

# Mobile Communities im digitalen Lifestyle. Qiro.

Convergators Summit  
10. Oktober 2006

Christian Wolf, Deutsche Telekom Laboratories



## Markttrends.

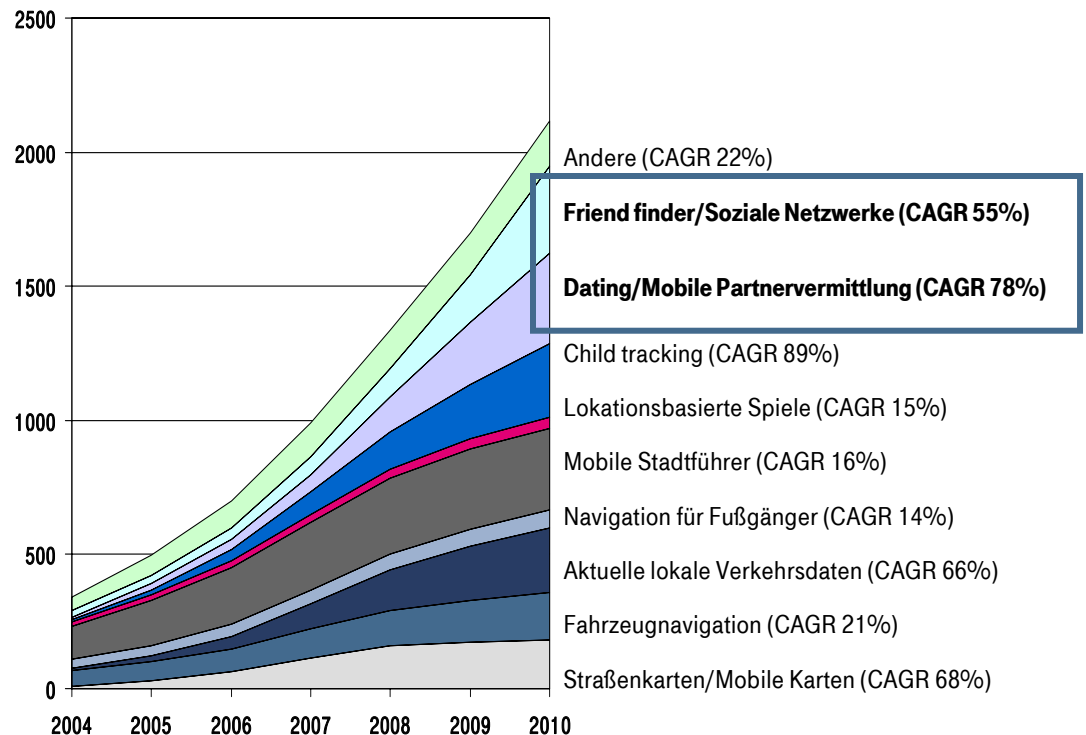
### Entwicklung mobiler Info- und Community Services in Europa.

#### Marktüberblick

- **“Dating”, “Friend finder”** und **“Mobile Stadtführer”** nehmen dann 46% des Marktes ein
- Die **größten ARPUs werden bei “child tracking” (\$8,75) und “Sozialen Netzwerken” (\$3,72)** erwartet
- Die durchschnittliche Marktwachstumsrate (CAGR) wird auf 36% mit \$2.1 Milliarden in 2010 geschätzt

**Soziale Beziehungen in virtuellen Communities sind ein wesentlicher Bestandteil des digitalen Lifestyle**

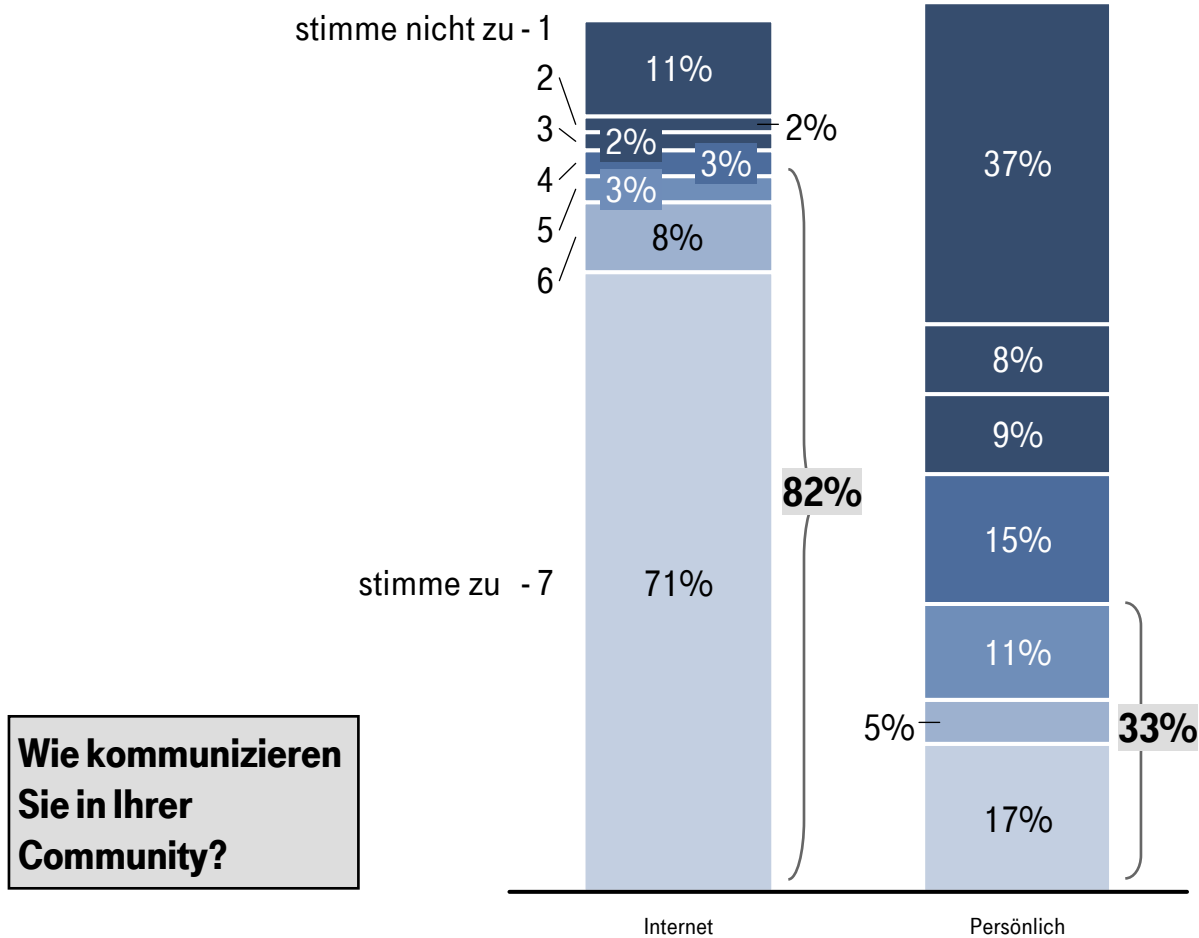
#### Marktgröße in Mio. \$ in Westeuropa



Quelle: Strategy Analytics, Western Europe Consumer Location Based Services Forecast (2004-2010).

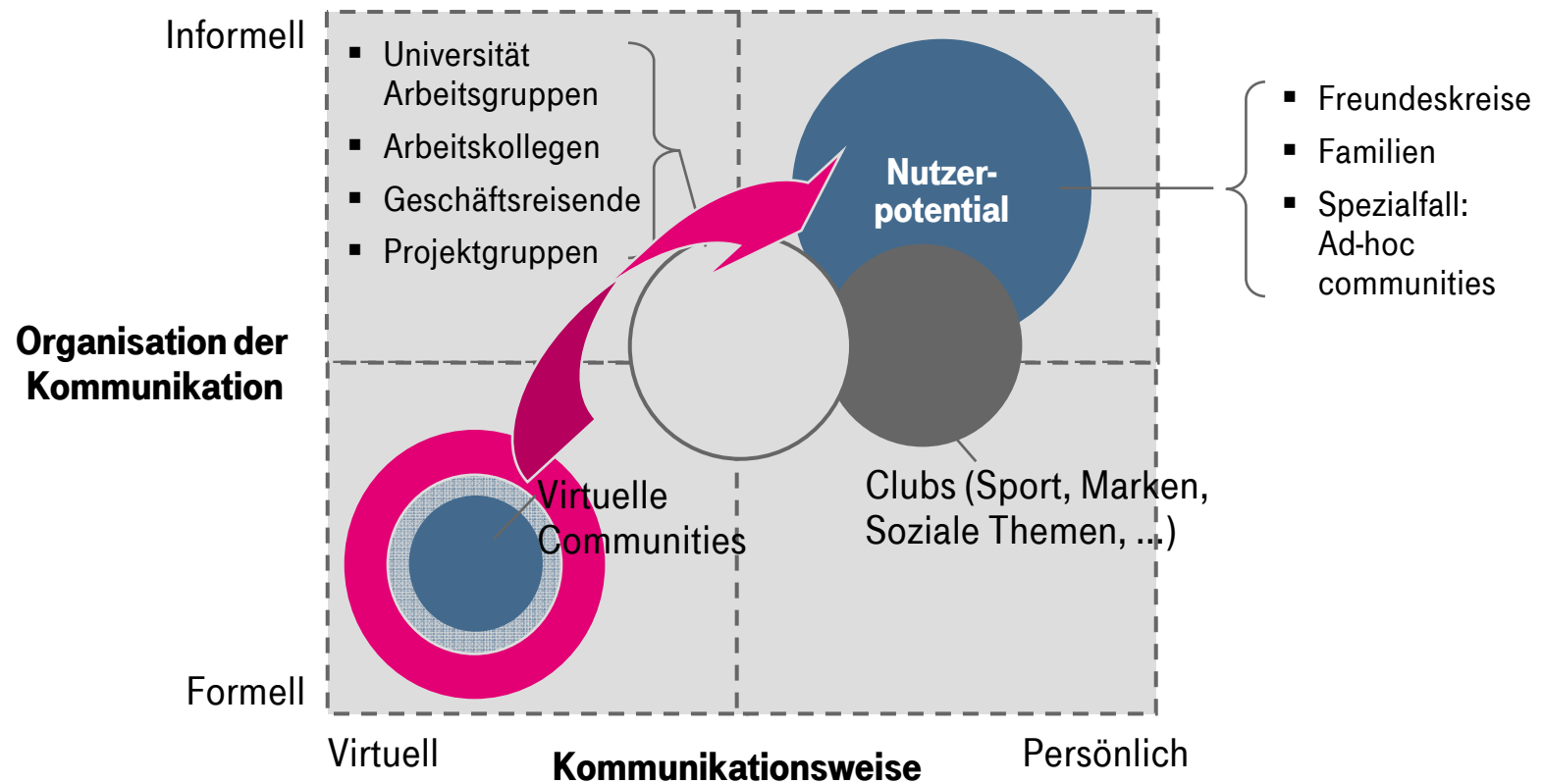
# Virtuelle Communities in Deutschland.

Online-Communities kommunizieren nicht nur virtuell.



## Potentielle Nutzergruppen.

Communities sind keine neue Erscheinung sondern eine natürliche Entwicklung.



# Mobile Communities.

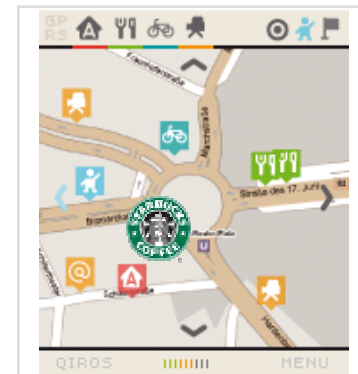
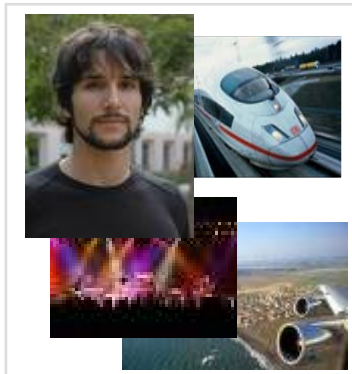
Qiro bietet ein Set verschiedener Funktionalitäten für mobile Menschen.



## Zielgruppenprofil.

Junge Städter: 20-30 Jahre, aktiver und urbaner Lebensstil.

Potential: ca. 5 Mio. in D



### Marc, 28

- Single
- Lebt in Berlin
- Account Manager einer Werbeagentur
- Reist regelmäßig geschäftlich und privat
- Hat Kontakt zu Freunden in ganz Europa
- Aktiver Lebensstil, geht gern aus

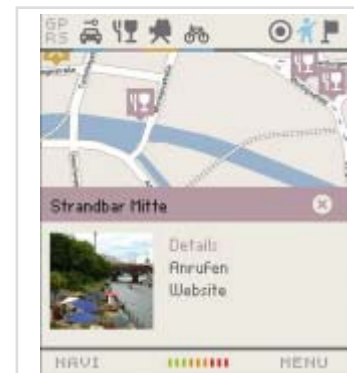
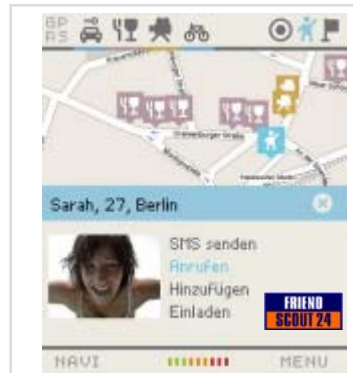
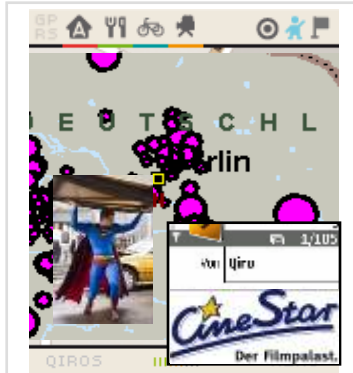
- **Steht in Kontakt mit Freunden von der Universität** über soziale Netzwerke, z.B. LinkedIn oder OpenBC
- Kommuniziert regelmäßig über Internet und E-Mail, um sich **mit ihnen zu verabreden**

- Qiro ist ein Tool, das ihm erlaubt, **mit seinen Freunden auf neue Art und Weise und von unterwegs aus zu kommunizieren**
- Er kann Freunde in seiner Nähe lokalisieren, und sehen wo potentielle Freunde und Freunde 2. Grades sind

- Qiro ist ebenso ein **nützlicher Assistent in seinem Alltag** um Dinge zu finden, die er sucht
- Er findet so einen Parkplatz, einen Geldautomat, Clubs, Kinos und weiß sofort, was dort los ist und wie er dorthin kommt.

## Szenario: Am Wochenende.

Qiro macht Ausgehen mit Freunden einfach und abwechslungsreich.



- Marc verlässt seine Wohnung alleine und ohne konkrete Pläne
- Mit Qiro entdeckt er in der Stadt die **angesagtesten Orte für diesen Abend**
- Wie wär's mit einem Kinofilm für den Anfang? **Qiro sendet einen Coupon**

- Alleine macht ins Kino gehen keinen Spaß, und so sucht er mit Qiro nach Freunden
- Seine Freunde sind nicht in der Nähe aber andere **Unternehmungslustige, die seinem Profil entsprechen**. Er ruft einige an und los geht's ins Kino.

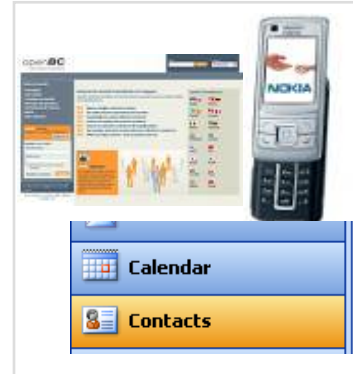
- Marc und seine neue Bekanntschaft Sarah genießen den Film und machen sich danach auf in einen **Club, den Qiro vorschlägt**.
- Um 2 Uhr morgens möchte Sarah nach Hause und ruft **das nächste Taxi über Qiro**.

- Sonntag Nachmittag. Marc ist allein zu Hause. **Ein Arbeitskollege ruft an**, um sich zu verabreden.
- Sein Kollege **stellt eine neu entdeckte Strandbar in Qiro ein**, in der Marc ihn treffen soll.

## Zielgruppenprofil.

Potential: ca. 7 Mio. in D

Geschäftsreisender: in den 30ern, erfolgreich, reist häufig.



### Peter, 38

- Verheiratet, 2 Kinder
- Lebt in Bonn
- Team Manager in einem Produktionsuntern.
- Reist viel und braucht schnelle und genaue Informationen unterwegs
- Er bringt oft Geschenke von seinen Reisen mit und geht gern mit seiner Frau aus

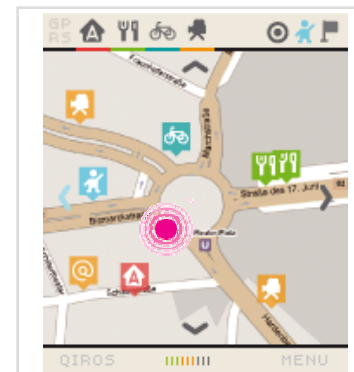
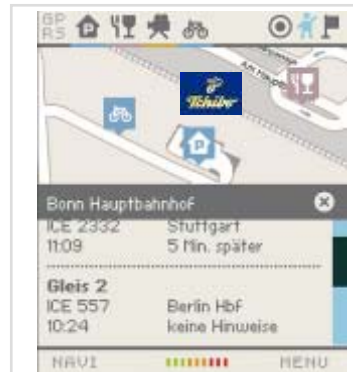
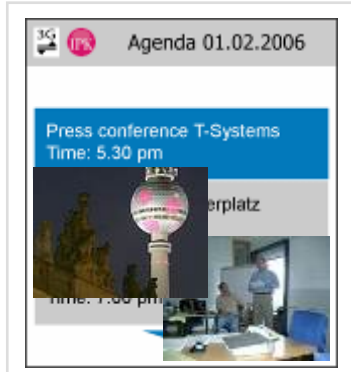
- Peter ist viel beschäftigt und oft unterwegs
- Er pflegt Kontakte mit Geschäftspartnern, Freunden und seiner Familie über **Outlook, mobile und soziale Netzwerke** wie z.B. OpenBC

- Qiro integriert seinen Outlook Kalender und seine Kontakte durch Anzeigen der Meetings und Kontaktadressen auf der Karte
- Qiro hilft ihm auch dorthin zu kommen

- Nach langen Arbeitstagen braucht auch seine Familie besondere Aufmerksamkeit
- Er geht oft mit seiner Frau aus und bringt **Geschenke von unterwegs** mit

# Szenario: Geschäftsreise.

Qiro hilft, die Zeit effektiv zu nutzen.



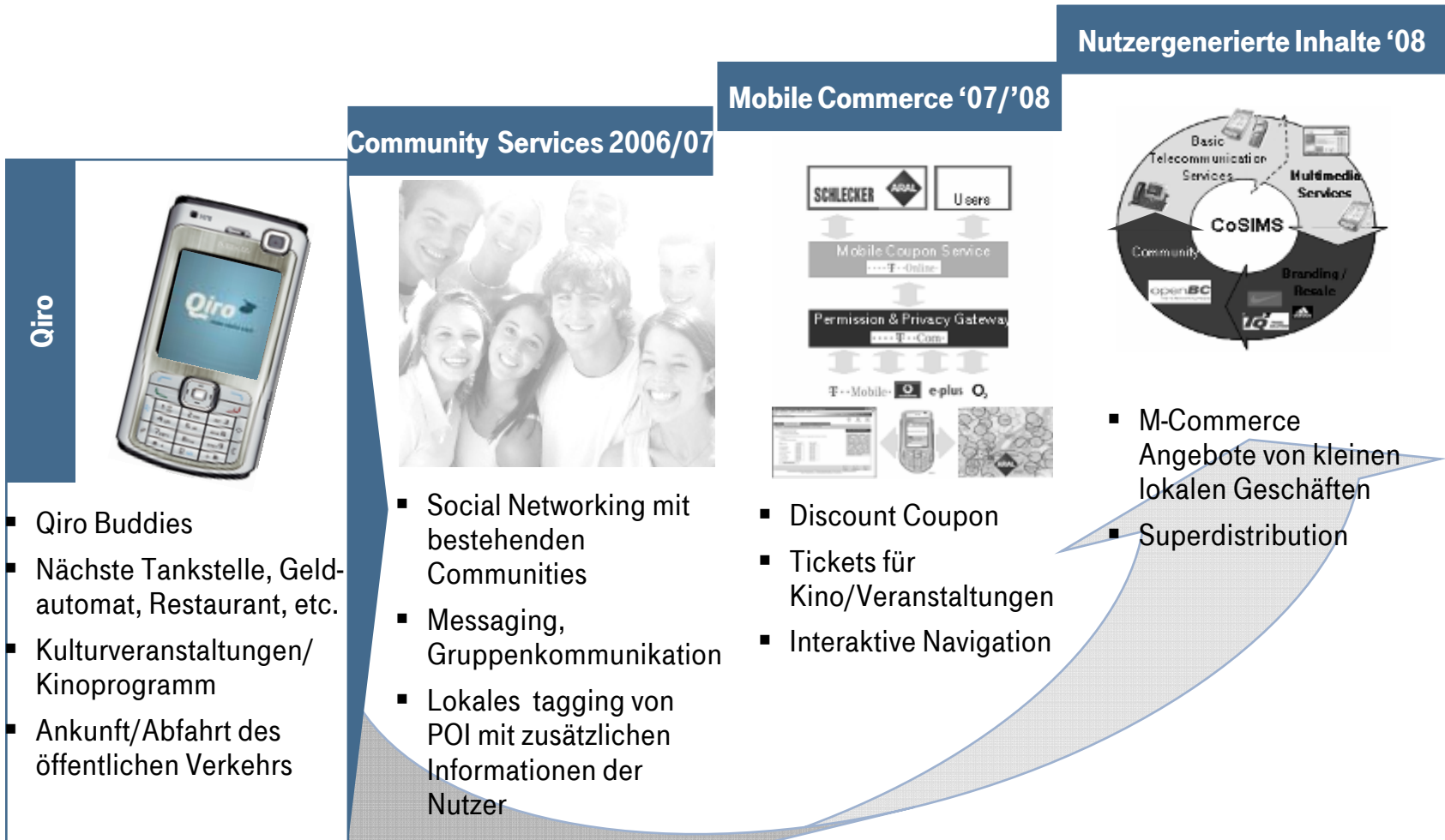
- **Peter fährt nach Berlin** zu einem Geschäftstermin
- Die Teamassistentin schickt **Ort und Agenda auf sein Qiro**
- Er steigt in den Bus und fährt zum Bahnhof

- Qiro zeigt ihm, dass ihm noch 5 Minuten bis zum nächsten Zug bleiben
- Das ist genug Zeit, denn Qiro zeigt ihm auch gleich den **Bahnsteig** und einen Kaffee stand direkt am Gleis

- In Berlin kann er ein **Mietauto, -fahrrad oder den ÖPNV** benutzen
- Das Meeting dauert länger als erwartet
- Er **ändert seine Zugreservierung mit Qiro**

- Nach dem Meeting möchte er seine Notizen über den nächsten **T-Com Hotspot** an seinen Chef schicken
- Mit Qiro findet er einen und sendet seine Daten während er einen Kaffee bestellt

# Entwicklung. Was bringt die Zukunft?



**Vielen Dank.**

Ich freue mich auf ihre Fragen.



**Dipl.-Kfm.**

**Christian Wolf**

**Phone: +49 30 8353 58454**

**E-Mail: christian.wolf01@telekom.de**

**Deutsche Telekom**

**Laboratories**

**Web: [www.myqiro.de](http://www.myqiro.de)**

**[www.telekom.de/laboratories](http://www.telekom.de/laboratories)**

**Fax: +49 30 8353 58409**