

# KayCode

ICADA Fachtagung 6. & 7. Mai | FFM



1. Was ist KayCode ?
2. Wie funktioniert das in der Praxis?
3. Wie setze ich KayCode ein?
4. Wie funktioniert das technisch?
5. Wie fange ich damit an? / Bestellung



# Was ist KayCode?



KayCode ist ein besonderer QR-Code der nicht gefälscht werden kann und sowohl mit dem einzelnen Produkt als auch mit einer Webseite verknüpft ist, die Informationen zu genau diesem gerade gescannten Produkt zeigt.

**KayCode ist das SSL der Dinge!**  
Eine neue Dimension im Markenschutz



# Wie wird der KayCode gedruckt?



Ein KayCode kann mit jeder bekannten Drucktechnik aufgebracht werden.

Die Grenzkosten für das Aufbringen eines KayCodes auf ein serialisiertes Label sind marginal.

Das benötigte Equipment ist überall erhältlich oder bereits installiert.

# Wie funktioniert das in der Praxis ?



Verbraucher tragen Ihre Smartphones ständig bei sich und nutzen sie aktiv beim Einkauf um Preise und Angebote zu vergleichen.

Gerade Käufern von Kosmetik ist eine genaue Information -oft über das Etikett hinaus- sehr wichtig.

Der Nutzen bisheriger QR-Codes für den Verbraucher ist gering.

KayCode bietet viel mehr bei gleicher Bedienung.

# Wie funktioniert das in der Praxis ?



KayCode sieht aus wie ein QR-Code und wird mit den selben Smartphones gescannt.

Danach erscheinen sofort Informationen die der Kunde tatsächlich braucht:

- a) Exakter Herkunftsnachweis für genau das Produkt was gerade gescannt worden ist
- b) Inhaltsangabe und Analysen zum Produkt
- c) Produktrückrufaktionen oder besondere Hinweise
- d) Anwendungsvideos und Schritt für Schritt Anleitungen
- e) Sofortige Warnung bei gefälschten Herkunftsnachweisen
- f) Sofortige Warnung bei Produktfälschungen

# Wie funktioniert das in der Praxis ?



Jeder Scan des nicht fälschbaren KayCodes wird von der Server-Software mitgeschrieben und ausgewertet.

Dadurch bietet KayCode neue Wege des direkten Kundenkontakts und der Bekämpfung von Raubkopien.

Ausserdem werden Marketinganalysen möglich, die bisher undenkbar waren.

# Wie setze ich KayCode ein ?



KayCode ist etwa so groß wie eine Briefmarke und wird auf die Ware geklebt oder in das bisherige Etikett einzeln eingedruckt.

KayCode ist die bessere Alternative zu veralteten Technologien wie Siegel, Hologramme und Barcodes.

Der KayCode ist sicherer und bietet mehr Funktionen als alle bisherigen Techniken.





# Wie setze ich KayCode ein ?



Finden Sie die richtige Herzdame !

1. Originales Produkt
2. Gefälschtes Produkt
3. Rückrufaktion des Herstellers
4. Nicht konkludenter Code
5. Gefälschter Code

# KayCode – Geschäftsmodell



## KayCode analysiert das Konsumentenverhalten – 24/7

Die ständig wachsende Menge an hochqualitativen Datensätzen direkt aus dem Feld wird in Echtzeit erfasst und verarbeitet zur Erkennung von:

Produktfälschungen

Meinungsbildnern

Nutzungsprofilen

Trends

Verwender- und Freundesgruppen

## KayCode – 24/7 Marktforschung in Echtzeit

# KayCode – Geschäftsmodell



KayCode bietet von Anfang an jedem Produzenten die Möglichkeit seine Produkte fälschungssicher zu kennzeichnen.

Wir überwachen weltweit wo und wann ein KayCode gescannt wird und ob ein Mißbrauch vorliegen kann.

Durch diese Informationen ermöglichen wir Ihnen einen professionellen Marktauftritt und bestmöglichen Schutz vor Mißbrauch Ihres Namens.

KayCode – Demokratisierung der Märkte

# KayCode – Fakten:



Jedes **Smartphone** oder Tablet mit einer QR-Code App ist bereit für KayCode

**Keine besonderen Drucker oder Lesegeräte erforderlich**

**Der teure Teil der KayCode Infrastruktur ist bereits weltweit installiert**

**> 2Mrd Smartphones & Mobiles Internet**



# KayCode – Fakten:

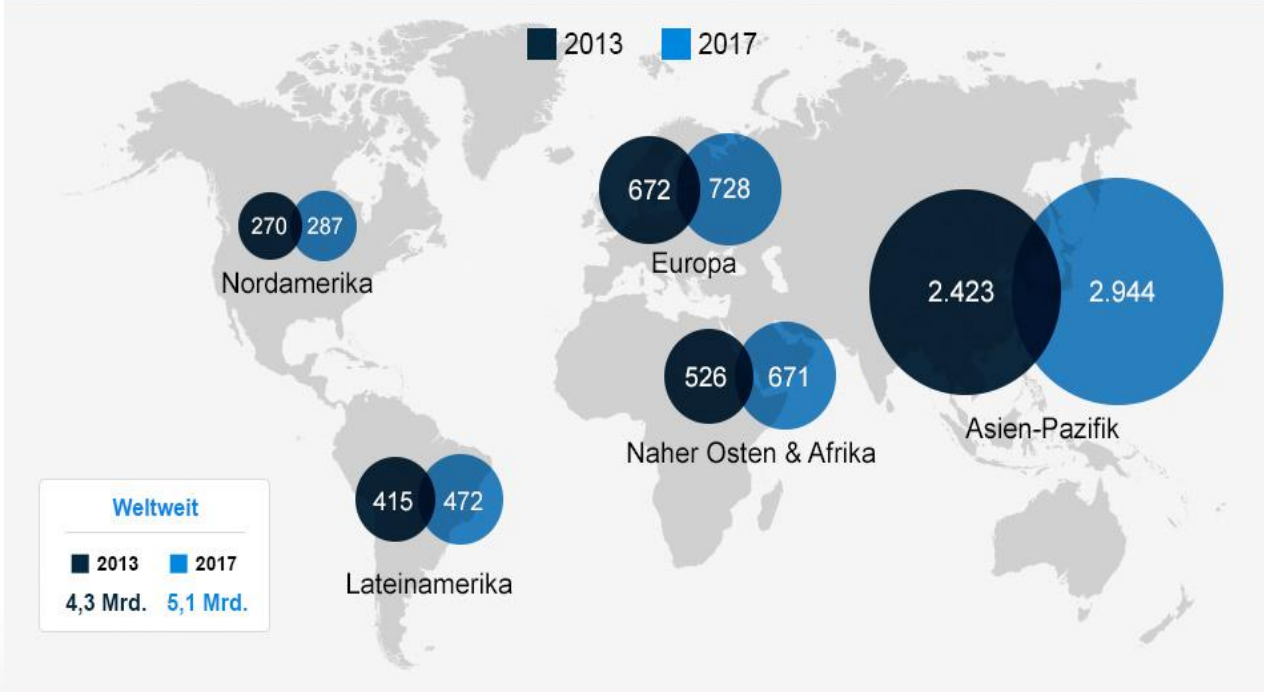


## 5 Mrd Leseegeräte verfügbar in 2017

### 5 Milliarden Mobiltelefonierer in 2017

Geschätzte Anzahl der weltweiten Mobiltelefon-Nutzer (in Millionen)

2



# KayCode – Vision:



Was bedeutet es für Ihr Unternehmen, wenn....

...Ihr Qualitätsprodukt ohne Ihr wissen gefälscht wird?<sup>7</sup>

...die Fälscher sich auch günstiger Massenware zuwenden?<sup>1,8</sup>

...Sie aus irgendeinem Grund -wegen Fälschungen- Ihre Ware zurückrufen müssen?

...Sie Ihre tatsächlichen Endkunden gar nicht genau kennen?

Tatsächlich können wir Ihnen hier helfen, denn....

...eine Fälschung des KayCodes ist nicht möglich.

...die Fälscher haben bereits ihr Verhalten hin zu Massenware geändert.<sup>1,7,8</sup>

...Sie können auf der Webseite aktuelle Informationen zu den gefälschten Produkten hinterlegen, aktiv warnen und Ihren Namen schützen.

...KayCode kann Ihrem Unternehmen helfen Ihre Endkunden genau kennen zu lernen und wird Ihnen eine einfache Webshop-Lösung anbieten.

<sup>1</sup> [Produktpiraten setzen zunehmend auf günstige Produkte](#)

<sup>7</sup> [Wundersame Weinvermehrung \(FAZ\)](#)

<sup>8</sup> [Prosecco im Handel billiger als beim Hersteller \(Zeit\)](#)

# Kontakt



## Dipl. Kfm. Marc O. Messer M.A.

Head of Sales | Leiter Vertrieb

Flugplatzstrasse 78a  
90768 Fürth  
Tel: +49 911-97928672  
Mob: +49 177-6637737  
E-Mail: [marc.messer@laterne.de](mailto:marc.messer@laterne.de)



## Martin Hildebrandt

CEO | Geschäftsführer

Bahnhofstraße 37  
31655 Stadthagen  
Tel: +49 5721 6996  
E-Mail: [martin.hildebrandt@laterne.de](mailto:martin.hildebrandt@laterne.de)



## General contact

Laterne Informations-Technik M. Hildebrandt e.K.  
Bahnhofstraße 37  
31655 Stadthagen

Tel. +49 (0) 5721 6996  
Fax. +49 (0) 5721 6512

Certified IT Business Consultant  
Von der IHK Hannover öffentlich bestellter und  
vereidigter Sachverständiger für Systeme und  
Anwendungen der Informationsverarbeitung

# Kosten:



## Welche Kosten entstehen für welche Dienste ?

### KayCode Registrierung und Nutzung:

- 49.- € Einmalige Registrierungsgebühr bei Anmeldung Ihres Betriebes auf [www.kaycode.de](http://www.kaycode.de) (HRA, BPA, Briefbogen & Telefonrechnung)
- Bis zu 1000 KayCodes für ein Produkt sind inclusive.
- Online Registrierung eines weiteren Produktes 75.- €
- Online Registrierung einer weiteren Produktvariante 25.- €
- Staffelpreise für weitere KayCodes von 1ct bis 0,2ct
- LIT bietet SEPA-Dienstleistungen auf Anfrage (in Vorbereitung)

**Wir suchen 10 Pilot-Kunden ! – Anmeldung auf:**

**[www.kaycode.eu](http://www.kaycode.eu)**

**Sichern Sie Ihrem Unternehmen den entscheidenden Vorteil im  
Markenschutz und der Kundenkommunikation !**



# Kosten:



## Welche Kosten entstehen für welche Dienste ?

### KayCode Registrierung und Nutzung:

KayCode			
Anzahl der Codes pro Produkt	Preis / KayCode	Kosten	
1.000	1 ct	10,00 €	
10.000	0,9 ct	90,00 €	
100.000	0,8 ct	800,00 €	
1.000.000	0,6 ct	6.000,00 €	
10.000.000	0,4 ct	40.000,00 €	
100.000.000	0,2 ct	200.000,00 €	
Neuanlage Produkt		75,00 €	
weitere Produktvariante		25,00 €	
Registrierungsgebühr	einmalig	49,00 €	



# Quellen:



## Quellen:

- 1.) – Mehr Details: [http://www.inkworldmagazine.com/issues/2009-06/view\\_features/interest-in-security-inks-grows--due-to-brand/#sthash.b2jF80xx.dpuf](http://www.inkworldmagazine.com/issues/2009-06/view_features/interest-in-security-inks-grows--due-to-brand/#sthash.b2jF80xx.dpuf)
- 2.) [https://d28wbuch0jlv7v.cloudfront.net/ ... /infografik\\_1519\\_Anzahl\\_der\\_weltweiten\\_Mobiltelefon\\_Nutzer\\_n.jpg](https://d28wbuch0jlv7v.cloudfront.net/.../infografik_1519_Anzahl_der_weltweiten_Mobiltelefon_Nutzer_n.jpg)
- 3.) © Copyright 2011 SZdigital: Alle Rechte vorbehalten - Süddeutsche Zeitung GmbH, München. Eine Dienstleistung der DIZ München GmbH
- 4.) <http://www.statisticbrain.com/nike-company-statistics/>
- 5.) <http://us.checkpointsystems.com/news-events/news-item/grtb-2014/>
- 6.) McKinsey: Global Media Report 2013
- 7.) <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/etikettenschwindel-im-supermarkt-wundersame-weinvermehrung-1693607.html>
- 8.) [http://www.zeit.de/2002/51/Aldi-Weine\\_kurz](http://www.zeit.de/2002/51/Aldi-Weine_kurz)
- 9.) <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Gefaelschte-Samsung-Akkus-bei-Amazon-2609747.html>

# Quellen:

[www.warc.com](http://www.warc.com) &

[McKinsey Global Media Report 2013](#)



A report on Warc's adspend and economic forecasts for the years ahead.

- Adspend around the world is set to see consistent growth over the years to 2015, reflecting a general improvement in the broader economy, according to latest forecasts from Warc.
- Overall, adspend is predicted to increase by +5.2% in 2014, reaching \$554.5bn at current prices for the year.
- This is a significant jump from 2013's growth rate of 3.2%, and is set to be reinforced by another strong year in 2015, during which global adspend is forecast to rise by a still higher 5.5%.
- The report concludes with forecasts for individual regions.





## Wie steht es aktuell mit der mobilen Werbung ?

### Consumer Acceptance on Mobile Advertising

- 47% of mobile consumers want retailers to send coupons to their devices when they are in or near the store
- 53.2M US consumers will use mobile coupons by 2014
- 49% of US smartphone owners have used mobile coupons on their devices, compared to 10% for tablet owners

Clearly this is booming and despite what we may think intuitively consumers are fairly receptive to mobile advertising – especially when it is contextual.

*Sources: BIA/Kelsey, 2014; Flurry, 2014; Loyalty360; Business Insider*

## KayCode is as contextual as it gets