

Deshalb sammeln Gäste im Urlaub Token

Die Bonner Firma "placeit" hat eine Anwendung entwickelt, mit der man das Verhalten und die Bewegungsströme der Besucher von Veranstaltungen mittels Gamification steuern kann. Durch das spielerische Sammeln von Token können regionale Leistungsträger und Sponsoren optimal platziert werden. Davon profitieren auch großflächige Sportevents und ganze Tourismusdestinationen.



Der pET (placeit Event Tokenizer) ist die optimale Anwendung, um das seit der Pandemie so heikel gewordene Thema Besucherströme in den Griff zu bekommen. Dabei funktioniert sie ganz simpel. Der Gast zückt sein Smartphone, scannt einen QR-Code ein und schon kann die digitale Schnitzeljagd beginnen. Das Beste daran ist: Man muss sich nicht registrieren, wodurch die persönlichen Daten garantiert geschützt werden. Und niemand muss eine weitere App auf das ohnehin schon überfüllte Handy herunterladen. Früher war Gamification eher etwas für Nerds. Aber durch die Pandemie sind digitale Devices bei der breiten Masse angekommen.

"Wir haben festgestellt, dass bei den Gästen das Bedürfnis gestiegen ist, zusätzliche Anreize und Erlebniswerte zu erhalten", erklärt Sven Maurmann, der Geschäftsführer von placeit. "Spielende Menschen sind mental in einem positiven Modus unterwegs. Dieses gute Gefühl wird unbewusst auf den Veranstalter oder die jeweilige Tourismusdestination übertragen."

Information als Mehrwert für Gäste

"pET will keine digitale Parallelwelt erschaffen", erklärt Maurmann, „vielmehr sollen die zur Verfügung gestellten Informationen den Blick auf die reale Welt bereichern." Ein Beispiel: Während die Gäste bei ihrem Ausflug von Station zu Station wandern, wird ihnen auf dem Smartphone angezeigt, welche Sehenswürdigkeiten in der Nähe sind. Sie erhalten Auskunft über die gastronomischen Möglichkeiten. Oder man lädt sie direkt zu dem abendlichen Platzkonzert ein. Dabei können Partner, Sponsoren und regionale Leistungsträger optimal positioniert werden. "Unsere Anwendung bringt dem Gast

spielerisch die Stärken der Region näher." Die verbesserte Präsentation von Sponsoren eröffnet neue Kooperationen, wodurch sich die Anschaffungskosten von pET aktiv refinanzieren.

Die landkartenbasierte Anwendung eröffnet die Möglichkeit, die bestehende Infrastruktur ohne großen Aufwand ständig zu aktualisieren. Denn wenn die Tafeln mit den QR-Codes einmal aufgestellt sind, können sie beliebig oft und rasch mit neuen Inhalten befüllt werden. Ein und dieselbe Klamm kann für Erwachsene geologisch erklärt werden. Will man daraus die abenteuerliche Drachenklamm machen, damit Kindern ein Anreiz geboten wird einen Ausflug zu unternehmen, dann ist das schnell umgestellt. Es muss keine Agentur engagiert werden, da die Anwendung von den eigenen Mitarbeitern einfach zu bedienen ist.

"Mit unserem System bleiben die Anbieter vor, während und nach der Reise in einem dynamischen Kontakt", sagt Maurmann. Das kann direkt über einen Link oder Social Media ausgespielt werden. Früher legte man dem Gast jeden Tag eine kleine Broschüre über die aktuellen Angebote auf den Frühstückstisch, heute informiert man digital und unabhängig vom Aufenthaltsort. Durch verbesserte Informationen bleibt der Gast an der Region emotional beteiligt. Und irgendwann kommt er wieder.

Optimaler Überblick für Veranstalter

Der integrierte Taskmanager gewährt den Veranstaltern von größeren Sportevents oder Kongressen einen klaren Überblick. Bei Radrennen oder Triathlons profitieren davon auch die Gäste, weil sie auf der Landkarte sehen, wann und wo das Geschehen stattfindet. In Museen oder anderen Indoor-Angeboten kann der Besucherstrom durch das Sammeln von Token so gelenkt werden, dass sensible Bereiche nicht überfrequentiert sind. Es besteht bei Museen zudem die Möglichkeit, pET mit bereits vorhandenen Audioguides zu verknüpfen.

"Das Lösen von Aufgaben durch das Sammeln von Token erinnert ein wenig an frühere virtuelle Schatzsuchen. Aber im Gegensatz zu Geocaching haben wir das mit der Platzierung von Sponsoring und werberelevanter Information verbunden", sagt Maurmann. Und es bietet die Möglichkeit, den Gast vor Ort mit kleinen Belohnungen bei Laune zu halten, indem er zum Beispiel mit seinen gesammelten Token ein kleines Produkt als Geschenk erhält. Tourismus, Veranstaltungen, Kongresse oder Sportevents finden nach wie vor in der realen Welt statt. Aber der Mensch von heute schätzt es mittlerweile sehr, wenn die digitale Welt seinen Blick auf die Realität erweitert. Informationen unter: www.placeit.de

Rückfragehinweis für Medien:

ESB Marketing Netzwerk AG | Brunneggstr. 9, Postfach 519 | CH-9001 St. Gallen Tel. +43 676 83521617 | griessenboeck@esb-online.com