

# 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

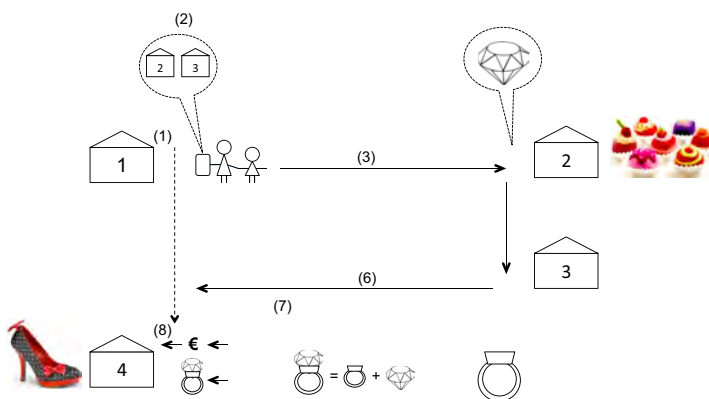
1. Erhöhung der Besuchsfrequenz.
2. Erhöhung der Erlebnisqualität beim Einkauf.
3. Ladengeschäfte rücken wieder in den Fokus der Aufmerksamkeit.
4. Schaffung der Option auf Konversion.

=> **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.