH.html>

Whitepaper „Methoden des Bluetooth Marketing“:

<http://www.haaseundmartin.de/methods-of-bluetooth-marketing.pdf>

haase & martin

Neue Medien Dresden

Seite 6/6

Besuchen Sie unsere Seiten im Web:

Haase & Martin: www.haaseundmartin.de

Mobimat: www.mobimat.de

SMS Chatwall www.chatwall.de

Kontakt:

Haase & Martin GmbH
Neue Medien Dresden
Werner-Hartmann-Str. 1
01099 Dresden

Tel: 0351 / 500 97 21

Fax: 0351 / 500 97 22

E-Mail: info@haaseundmartin.de