

APITs im Einsatz – der neue Reality Check



Das APITs Lab präsentiert Praxisbeispiele von Applied Interactive Technologies (APITs) aus ganz Niedersachsen. Die Umsetzungen zeigen überraschende und spannende Ansätze für Unternehmen und lassen sich auch auf andere Anwendungsbereiche und Branchen adaptieren.

Sie möchten sich unverbindlich, neutral und kostenlos zum Thema APITs beraten lassen? Dann kontaktieren Sie uns.

www.apitslab.de



„Zur Holzmühle“ gewinnt neue Kunden durch Gamification

Marketing/Kundengewinnung



„Zur Holzmühle“ gewinnt neue Kunden durch Gamification

Marketing/Kundengewinnung

Unternehmensporträt

Das Individuelle Profil

Die Waldgaststätte „zur Holzmühle“ ist ein im Familienbetrieb geführtes Ausflugslokal mit Hotelbetrieb. Am Deisterrand zwischen Springe und Hameln gelegen sind wir ein idealer Ausgangspunkt für Wanderungen und Fahrradtouren. Einzigartig macht uns ein Teich mit Beachlounge.

Herausforderung

Was war der Anlass zum Einsatz von APITs?

Unsere Ausflugsgaststätte hat wie viele andere auch eine limitierte Kundenschaft – Wanderer, Radfahrer und hin und wieder Gäste aus der Umgebung. Wie kommt man also an neue Kunden? Radiospots, Zeitungsanzeigen haben wir schon ausprobiert – mit mäßigem Erfolg. APITs, speziell das Thema Spiel/Geocaching klang nach einem erfolgsversprechenden anderen Weg.

Lösung

Was ist der Kern der Anwendung?

Ziel der Maßnahme war es, unser Lokal als Ausgangs- und Zielpunkt einer ausgedehnten Geocaching-Runde zu etablieren. Somit sollten wir zum Hotspot für die Geocaching-Community werden. Rund um das Lokal wurde daher eine Vielzahl an Geocaches versteckt und auf unserem Gelände ein aufwendiger Bonus-Geocache. Das Gesamterlebnis wird somit zur Tagesaktivität für die Spieler. Sichtbar gemacht wurde die Maßnahme über die website und App geocaching.com. Wir haben hier also eine Hybrid-Anwendung aus analogen und digitalen Komponenten.

Vorteile

Was bewirkt das Ergebnis?

- Wöchentlich ca. 20 bis 25 neue Besucher
- Nach der Runde kommen viele hungrig und durstig zu uns
- Wir generieren neue Einnahmen durch Zusatzverkäufe von Spielelemente (Trackables, Geocoins)
- Der Kundenschatz generiert eine enorme Präsenz in den sozialen Medien und in der Geocaching-Szene
- Anreise von Spielern aus dem gesamten Bundesgebiet
- Podcast- und Blogbeiträge über uns

Entwickler

Fazit der Zusammenarbeit

Das Projekt wurde realisiert durch die Firma Geheimpunkt. Das Unternehmen hat sich spezialisiert auf Geocaching-Marketing. Ein Kunde hat uns miteinander bekannt gemacht. Vom ersten Kontakt bis zur Veröffentlichung waren es 3 Monate. Der Firma war klar, dass durch unsere nicht ganz so zentrale Lage ein etwas größerer Aufwand betrieben werden muss, um eine hinreichend große Spielerzahl anzuziehen. Das Konzept ist aufgegangen. Kosten entstehen dabei nur, wenn auch Besucher kommen, denn die Firma hat ein „pay-per-user“ Bezahlungssystem. So tragen wir kein Risiko und mussten nicht in Vorleistung gehen.

www.kundenschatz.de



„Durch die Zusammenarbeit mit Geheimpunkt sind wir zum bundesweit bekannten Hotspot für die Geocaching-Community geworden. Ein Spiel als Marketingelement war für uns früher nicht vorstellbar. Heute möchte ich es nicht mehr missen.“

Thomas Hemmecke, Geschäftsführer Waldgaststätte zur Holzmühle