

Smart TV: Marktjagd bringt Prospekte des Einzelhandels mit TV-App auf den Fernseher

- Erste lokale Angebotssuche im deutschen Smart TV von Marktjagd
- TV-App „Fly&Coup®“ in Kooperation mit HatColorSoft® auf allen internetfähigen TV-Geräten von Samsung und LG verfügbar
- Attraktiver Pull-Marketing-Kanal für Einzelhändler

Dresden, 26.09.2011 – Das Angebotsportal Marktjagd informiert seine Nutzer ab sofort auch über Smart TV. Marktjagd ist der erste deutsche Anbieter, der den Sprung in das Fernsehen mit einer lokalen Angebotssuche umsetzt und so dem Einzelhandel einen lukrativen zusätzlichen On-Demand-Kanal eröffnet: Tagesaktuelle Angebote und Prospekte der Region sind über die App „Fly&Coup®“ von HatColorSoft® auf allen TV-Geräten mit Internetanbindung von Samsung und LG verfügbar. TV-Zuschauer können gezielt nach Anbietern derjenigen Produkte suchen, die sie im klassischen Werbefernsehen sehen und bequem auf dem Sofa eine Einkaufsliste zusammenstellen.

Wie die IFA 2011 zeigte, zählen Smart TV und TV-Apps zu den aktuell wichtigsten Innovationen in der Unterhaltungselektronik. Seit März 2011 wurden weltweit über 2,5 Mio. Smart TVs verkauft und über 5 Mio. TV-Apps heruntergeladen. Das Smart-TV-Konzept folgt dabei den erfolgreichen App Stores für Smartphones. Die Shopping-Anwendung „Fly&Coup“ ist eine maßgeschneiderte TV-Applikation, die über die Smart TV App-Stores von Samsung und LG zur Verfügung gestellt wird. Marktjagd weitet mit dem frühen Engagement seine Multi-Channel-Strategie aus und treibt den Trend zu On-Demand Diensten im TV aktiv voran.

Echtes Couchsurfing: So funktioniert die Angebotssuche im Smart TV

Mit der TV-App erhält der Nutzer direkt über seinen Fernseher aktuelle Angebote und Prospekte von Einzelhändlern in seiner Nähe. Dazu wählt er mit dem Steuerkreuz seiner Fernbedienung zunächst das gewünschte Geschäft aus und bekommt anschließend den jeweiligen Prospekt angezeigt. Darin kann der User sowohl blättern als sich auch die einzelnen Angebote anzeigen lassen. Diese können bei Bedarf nach verschiedenen Produktgruppen gefiltert werden. Gleichzeitig besteht die Möglichkeit, interessante Artikel in eine Einkaufsliste einzutragen und sich diese cloudbasiert vom TV-Gerät auf das Smartphone senden zu lassen. Die Zukunft der gesamten TV-Werbung könnte so aussehen: Marken werben per Push-, der Einzelhandel per Pull-Strategie.



In der nächsten Version von „Fly&Coup“ ist zudem ein Benachrichtigungsdienst geplant, der dem User via Push-Nachricht Sonderangebote über das TV-Gerät einblenden kann.

Einzelhandel profitiert vom neuen Kommunikationskanal TV-App

„Fernsehen ist in Deutschland wohl das bedeutendste Massenmedium unserer Gesellschaft. Diesen spannenden Kanal als erster deutscher Dienstleister für Offline-Angebote zu erschließen, freut mich außerordentlich“, sagt Jan Großmann, Geschäftsführer der Marktjagd GmbH. „So nutzt Marktjagd mit der neuartigen Lösung den Boom um Smart-TV frühzeitig und effizient für seine Kunden.“

Eine höhere Reichweite der Angebote ergibt sich für die Einzelhändler auch durch die Nutzungsgewohnheiten vor dem Fernseher: Im Vergleich zu anderen Kommunikationskanälen wie Smartphone-Apps schauen Familienmitglieder oder Freunde oft gemeinsam Fernsehen und können jetzt den nächsten Einkauf zusammen planen.

Übersicht: Diese Funktionen sind mit der Einbindung von Marktjagd in „Fly&Coup®“ möglich

- PLZ-genaue Anzeige von Angeboten und Prospekten
- Filterfunktion von Angeboten nach Produktgruppen
- Erstellen eines Einkaufszettels
- Übertragen des Einkaufszettels vom TV-Gerät auf das Smartphone

Weiterführende Links

Nähere Informationen zu „Fly&Coup®“:

<http://www.hatcolorsoft.com/tv.html>

Bilddownload „Fly&Coup®“ (Screenshot):

<http://blog.marktjagd.de/wp-content/uploads/2011/09/Marktjagd-TV-App-FlyCoup.jpg>

Bilddownload Familie nutzt TV-App:

http://blog.marktjagd.de/wp-content/uploads/2011/09/Smart-TV_Familie-nutzt-Marktjagd-TV-App-FlyCoup.jpg

Bilddownload Mann nutzt TV-App:

http://blog.marktjagd.de/wp-content/uploads/2011/09/Smart-TV_Mann-nutzt-Marktjagd-TV-App-FlyCoup.jpg

Bilddownload Jan Großmann, Geschäftsführer der Marktjagd GmbH:

http://blog.marktjagd.de/wp-content/uploads/2011/09/Jan-Großmann_Geschaeftsfuehrer_Marktjagd.jpg



Über Marktjagd

Marktjagd startete im Februar 2008 mit der ersten lokalen Angebotssuche im Internet in Deutschland. Verbraucher finden auf der Plattform tagesaktuelle Angebote und Informationen zu Einzelhändlern direkt in ihrer Stadt. Händlern bietet Marktjagd ein übersichtliches Portal und reichweitenstarkes Partnernetzwerk für die Verbreitung ihrer lokalen Inhalte über ortsbasierte digitale Medien. Derzeit sind auf Marktjagd über 120.000 Einzelhandelsstandorte gelistet.

Der Branchen-Pionier Marktjagd wird von der Marktjagd GmbH aus Dresden betrieben. Das Unternehmen wurde von Jan Großmann und Thomas Harzer gegründet. Seit 2010 sind bei Marktjagd namhafte nationale Investoren wie Heise Media Service oder der Müller Verlag beteiligt.

Weitere Informationen unter: <http://www.marktjagd.de>

Marktjagd Blog: <http://blog.marktjagd.de>

Marktjagd bei Twitter: <http://twitter.com/marktjagd>

Marktjagd bei Facebook: <http://www.facebook.com/marktjagd>

Über HatColorSoft

Neben dem klassischen Software-Projektgeschäft findet HatColorSoft seit 2007 immer wieder neue Wege, wie neue Technologien und Konzepte intelligent und mit hohem Mehrwert für den Endnutzer eingesetzt werden können. Dazu zählen unter anderem innovative Projekte für Kern-Datenbanken-Technologien, die über ddengine.org entwickelt werden, als auch Anwendungen für 'smart'-Technologien.

Pressekontakte:

Marktjagd GmbH
Peter Sorgau
Königsbrückerstraße 33
01099 Dresden
Tel.: 0351 418 894-42
Mail: peter.sorgau@marktjagd.de

HatcolorSoft
Peter B. Volk
Bunsenstraße 3
01129 Dresden
Mail: presse@hatcolorsoft.com

Agentur Frische Fische
Annie Schoppe
Priessnitzstraße 7
01099 Dresden
Tel.: 0351 215 229-712
Mail: as@frische-fische.com

