

Presse-Information

Erlebniswelt Innenstadt – Verleihen Sie Ihrer Stadt eine Stimme

Der stationäre Einzelhandel steht unter Druck. Der Boom des Online-Geschäfts sorgt dafür, dass wir in den Städten sinkende Besuchsfrequenzen und zunehmende Leerstände zu verzeichnen haben. Innenstädte verlieren so immer mehr an Attraktivität. Doch es gibt einen Hoffnungsschimmer. Zahlreiche Möglichkeiten können den Städten dabei helfen, die Bürger und Besucher wieder für das Aufsuchen einer Innenstadt zu begeistern – Eine dieser Möglichkeiten ist „Scouting“. Unter Scouting in Online-Marktplätzen versteht man die Erweiterung von städtischen, touristischen und kommerziellen Inhalten um eine Community. Sogenannte Scouts sorgen innerhalb dieser Community für Aktualität und verleihen ihrer Stadt eine Stimme.

Die Sinnhaftigkeit von Online-Marktplätzen ist vor allem unter den Einzelhändlern ein umstrittenes Thema. Denn zahlreiche Online-Marktplatzversuche aus der jüngsten Vergangenheit haben gezeigt, wie es definitiv nicht funktionieren kann. Was war das Problem? Bei dieser Art von Lösungsansätzen wurden die Bedürfnisse und Erwartungen von Einzelhandel und Kunden nur theoretisch betrachtet. Die häufigste Ursache zum Scheitern ist hierbei, dass Lösungen erarbeitet werden, weil sie technisch möglich sind. Eine tatsächliche Relevanz für Händler und Kunden wird dabei jedoch nicht berücksichtigt.

Mit Scouting wollen wir veranschaulichen, wie technisch-mögliche Mittel in Online-Marktplätzen eingesetzt werden müssen, damit sie zu einem nachhaltigen Erfolg für alle Beteiligten führen und die Innenstädte zu Erlebniswelten erblühen lassen.

Die Rolle eines Scouts kann dabei unterschiedliche Ausprägungen haben. Zum einen der City-Scout: Hierbei handelt es sich um einen „freien“ Scout, der als städtischer Moderator innerhalb einer Community auftritt. Er hört in die Stadt hinein und verleiht relevanten Themen damit eine Stimme. Er moderiert Stadt-News, teasert aktuelle Hinweise und Updates zu städtischen Events, treibt Kampagnen voran und startet neue Themen. In seiner Funktion als „rasender Reporter“ kann er zudem die Brücke zu kommerziellen Inhalten, wie etwa zu einem Event eines Shops, schlagen.

Zum anderen der Shop-Scout: Dieser ist Einzelhändler und somit ein shop-gebundener Scout, der beispielsweise die Möglichkeit hat, seine aktuelle Modekollektion oder seine Wochen-Angebote innerhalb der Community zu präsentieren. Die Scouts können ihre Inhalte, wie Bilder, Texte oder ganze Themenblogs, in Posts veröffentlichen. Eine Einordnung der Posts in Kategorien ist ebenfalls möglich. Der User kann schließlich die Inhalte entsprechend seiner Wunschkategorien nach News, Markt, Events, Sport, aber auch nach den Scouts selbst, filtern und abonnieren. Anhand von Push-Mitteilungen werden die Nutzer direkt über neue Posts in ihren Kategorien informiert, die sie zudem mit einem Like bewerten können. Verknüpft mit einem kleinen Wettbewerb entsteht so eine weitere attraktive Abwechslung für die Nutzer: Welcher Post bekommt die meisten Likes? Welches ist das Foto des Monats?

Die Scouts haben somit vielseitige Möglichkeiten, um städtische Events zu begleiten, aktuelle News zu kommunizieren oder spezielle Angebote zu präsentieren. So kann der Shop-Scout neben seinem Post auch gleich auf ein interessantes Angebot verweisen, damit der Nutzer direkt zu diesem oder zum Shop gelangen kann. Zur noch besseren Vernetzung kann der Post genauso auch auf Facebook, Instagram oder Twitter geteilt werden. Als Erweiterung zum Scou-

ting sorgt auch die Einbindung eines Live-Streaming-Angebots für ein Erlebnis bei den Nutzern. Somit können die Nutzer beispielsweise bei der Jubelfeier nach dem Kreispokalsieg, der Bandprobe vor dem anstehenden Musik-Event oder einer Modenschau der neu eingetroffenen Kollektion live dabei sein.

Die Möglichkeiten sind da. Nun sind die Verantwortlichen gefragt, um für ihre Innenstadt eine Erlebniswelt zu gestalten und die Bürger und Besucher zu begeistern.

Über appyvenues

Von der Idee, über ein ganzheitliches Marketingkonzept bis hin zum nachhaltigen und erfolgreichen Marktplatzbetrieb begleitet 1eEurope mit seinem appyvenues-Konzept Städte, Tourismus und Einzelhandel bei der digitalen Umsetzung von regionalen Marktplätzen – online und mobil.

Wir von der 1eEurope Deutschland GmbH haben erkannt, dass es nicht allein darum geht technische Innovationen einzusetzen. Nur die Einbindung in ein ganzheitliches, gut durchdachtes Konzept kann den gewünschten nachhaltigen Erfolg sicherstellen. In zahlreichen Projekten sind wir daher als Partner vertreten und bringen in Arbeitskreisen mit Fachleuten aus Verlagen, dem Citymanagement, dem Einzelhandel, Städten und Universitäten unsere Erfahrungswerte mit ein.

Beratung. Service. Nachhaltiger und erfolgreicher Betrieb.

www.appyvenues.de



Abb.: Erlebniswelt Innenstadt – Verleihen Sie Ihrer Stadt eine Stimme

Anzahl Wörter: 539; Anzahl Zeichen inkl. Leerzeichen: 3.959

Kontakt

Hannes Becker (Marketingleiter)
1eEurope Deutschland GmbH
Max-Eyth-Str. 38
71088 Holzgerlingen
Telefon: +49 (0)7031 46 17 341
hannes.becker@1eEurope.de