



© privat

Kreativität

Spielerisch in die Zukunft der Tourismuswerbung

Heinz Gressenbauer und Johannes Auer, Oberösterreich Tourismus GmbH

Der Oberösterreich Tourismus organisierte ein besonderes Gamification-Event in Linz. „Ingress“ ist ein von "Niantic Inc." entwickeltes Augmented Reality Spiel mit mehr als zehn Millionen Downloads weltweit. Das Spiel vereint Location Based Gaming und Augmented Reality und lässt seine Spieler so neue Plätze, Orte und Städte entdecken. So wird aus einer realen Stadt eine lebendige Spielewelt.

"Mit dem Ingress-Event in Linz wurden mit kreativer Tourismuswerbung neue Zielgruppen erschlossen und eine ganze Stadt zukunftssträchtig in den Köpfen verankert."

Der Oberösterreich Tourismus und seine kreative Tochtergesellschaft "TTG Tourismus Technologie GmbH" nutzten Ingress für ein Happening der besonderen Art und machten dabei ganz Linz, die Unesco City of Media Arts, zum Spielfeld. In Zusammenarbeit mit Anne

Beuttenmüller von Niantic wurde so der Ingress-Mission Day 2015 entwickelt. Für Linz wurden zwölf Missionen erstellt, die auch nach dem Event noch verfügbar bzw. spielbar waren und so einen Anreiz boten, Linz zu besuchen. Pro Mission gab es einen „Mission Badge“ mit Bezug zu Sehenswürdigkeiten der Stadt und zum Oberösterreich Branding. Der Ingress Mission Day wurde in Linz weltweit erstmalig durchgeführt und fand so großen Anklang, dass er von Niantic in zahlreichen Städten weltweit mit tausenden Teilnehmerinnen und Teilnehmern wiederholt wurde und sich zu einem sehr beliebten Event innerhalb der Community entwickelt hat. Auch für die Tourismuswerbung hat sich der kreative Ansatz ausgezahlt. Über 250 internationale Gäste wurden durch den Event zu positiven Multiplikatoren, über 20 Medienberichte und 90.000 Bildaufrufe trugen das Event in alle Welt. Mehr als 3,5 Millionen Ingress-Spielerinnen und Spieler weltweit erhielten Online Nachrichten zum Event. So konnten mit kreativer Tourismuswerbung neue Zielgruppen erschlossen und eine ganze Stadt zukunftssträchtig in den Köpfen verankert werden. 2018 gab es eine Fortsetzung des Projekts in Kooperation mit dem Tourismusverband Linz: Das Ergebnis war eine erfolgreiche Großveranstaltung mit 1.800 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus dem In- und Ausland. Fotos: