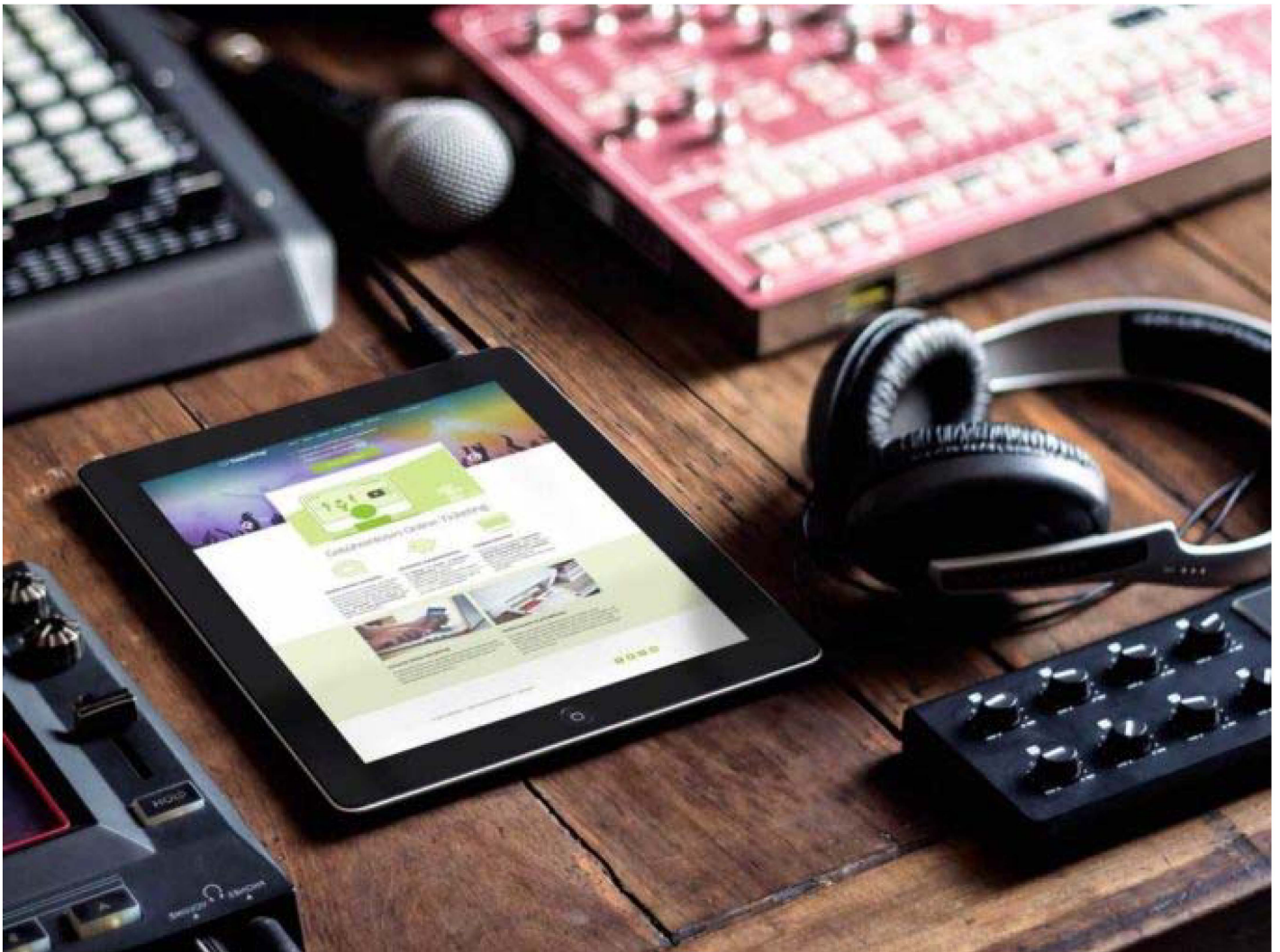


Ticketfrog, der neue Online-Ticketing-Anbieter

CASE STUDY Das neue Vorverkaufsportal ticketfrog.ch bietet Veranstaltern jetzt einen gebührenfreien Online-Ticketing Dienst. Der Clou dabei: Werbeflächen auf den Tickets decken sämtliche Gebühren inklusive Transaktionskosten für Kreditkarten ab, wodurch das Ticketing für den Veranstalter kostenlos wird und die Ticketeinnahmen zu 100% dem Veranstalter zugute kommen.



Online-Ticketing-Anbieter Ticketfrog bringt Veranstalter und Werbetreibende zusammen

Das neue Vorverkaufsportal ticketfrog.ch bietet Veranstaltern jetzt einen gebührenfreien Online-Ticketing Dienst. Der Clou dabei: Werbeflächen auf den Tickets decken sämtliche Gebühren inklusive Transaktionskosten für Kreditkarten ab, wodurch das Ticketing für den Veranstalter kostenlos wird und die Ticketeinnahmen zu 100% dem Veranstalter zugute kommen. Die MySign AG, Agentur & Softwarehaus aus Olten, Entwickler und Betreiber der neuen Ticketing-Plattform, wollen auf diesem Weg Vereinen, Kulturträgern und kleineren professionellen Veranstaltern für ihren Ticketverkauf einen finanziell attraktiven und noch dazu in der Anwendung sehr simplen Service bieten.

Wer sich – etwa als Organisator eines Konzerts oder eines Theaters, aber auch eines Business-Events oder eines ganz einfachen Vereinsabends schon mit Fragen eines Vorverkaufs über Internet auseinandergesetzt hat, wird die Situation kennen: Die fixen und/oder prozentualen Kosten, um Tickets via Internet überhaupt unters Publikum zu bringen, können bei den darauf spezialisierten Anbietern (wie etwa ticketino.com, starticket.ch oder eventbrite.de) beträchtlich sein. Bisweilen ist schon nur das Aufsetzen der Online-Applikation mit fixen Kosten verbunden. Diese Fixkosten, die Gebühren pro Ticket und schliesslich noch die Kreditkartenkommission können sich (etwa für das Theater des Dorfvereins mit 300 Tickets) selbst bei einem günstigen Anbieter schnell mal auf 300 bis 500 Franken summieren – pro Vorstellung. Für einen Verein ist das ein Betrag, der nicht nur einen grösseren Posten im Budget ausmacht, sondern auch den erhofften Gewinn schnell schmälern kann. In dieser für kleine Veranstalter meist komplizierten Situation setzt der neue Anbieter ticketfrog.ch von MySign an – und vereinfacht das Thema: Das Ticketing soll für den Veranstalter künftig schnell, einfach und vor allem kostenlos und so kein Budgetposten mehr sein. Möglich macht das die Idee, dass das print@home-Ticket als Werbefläche dient. In der Startvariante von ticketfrog.ch finden insgesamt sechs Inserate oder Wertgutscheine auf einem Ticket Platz.

Veranstalter profitieren von mehr als nur kostenlosem Ticketing

Von diesem simplen, aber neuen Ansatz profitieren alle Involvierten, von den Event-Besuchern über die Werbetreibenden und die Partner/Sponsoren des Veranstalters bis hin zu – insbesondere – den Veranstaltern selber. Diese haben im Grundsatz schon mal die Wahl, ob sie von der Möglichkeit, Werbung auf den Tickets zu platzieren, überhaupt profitieren wollen. Tun sie das nicht, können sie ein übliches Pricing in Anspruch nehmen, das aber insgesamt immer noch günstiger ist als das der Konkurrenz. Fällt die Wahl aber doch auf die gebührenfreie Variante, bei der Werbeflächen zur Verfügung gestellt werden, profitieren die Veranstalter, ohne selbst weiteren Aufwand betreiben zu müssen. MySign kümmert sich um die Akquisition der Werbetreibenden und konnte dank ihrem grossen Branchen-Netzwerk bereits Werbeflächen verkaufen, sodass das kostenlose Ticketing bereits in der Anfangsphase den Veranstaltern angeboten werden kann. Natürlich kann aber auch der Veranstalter seinen Partnern oder Sponsoren noch attraktive Werbefläche auf den Tickets seines Events anbieten.

Der wohl benutzerfreundlichste Saalplaner überhaupt

Eine ganze Palette von bedienerfreundlichen Eigenschaften rundet das Angebot von ticketfrog.ch für den Ersteller eines Events ab: Der einfach zu bedienende Saalplaner ermöglicht eine individuelle und sitzplatzgenaue Gestaltung eines Veranstaltungsplans. Sowohl von der Usability als auch der Performance her dürfte der Ticketfrog-Saalplaner zurzeit wohl der beste unter allen Ticketing-Anbietern sein, mit beliebig vielen Kombinationen von Ticket-Kategorien, Steh- und Sitzplätzen, VIP-Tischen usw. Und das Beste: Er kann vom Veranstalter selbst direkt online erstellt werden – auch das selbstverständlich kostenlos – im Gegensatz zu manchen Konkurrenten.

Der Veranstalter hat auch die Möglichkeit, eine beliebige Anzahl Plätze selber zu reservieren (beispielsweise für Geladene, für Sponsoren, für einen Offline-Verkauf), die entsprechenden Tickets auszudrucken und selber zu vertreiben. Nach dem Aufsetzen des Vorverkaufs kann das Tool auch in die eigene Website eingebunden oder eine Kurz-URL für die Kommunikation verwendet werden. Mithilfe einer real-time-Statistik kann der Vorverkauf und dessen Verlauf im Auge behalten werden, was es bei Bedarf erlaubt, zusätzliche Werbemassnahmen zu treffen. Für den Anlass erhält der Veranstalter zudem gratis zur Verfügung gestellte Textil-Einlassbänder und kann über ticketfrog.ch Etiketten zum Beschriften der verkauften Plätze ausdrucken. Last but not least ist ein grosses Plus von ticketfrog.ch, dass das Online-Ticketing auch für kostenlose Anlässe aufgesetzt werden kann, beispielsweise für einen Business-Event, der zwar gratis ist, aber für den es doch ein Eintrittsticket braucht, weil die Teilnehmerzahl begrenzt oder die Sitzplätze nummeriert sind.

Grosser Nutzen auch für Käufer und Werber

Die Verantwortlichen der Firma MySign AG freut es besonders, dass es gelungen ist, aus einer internen Idee ein neuartiges Businessmodell im Online-Ticketing zu konzipieren und mit Ticketfrog die Plattform dazu auch gleich selbst zu entwickeln und zu betreiben. Dazu Reto Baumgartner, einer der Initianten: «Wir haben ticketfrog.ch mit seinen Eigenschaften insbesondere für semiprofessionelle Veranstalter ins Leben gerufen, weil es für diese Zielgruppe bis heute keine wirklich zufriedenstellende Lösung gibt. Wir wissen, dass diese Zielgruppe in den meisten Fällen über wenig Erfahrung im Ticketing verfügt. Dasselbe gilt für die Käufer von Tickets. Darum haben wir ein leicht verständliches und intuitives System geschaffen.» Auch darum ist Baumgartner überzeugt, dass die Akzeptanz ebenso beim Publikum gross ist: «Werbung auf einem Ticket ist keineswegs etwas Unbekanntes, sie entspricht vielmehr einem Trend. Das Publikum kennt das, spätestens seit man online print@home-Tickets für den Kinobesuch kaufen kann. Kommt dazu, dass ein Mehrwert entsteht, wenn die Werbetreibenden den Raum etwa für Coupons oder Gutscheine nutzen.» In dieser Möglichkeit sieht Baumgartner denn auch eines der Argumente für Werbetreibende, Coupons auf den Ticketfrog-Tickets zu schalten. Derartige Coupons erschliessen den Werbetreibenden nämlich nicht nur ein vielversprechendes First-try-Publikum und Neukunden, sondern auch eine gute Messbarkeit der Rücklaufquote und damit zuverlässige Aussagen über den Wirkungsgrad der Massnahme. Zusätzliche Argumente sind die gute Platzierung der Werbung (ein Ticket bleibt meistens längere Zeit und verbunden mit vielen Emotionen bei seinem Besitzer und landet nach einer Veranstaltung sogar noch als Erinnerung am schwarzen Brett anstatt im Müll) und ein gutes Pricing: Werbekunden können einen einzelnen Werbeplatz auf Tickets von ticketfrog.ch derzeit für 30 Rappen buchen. Damit liegen die Kosten im vergleichbaren Rahmen wie bei Beilagen oder Couponheften.

Weitere Artikel zu den Themen:

[case study](#) | [MySign](#) | [online-ticketing](#) | [ticketfrog](#) | [ticketing](#)