

Voll im Trend - Festival-, Oper- und Theater-APPs

Nachgefragt bei Henrik Genssen, Geschäftsführer miadi GmbH

TheaterManagement aktuell: Herr Genssen, mit Ihrer Firma Miadi haben Sie unter anderem die APP für das Schleswig-Holstein Musik-Festival und das Mosel Musikfestival entwickelt. Warum sollte eine Kultureinrichtung aus Ihrer Sicht eine eigene APP haben?

Henrik Genssen: Eine APP ist für all diejenigen ein zunehmend unverzichtbares Marketinginstrument, die Stammpublikum oder ein umfangreiches Programm haben. Mit dieser APP kann ein Veranstalter seine Besucher kontinuierlich über alles auf dem Laufenden halten, wie z.B. Änderungen in der Besetzung, Termin- oder Spielortverschiebungen auf Grund der Witterung, usw. usw. Der Kulturinteressierte, der sich eine APP, z.B. für das Mosel Musikfestival, auf sein Smartphone oder Tablet PC geladen hat, kann sich ganz nach eigener Interessenslage individuell informieren lassen. Damit entfällt die Notwendigkeit sich ständig selbst aktiv die notwendigen Informationen über die Webseite, Flyer, etc. zu besorgen.

TheaterManagement aktuell: Die APPs aus Ihrem Hause ermöglichen im Wesentlichen den Zugriff auf Informationen zu Programm, Veranstaltungsort und Künstler. Wo sehen Sie den besonderen Mehrwert einer Festival- oder Theater-APP für den Nutzer?

Henrik Genssen: Unsere APPs bieten hier Möglichkeiten, die kein anderes Medium in dieser maßgeschneiderten, seriösen und unaufdringlichen Weise bieten kann – weder Flyer noch Soziale Netzwerke, die ja im Veranstaltungsmarketing eine zunehmend größere Rolle spielen: Der potentielle Besucher einer Veranstaltung kann mit Hilfe unserer APPs selbst entscheiden, in welchem Umfang er über Änderungen und Ergänzungen des Spielplans oder sonstigen News informiert werden möchte.

TheaterManagement aktuell: Welchen Vorteil hat eine App gegenüber einer mobilen Websiteapplikation?

Henrik Genssen: Der Vorteil einer APP gegenüber einer Website liegt zum einen darin, dass das Icon des Veranstalters bzw. der Veranstaltung permanent auf dem Desktop zu finden ist. Das geht zwar auch bei einer Website, ist aber ungleich aufwändiger. Außerdem bekommt der User im Falle des Einsatzes der PUSH-Funktion Informationen zur Veranstaltung (Terminverschiebung etc.) in Echtzeit ohne proaktiv die Website aufsuchen zu müssen. Darüber hinaus können die in der APP aufbereiteten Informationen auch ohne Internetverbindung aufgerufen werden. Der Anwender braucht also nicht immer die volle Netzverfügbarkeit, wenn er z. B. nur nochmal kurz die Adresse des Veranstaltungsortes oder die günstigsten öffentlichen Verkehrsmittel nachschauen möchte.

TheaterManagement aktuell: Wie hoch ist der Aufwand für die Erstellung und den Betrieb einer Festival- oder Theater-APP?

Henrik Genssen: Für die Erstellung der APP berechnen wir einen Jahresbeitrag von 750,- EUR ohne und 1.250,- EUR mit PUSH-Funktion je Handybetriebssystem. Die PUSH-Funktion sorgt dafür, dass der APP-User eine Information, z.B. über eine Terminverschiebung einer Veranstaltung in Echtzeit erhält – d.h. auch wenn er die APP gerade nicht geöffnet hat, bekommt er die Information ähnlich wie eine SMS. Ohne diese Funktion bekommt er die Nachricht erst beim Öffnen der APP oder über die Website. Die Entwicklungen im Mobile-Segment sind so rasant, dass Investitionssicherheit bei einer Kauflösung nicht über ein halbes Jahr hin gewährleistet werden kann. Mit dem Jahresbeitrag stellt unser Kunde sicher, dass er mit der APP immer auf dem neuesten Stand der Entwicklung ist. Zur Pflege der Inhalte nutzt man entweder miadi:publish, unser Outlook-ähnliches Veranstaltungsmanagement-Tool, oder eine gesonderte Schnittstelle, wie es z.B. das Theater Kiel oder die Lübecker Museen machen.

TheaterManagement aktuell: Wie lässt sich eine APP optimal ins Marketing integrieren?

Henrik Genssen: Die APP von miadi kann man quasi wie einen weiteren Vertriebskanal sehen, um die einmal erfassten bzw. importierten Veranstaltungen dem Interessierten zugänglich zu machen. Nur hat dieser Vertriebskanal den großen Vorteil, dass der Veranstalter über ihn auch sehr gezielt Zusatzinformationen an seine potentiellen Besucher übermitteln kann. Damit ist eine APP auch ein hervorragendes Instrument zur Kundenbindung und für das Direct Marketing. Das besondere an diesem Vertriebskanal ist, dass ein enger Kontakt zum Kunden entsteht, ohne die sonst vielfach hinderlichen Datenschutzrichtlinien überspringen zu müssen – sie dabei aber auch nicht zu verletzen, da der Nutzer diese schon beim herunterladen akzeptiert. Die über miadi publish erfassten Daten können im Übrigen auch ganz einfach an andere Systeme weitergegeben werden - z.B. automatisch zu Facebook oder Twitter. Darüber hinaus lassen sich in miadi automatisiert Werbebanner (z.B. Premieren Banner) und Mailverteiler erstellen, die Integration in Stadtportale und der Export zu Excel oder Indesign für Printprodukte sind unproblematisch und es gibt die Möglichkeit der Ticketsystemintegration z.B. zu bagarino. Eine APP mit ihrer kommunikativen Komponente zur direkten Kundenansprache ist die perfekte Ergänzung im Marketingmix.

TheaterManagement aktuell: Wo geht die Entwicklung hin?

Henrik Genssen: Das Handy ist für viele heute unverzichtbar geworden, um den Alltag, oft sogar das gesamte Leben in all seinen Facetten zu organisieren. Es ist aus dem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken und mit seiner Leistungsfähigkeit vielen PC's ebenbürtig. Einkaufen, bezahlen, Gutscheine, Tickets und Abonnements werden noch enger mit den Systemen verknüpft werden. Apple's Passbook und eBays neue Paymentsysteme bie-

ten da schon einen guten Ausblick. Das Einkaufen und Handling von Eintrittskarten wird so kinderleicht und einfach werden, wie Musik bei iTunes zu kaufen. Mit print@home wurde man zwar unabhängig von Öffnungszeiten der Vorverkaufsstellen, aber man war schließlich nicht davor gefeit, das ausgedruckte Ticket daheim zu vergessen....



Henrik Genssen
Geschäftsführer
Miadi GmbH

miadi wurde 2010 gegründet und entwickelt CMS für Events bzw. Veranstaltungskalender für Städte und Portale sowie Marketing-Tools wie z.B. APPs für Kulturveranstalter.
www.miadi.net

Jetzt gratis testen!

Ja, ich will
TheaterManagement aktuell
gratis testen!



Hiermit bestelle ich ab der nächsten Ausgabe

- zwei kostenlose Probehefte** des Informationsdienstes TheaterManagement aktuell. Wenn ich nicht spätestens zwei Wochen nach Erhalt des zweiten Heftes beim Leserservice schriftlich kündige, setzen Sie die Belieferung als Jahresabo* im ersten Jahr zum Preis von € 48,- inkl. Versand und MwSt. für vier Ausgaben fort. Ich spare über 30% (Ausland € 54,- inkl. Versand und MwSt.) Im zweiten Jahr beträgt der Abopreis € 61,36 zzgl. Versand und MwSt. für vier Ausgaben.

*Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht vier Wochen vor Ablauf eines Bezugsjahres schriftlich gekündigt wird. Mir ist bekannt, dass ich diese Bestellung innerhalb von acht Tagen schriftlich widerrufen kann.

per Fax an 0321 / 213 855 72

Name Vorname

Straße PLZ/Ort

Firma Funktion

Telefon Telefax

Datum/Unterschrift