

28.03.2017 - 14:57 Uhr

APA-IT-BusinessBreakfast: Gamification für Medienhäuser - BILD

Expertentalk bei APA-IT-BusinessBreakfast über die Möglichkeiten, Interaktion mit Usern zu erhöhen - entscheidend ist die "Beziehung"

Wien (ots) - Spielen motiviert, fördert Kreativität und schafft positive emotionale Erfahrungen, die nach mehr verlangen lassen. Medienmacher, die ihre User spielerisch einbinden und für Interaktion belohnen, gewinnen dadurch neue Möglichkeiten, für ihre Inhalte zu begeistern und Leser zu binden. Wie und warum das funktioniert, darüber informierte heute, Dienstagvormittag, auf Einladung der APA-IT eine hochkarätig besetzte Expertenrunde und diskutierte im Anschluss mit der interessierten Zuhörerschaft.

Marcus Veit, COO und Managing Partner FehrAdvice, erläuterte in seiner Keynote, wie die Verhaltensökonomie dazu beitragen kann, menschliche Interaktionsmuster zu verändern. "Das Verrückte ist, dass Aufmerksamkeit im Zeitalter der Digitalisierung die knappste Ressource ist, die es gibt", stellte Veit fest und führte weiter aus: "Unternehmen, die erfolgreich sein wollen, versuchen mit Kunden oder Usern zu kooperieren und eine Beziehung mit diesen aufzubauen - Beziehung schafft Aufmerksamkeit."

Entscheidend sei die Art der Beziehung. Bei einer sogenannten transaktionalen Beziehung würden wir immer eine klar umrissene Gegenleistung erwarten, erläuterte Veit. Dieses Konzept sei einfach nachzuahmen und der Wettbewerb finde nur über den günstigsten Preis statt. "Bei einer relationalen Beziehung gehe ich in Vorleistung und weiß nicht, ob der andere das erwidert. Die Medien haben das schon immer gemacht, sie haben Spiele angeboten, z.B. Kreuzworträtsel, und sind damit in Vorleistung gegangen und haben Beziehungen mit den Lesern aufgebaut. Die grundsätzliche Frage ist: Wie kann das im digitalen Zeitalter umgesetzt werden", führte Veit weiter aus. Das Geheimnis seien die richtigen Anreize: "Incentives zu setzen und für Engagement belohnen, z.B. durch einen aufgewerteten Status."

Gamification sei für jede Zielgruppe geeignet, war sich Jochen Hahn, Geschäftsführer des Lifestyle-Magazin miss, sicher: "Es geht darum, den User in ein differenziertes Mindset zu hieven - eines, bei dem er Bereitschaft zeigt, spielerisch Inhalte wahrzunehmen und zu interagieren." Die miss-App belohnt User für Interaktion mit virtuellen Diamanten, die für Waren oder Gutscheine eingelöst werden können. "Der Clou an der ganzen Geschichte ist, dass man Ankerpunkte setzt, mit Produkten, die bei der Zielgruppe extrem beliebt sind und deren Wert nicht direkt in Geld umgerechnet werden kann", so Hahn. Ebenfalls entscheidend sei es, die Zielgruppe möglichst sauber zu definieren und den Content darauf abzustimmen, erklärte Hahn weiter: "Wenn das zusammenpasst, dann habe ich die Grundlagen für ein höheres Engagement-Level geschaffen - das kann dann vermarktet werden."

Jörg Hofstätter, Geschäftsführer ovos media, der viel Erfahrung in der Konzeption und technischen Umsetzung von Gamification-Projekten mitbringt, wies auf die Vorreiterrolle der Gaming-Industrie hin: "Computerspiele können eines besonders gut, sie schaffen es, dass sich Menschen sehr lange und intensiv mit Inhalten beschäftigen. Sie vermitteln das Gefühl von Produktivität, geben Rückmeldung und ermöglichen es, im angstfreien Raum ohne negative Konsequenzen zu scheitern - so helfen Spiele, Fähigkeiten wie Creative Problem Solving zu trainieren" - laut Hofstätter eine der wichtigsten Kompetenzen, die wir im 21. Jahrhundert brauchen. Medien, die mit Gamification arbeiten möchten, empfahl er, klein zu beginnen, Erfahrungen zu sammeln und laufend adaptiv weiterzuentwickeln sowie das Know-How von Game-Designern zu nutzen.

Für Harald Mayer, Chief Digital Officer APA und Leiter des APA-medialab, ist es eine der zentralen Herausforderungen der Medien-Branche, die sogenannte "Zero Price Trap" aufzulösen - viele Leser sind nicht dazu bereit, für digital konsumierten Content zu bezahlen. Gamification sei hier ein vielversprechender Lösungsansatz. "Journalismus kann auch ernste Inhalte spielerisch aufbereiten. Mit Technologien aus der Spieleindustrie, wie Virtual Reality, kann der User aktiv eingebunden werden - das erhöht Verweilzeiten und verbessert die Monetarisierungsmöglichkeiten." Veit fügte hinzu: "Wenn Menschen eine Beziehung eingehen, dann steigt das Interaktionslevel und die Zahlungsbereitschaft." Der Medien-Branche riet er: "Wenn Sie in Beziehungen hineingehen, kommen Sie aus der Zero Price Trap heraus."

Fotogalerie zur Veranstaltung: [<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/9122/>] (<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/9122/>)

Auf der Facebook-Seite der APA-IT ist die Video-Aufnahme des APA-IT-BusinessBreakfast abrufbar: [www.facebook.com/APAITInformationsTechnologie/?ref=ts&fref=ts] (<http://www.ots.at/redirect/facebook16>)

Zwtl.: Über APA-IT

Die APA-IT Informations Technologie GmbH bietet Komplettlösungen mit Fokus auf die Bereiche Media Solutions, IT-Outsourcing und Content Management. Als Tochterunternehmen der APA - Austria Presse Agentur betreibt die APA-IT die Infrastruktur der österreichischen Nachrichtenagentur sowie zahlreicher weiterer Medienbetriebe. Etablierte Systeme und Tools werden kontinuierlich weiterentwickelt und für individuelle Kundenbedürfnisse maßgeschneidert. Dabei steht die APA-IT ihren Kunden als zuverlässiger Partner - von der Konzeption bis zum laufenden Betrieb - zur Verfügung. Know-how und Branchenverständnis machen das Unternehmen zum Spezialisten für IT-Lösungen von Verlagen und Unternehmen mit mediennahen Aufgabenstellungen.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

APA - Austria Presse Agentur
Petra Haller
Unternehmenssprecherin
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel.: +43 1 36060-5710
E-Mail: petra.haller@apa.at
<http://www.apa.at>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/288/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER
VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100058854/100800723> abgerufen werden.