

## Ansvarlig for sin egen skyld

IT-virksomheden Geomatic har selv taget initiativ til deltagelse i et forskningssamarbejde om social ansvarlig markedsføring

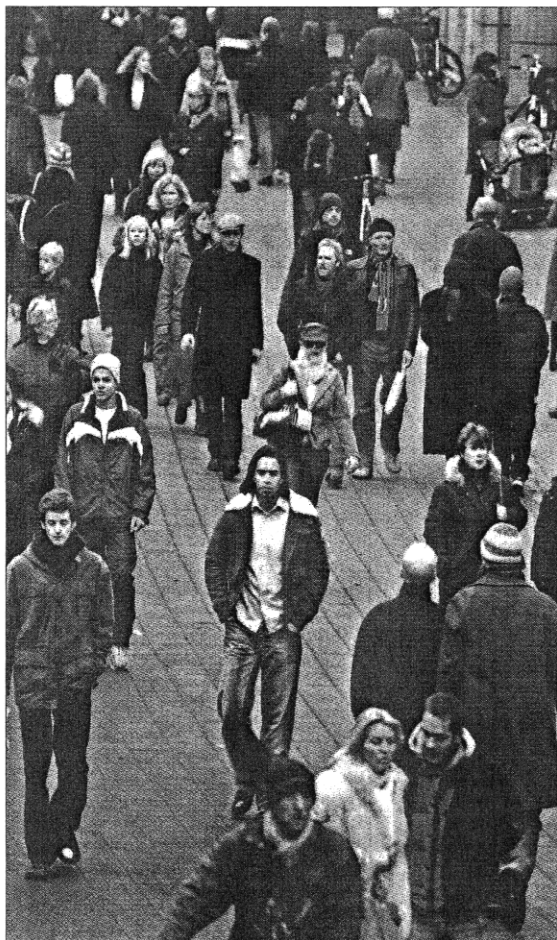
AF LOUISEVOGDRUP-SCHMIDT

De ved, hvem du er, fordi de ved, hvor du bor. Analysefirmaet Geomatic har fundet en statistisk metode til at forudsige danskernes vaner på, som de sælger til firmaer. Det kræver ansvarlighed, vurderer virksomheden, der indgår i et forskningssamarbejde med Handelshøjskolen i Århus og Aalborg Universitet om juridiske regler og retningslinjer for markedsføring via mobiltelefoner. Ansvarligheden betaler sig, vurderer Geomatic.

»Vi hjælper vores kunder med at forstå og nå bedre ud til deres kunder, som vi ved meget om. Vi er rådgivere og eksperter, når det gælder forståelsen af stedlighed og

målrætning ved markedsføring. Jo mere virksomheder målretter deres kampagner og produkter, vil forbrugerne føle: »Hov, hvor meget ved de om mig?« Vi skal holde fast i, at det kun drejer sig om almindelige statistiske oplysninger og ikke en overtrædelse af kunders privatliv,« siger marketing- og kommunikationschef Hans Ravnkjær Larsen i Geomatic om baggrunden for at indgå i et forskningssamarbejde om etisk og juridisk korrekt mobilmarkedsføring.

Gennem en fintmasket 100 gange 100 meter kvadreret kortlægning kørt igennem statistisk databehandling kan Geomatics analysere sig frem til danskerens vaner og værdier. Ud



Hvilke vaner har danskerne i forskellige områder af landet? Det kan være svært for en virksomhedsleder at vide, hvor man skal forsøge at afsætte sit produkt. Analysefirmaet Geomatic mener at have fundet løsningen på denne udfordring. Foto: Polfoto

fra en danskers adresse kan Geomatic forudsige, hvilket forbrugsmønster en dansker typisk vil have i et givent område. Statistikken kan for eksempel bruges til at oplyse firmaer om forskellen på at markedsføre i Brønderslev i forhold til Haderslev og kan også vise forskellige forbrugs- og livsstilmønstre i to forskellige kvarterer i Brønderslev.

### Foran på etik

Virksomheden har selv ønsket at være foran i udviklingen af etiske regler inden for markedsføring via mobiltelefoner for at undgå problemer. Ofte følger den juridiske lovgivning efter den teknologiske udvikling, som man for eksempel har set på internettet, og derfor er Geomatic interesseret i at forudse de komplikationer, mobiltelefoni kan møde ved for eksempel handel og tilbud til børn via mobiltelefoner.

»Vi har værdier som firma. Helt ærligt og så forbløffet, som det lyder: En virksomhed lever ikke i længden med at være uansvarlig. Punktum. Problemstillingen omkring vores teknologiske løsninger og mobilmarkedsføring er oplagt. På sigt er det klart, at forskning kan betale sig for os. Vi får serveret nogle problemstillinger og nogle løsninger, inden vi sender et produkt på markedet, som måske var uetisk,« siger Hans Ravnkjær Larsen.

louis.vogdrup-schmidt@borsen.dk

## Ansvarlige symboler skal styre mobilteknologi

AF LOUISEVOGDRUP-SCHMIDT

Et banebrydende dansk forskningsprojekt er midt i en undersøgelse af, om salg og markedsføring på mobiltelefoner kan reguleres ved hjælp af juridiske symboler frem for juridisk tekst.

»Hvis du har en mobiltelefon, er der en lovgivning nu, der siger, at du skal have nogle minimumsinformationer i form af tekst, når du indgår en kontrakt om for eksempel at købe noget. Vi overvejer, om man kan give de juridiske informationer på en anden formel. For eksempel kunne man lave en

lille hængelås, som vi kender fra nettet, når du udveksler fortrolig information via din mobiltelefon,« siger Rene Franz Henschel, lektor og ph.d. ved Handelshøjskolen, Aarhus Universitet.

### Mobiltelefoner i spil

Mange kender også den lille indkøbsvogn på internettet, som man kan lægge sine varer i, når man er ved at handle. Markedet for handel og markedsføring på mobiltelefoner ventes at blive lige så stort som handlen på internettet, og det er derfor nødvendigt at der fej-

og udvikle lignende symboler for handel på mobiltelefoner.

»I fremtiden vil vi kunne bruge vores mobil til at tjekke e-mail, søge information, surfe og modtage tilbud fra annoncører. Symboler kan hjælpe os med at skelne mellem de forskellige verdener og for eksempel acceptere at modtage et tilbud fra en tøjbutik, vi kender og kommer forbi,« siger Rene Franz Henschel.

Forskningsprojektet foregår mellem forskere fra Aarhus Universitet, Aalborg Universitet og virksomheden Geomatic. Der er i alt

bevilget 2 mio. kr. til projektet, der skal fokusere på, om man overhovedet kan udvikle symbolløsninger til mobiltelefoner. Projektet afsluttes i 2009.

»Vi er kommet langt i projektet og har publiceret artikler og været til konferencer internationalt om emnet. Men det ligger ikke inden for dette forskningsprojekt at udvikle symbolerne. Det kan først foregå i et nyt forskningsprojekt omkring symbolopbygning,« siger Rene Franz Henschel.

louis.vogdrup-schmidt@borsen.dk

### Børsen-læsere kan afsløres af adresser

Virksomheden Geomatic kan ud fra adresser fortælle meget om danskernes liv. I en undersøgelse af dagbladet Børsen kunne Geomatic alene ud fra læsernes adresser gøre op, hvem der typisk vil købe denne avis og læse en artikel som den, du sidder med i hænderne nu:

- Børsens læsere kommer fra hele landet, men er overrepræsenteret i storby- og universitetsområder, ligesom hovedstadsområdet er overrepræsenteret.
- Hørsholm, Gentofte og Rudersdal er overrepræsenterede kommuner, når det gælder Børsen-læsere.
- Læsere er ifølge Geomatics kategorier typisk velhavere, boligejere med overskud eller folk, der lever »livet på gården«.
- Børsen læses typisk af de 40-65-årige med en lang videregående uddannelse og disses husstand.
- Læsere arbejder på højniveau, mellemniveau, som topledere eller selvstændig.
- Man lever typisk i parforhold med eller uden børn i et hus på mere end 130 kvadratmeter og får en indkomst ind til husstanden på mere end 600.000 kr. årligt.

Kilde: Geomatic. LVS