



## Ab Oktober mit einem Beem-Klick Inhalte aufs Handy holen

**Mit der interaktiven Plattform Beem kann der Nutzer mit Objekten in seiner Nähe interagieren. Hat er Beem aktiviert, gelangt er mit einem Klick zu weiterführenden Informationen auf dem Smartphone, so zum Beispiel Ausflugstipps, Hintergrundinfos zu Kunstausstellungen, exklusiven Tickets oder Bestellmöglichkeiten von Produkten. Beem wird im August mit Radio Energy pilotiert und per Oktober 2019 in den Apps der Partner 20 Minuten und Bluewin verfügbar gemacht, im ersten Halbjahr 2020 folgt auch Blick.ch.**

Beem macht mehr aus dem Moment – ganz nach dem Motto: «Sehen, interagieren und Neues entdecken». Nutzer, die Beem aktiviert haben, holen Inhalte aus der realen Welt mit einem Klick aufs Smartphone, so zum Beispiel Informationen, Videos, Angebote oder Wettbewerbe. Die interaktive Plattform kann von Museen, an Messen, bei Sport- und Musikveranstaltungen oder für Werbeauftraggeber eingesetzt werden. Beem ist ein innovatives Vorhaben von Swisscom und wird wie ein Venture Start-up geführt, um die Entwicklung agil voranzutreiben und rasch Erkenntnisse am Markt zu gewinnen.

### Grosses Interesse von Partnern und Auftraggebern

Im Rahmen der Energy Air Partnerschaft mit Swisscom nutzt Radio Energy die Technologie im August erstmals für einen interaktiven Wettbewerb. Bei dieser Aktion können Teilnehmende in den Städten Zürich und Bern exklusive XTRA Circle-Tickets für das Energy Air 2019 gewinnen. Damit wird Beem erstmals mit Kunden pilotiert. Per Oktober 2019 wird Beem mit den Apps der Partner 20 Minuten und Bluewin eingeführt, im ersten Halbjahr 2020 folgt auch Blick.ch. Werbeauftraggeber können ebenfalls ab Oktober 2019 Interaktionen mit Beem in Kinospots von WerbeWeischer, auf Plakaten von APG|SGA (vorbehaltlich aller Bewilligungen zur Installation von Bluetooth-Beacons) und über TV anbieten. «Beem ist eine innovative Plattform und bietet attraktive Möglichkeiten, welche die Unternehmen, Veranstalter oder Kulturinstitutionen darin unterstützt, eine Brücke zwischen der realen und digitalen Welt zu schlagen», sagt Roland Ehrler, Direktor Schweizer Werbeauftraggeber-Verband.



«Mit Beem erhalten Auftraggeber in der Schweiz eine weitere innovative Möglichkeit, Inhalte und Kampagnen auf der Blick-App auszuspielen», sagt Fabian Zürcher, Leiter Brand Studio, Ringier.

### **Beem setzt auf etablierte Technologien**

Für die Übertragung setzt Beem je nach Verwendungszweck auf die seit vielen Jahren etablierten Technologien Bluetooth und Audio Content Recognition (ACR). Mit Bluetooth Sendern versehene Objekte, beispielsweise Bilder in Kunstaustellungen oder Plakate, können von Beem erkannt werden. Ebenso erkennt Beem via Audio Content Recognition (ACR) Tonspuren von TV- oder Kino-Spots.

Hat der Nutzer Beem in einer Beem-fähigen App selber aktiviert (Opt-In) und diese geöffnet, kann er das Signal oder die Tonspur auf dem Smartphone empfangen. In der Folge erhält er in der App einen dezenten Hinweis. Mit einem Klick gelangt er danach zu den entsprechenden Informationen und Angeboten.

Beem könnte auch mittels nicht hörbarem Audio-Signal im Hochfrequenz-Bereich übertragen werden. «Swisscom wollte diese Technologie mit Audio-Signal bereits im Frühling in der Schweiz lancieren. Dies hat zu Fragen und Unsicherheiten geführt, obschon die Technologie in anderen Ländern und auch in der Schweiz im Industrie-Bereich bereits eingesetzt wird», erklärt Alessandro Rausa, CEO von Beem. «Wir nehmen die Bedenken aber ernst und entscheiden über einen weiteren Einsatz, sobald die Einschätzung seitens Bundesamt für Umwelt vorliegt.» Bereits bestätigt ist, dass Beem bezüglich Lautstärke die Rechtsnormen einhält. Dennoch wird Beem vorerst nur mit der heute schon breit eingesetzten Bluetooth- und der Audio Content Recognition-Technologie lanciert.

### **Nutzer haben die volle Kontrolle über ihre Daten**

«Beem entspricht selbstverständlich auch jederzeit den heutigen Anforderungen des Datenschutzes,» erklärt Nicolas Passadelis, Head of Data Governance bei Swisscom. Nach der ersten Präsentation äusserten technologiekritische Kreise Bedenken, dass Beem Datentracking vornehme. «Die Sorgen sind verständlich, aber unbegründet», erklärt Passadelis. Er weist darauf hin, dass die Nutzer die volle Kontrolle über ihre Daten haben. Damit ein Nutzer Beem nämlich überhaupt verwenden kann, muss er die Technologie direkt in der Beem App oder in einer der Partner-Apps (20 Minuten, Bluewin oder



# swisscom

Medienmitteilung

Blick.ch) selbst aktivieren (Opt-In). Nur so kann die App Beem Signale empfangen. Wichtig auch, so Passadelis: «Nutzer können Beem jederzeit wieder deaktivieren.»

Bern, 19. August 2019

### **Demo-Park mit Use-Cases und Hintergrundinfos für Medien**

Der Demo-Park von Beem zeigt, wie einfach es ist, die reale und die digitale Welt zu verbinden. Ab sofort können sich Medien über die Möglichkeiten und Technologien der Plattform informieren. Verschiedene Use-Cases zeigen auf, wie Nutzer mit der Technologie auf einfache und spannende Art Inhalte direkt aus der realen Welt auf das Smartphone holen können. Medien erfahren in Hintergrundgesprächen mit dem Beem-Team mehr über die Interaktionsmöglichkeiten der Technologie und den Datenschutz.

Termine können mit Christian Rufener, [christian.rufener@swisscom.com](mailto:christian.rufener@swisscom.com), +41-58-221 17 05 vereinbart werden.

Weitere Informationen über Beem:

[www.Beem-now.ch/de/](http://www.Beem-now.ch/de/)