

CONTENTCARD

Lohnendes Zusatzgeschäft

Der Verkauf von virtuellen Produkten lockt mit guten Margen und geringem Risiko

Der Verkauf von Zubehörprodukten ist in der Regel ein zweischneidiges Schwert: Einerseits locken Artikel wie Handy-Taschen oder Akkus mit hohen Margen. Andererseits kann man durchaus auch auf dem einen oder anderen Ladenhüter sitzen bleiben und muss die Ware dann



M. Rieker, Geschäftsführer ContentCard

wieder aufwendig retournieren. Eine Möglichkeit, zusätzliche Produkte relativ risikolos zu verkaufen, bietet das Unternehmen ContentCard an: Der Händler verkauft virtuelle Güter wie zum Beispiel Lizenzcodes zur Aktivierung der Handy-Navigation über einen postkartengroßen Voucher. Sobald der Kunde bezahlt hat, schaltet der Händler das jeweilige Produkt frei und der Kunde kann es mit einem Zahlenschlüssel auf sein Mobiltelefon herunterladen. So lassen sich zusätzliche Umsätze auf einem Markt generieren, der bislang fast ausschließlich dem Internet vorbehalten war. Die Verkaufsform des Gutscheins soll auch skeptische Kunden überzeugen, die Inhalte für ihr Mobiltelefon bislang fast nur über Premium-SMS oder kostenpflichtige Internet-Downloads beziehen konnten.

In Deutschland haben bereits die Distributoren My-extra, Krebber Communication AG, Degen, Best Com und SMS Michel ContentCards in ihr Portfolio aufgenommen. „Für den Händler ergibt sich durch die Vermarktung der ContentCards keinerlei Risiko“, sagt

Markus Rieker, Geschäftsführer des Düsseldorfer Unternehmens, im Gespräch mit **Telecom Handel**. „Selbst wenn ein Kunde eine Karte stehlen sollte, so kann er damit nichts anfangen, weil sie der Händler noch nicht freigeschaltet hat.“ Der Händler muss bei dem Produkt nicht in Vor-

leistung gehen, erst nachdem er eine ContentCard verkauft und freigeschaltet hat, wird sie ihm durch seinen Distributor in Rechnung gestellt. Für den Verkauf der ContentCards ist eine Registrierung auf dem Online-Portal www.contentcard.com erforderlich. Hier kann der Fachhändler unter den verfügbaren Distributoren denjenigen auswählen, über den die ContentCards bezogen werden sollen. Das Online-Anmeldefor-

mular wird dann automatisch an den betreffenden Großhändler weitergeleitet.

Die ContentCard ist durch ihr Postkartenformat sehr platzsparend. Sie ist mit einer Eurolochung versehen und damit an jeder Zubehörwand platzierbar. Praktisch: Ein dreiminütiger Einführungsfilm, der auf der Homepage heruntergeladen werden kann, erklärt die Funktionsweise des ContentCard-Systems. Hier finden interessierte Händler, Distributoren und Content Provider weitere Informationsmaterialien rund um das Produkt. Bislang ist die Navigationslösung Nokia Maps über ContentCard verfügbar, laut Markus Rieker werden demnächst auch andere Inhalte wie Musik und Handy-Spiele verfügbar sein, man befindet sich derzeit in Gesprächen mit verschiedenen Anbietern. ■ *cb*

ContentCard | Düsseldorf
www.contentcard.com



Ein einfaches Zusatzgeschäft verspricht ContentCard mit seinem Produkt

EMIGO

Neue Shop-Software

Version 2.0 kommt mit einem komplett neuen Backend

Ab sofort bietet Emigo eine neue Version seines gleichnamigen Miet-Shopsystems an. Version 2.0 zeigt sich in einem komplett überarbeiteten Backend, was laut Constantin von Braun, Geschäftsführer des Elmshorner Unternehmens, die Verwaltung der einzelnen Angebote wie auch der Kundendaten einfacher und damit schneller machen soll. Die neuen Features des Content-Management-Systems im Detail: Das Retourenmanagement ermöglicht die Verwaltung von Stornierungen, Ersatzaufträgen, Gutschriften, Rücklieferungen und Teilliefe-

rungen. Ebenfalls neu angebunden ist eine Grundpreisautomatik, die den Preis für gängige Maßeinheiten ausgibt und dem Verbraucher so den Vergleich verschiedener Waren erleichtern soll. Wie auch in Version eins der Lösung ist die 1:1-Übertragung des Shopdesigns auf einen



Constantin von Braun, Geschäftsführer Emigo

Ebay-Shop möglich. Da die Emigo-Software auf einem zentralen Server gehostet wird, ist kein separates Update erforderlich, Anwender der bisherigen Version nutzen automatisch die Features des neuen Software-Release 2.0. ■ *cb*

Emigo | Elmshorn
www.emigo.de

SAGE

Fit für die Reform

Online-Check zur Reform der Unternehmenssteuer

Sage Software bietet auf seiner Website ab sofort ein Online-Tool an, mit dem Unternehmen prüfen können, wie gut sie auf die kommende Unternehmenssteuerreform vorbereitet sind. Unter www.unternehmenssteuerkompass2008.de gilt es elf Fragen zu Themengebieten wie Steuerbelastungen, Abschreibungen von Wirtschaftsgütern, Gewerbesteuer, Zinsschranke, Ansparrücklage oder Investitionsabzugsbetrag zu beantworten. Im Anschluss an den Test erhält der Benutzer eine detaillierte Auswertung mit entsprechenden Tipps für die

Umsetzung in der Praxis. Zusätzlich zu den Textdokumenten gibt es auch Podcasts, in denen die Steuerexperten der kooperierenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft über die wichtigsten Themen der Steuerreform informieren. Außerdem können Interessierte auf der Website den kostenlosen Leitfaden „Unternehmenssteuerreform 2008“ anfordern, der die Eckpunkte der Reform sowie weitere Besonderheiten in ihren Grundzügen vorstellt. ■ *cb*

Sage Software | Frankfurt
www.sage.de