

OFFLINESHOPPER

Vorhaben zur Erhöhung der Besuchsfrequenz im inhabergeführten stationären Einzelhandel

1. Ausgangslage

1. Die Besuchshäufigkeit im stationären Handel nimmt ab. Inhabergeführte Läden schließen. 1-Euro-Shops und Ketten kommen
2. Ohne belebte Ladengeschäfte veröden Innenstädte.
3. Öde Innenstädte: Fachkräfte wandern ab.



2. Ziel des Vorhabens

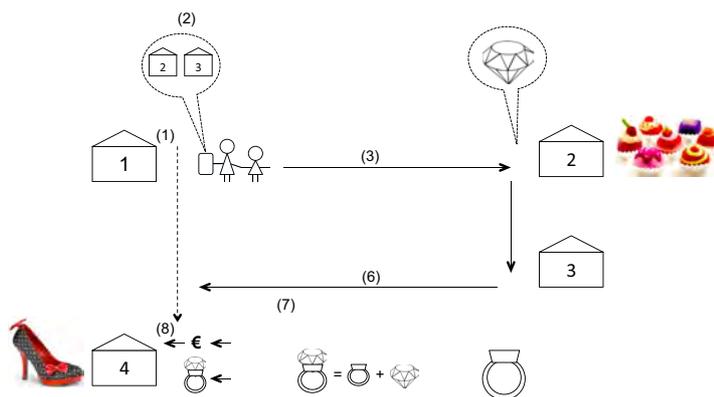
1. Erhöhung der Besuchsfrequenz.
2. Erhöhung der Erlebnisqualität beim Einkauf.
3. Ladengeschäfte rücken wieder in den Fokus der Aufmerksamkeit.
4. Schaffung der Option auf Konversion.

=> **Belebung der Innenstädte.**



3. Methode: Gamification

1. Eine "Rabattschnitzeljagd" motiviert Menschen, Ladengeschäfte aufzusuchen und Angebote wahrzunehmen.
2. Bestandteile: Beratung und Pitch-Video für den Inhaber, Serverplattform und eng mit Ladeninfos verzahntem Spiel (App).
3. Das (virtuelle) Spielerleben mündet in reale Vorteile für den Nutzer.



- (1) Gaby und Tochter Marta bummeln wie geplant an Ladengeschäft 1 vorbei.
 - (2) Gaby erhält von der OFFLINESHOPPER App ein Signal und einen Hinweis auf die Ladengeschäfte 2 und 3.
 - (3) Gaby und Marta wollen einen kleinen Umweg in Kauf nehmen, da Gaby das Angebot von Ladengeschäft 2 attraktiv findet und es bei Ladengeschäft 3 ein noch fehlendes Spielitem gibt.
 - (4) Gaby und Marta gehen an Ladengeschäft 2 vorbei und schauen in die Auslage.
 - (5) Gaby und Marta gehen an Ladengeschäft 3 vorbei, Marta erfreut sich an der Auslage.
 - (6) Gaby und Marta kehren zu ihrem ursprünglich geplanten Weg zurück.
 - (7) Gaby baut innerhalb des verzahnten Spiels ein Spielartefakt
 - (8) Gaby kauft in Ladengeschäft 4 ein Produkt. Ladeninhaber 4 tauscht einen Rabatt gegen das Spielartefakt.
- Zwei Tage später besucht Gaby Ladengeschäft 2, um dann das Gesehene zu kaufen.

5. Entwicklungsstand

1. Prototyp für die nichtspielerischen Komponenten (iOS-App) sind derzeit in der Entwicklung.
2. Spielerische Komponenten sind in der Konzeptionsphase.

6. Quellen

1. Handelsfakten 2016.
2. 1&1-Studie 'Local Listing Report 2015'
3. Schell, Jesse (2016): Die Kunst des Game-Designs. mitp
4. Bartle, Richard (1996). Hearts, Clups, Diamonds, Spades: Players Who suit MUDs.