

beyondarts WebApp: vom Kulturguide zum Marketingtool

Als beyondarts 2014 gegründet wird, hängt der Himmel voller Geigen: Die App gewinnt einen Innovationspreis nach dem anderen, ein Jahr nach der Gründung schafft es das Start-up in die Top-100-Jung-unternehmen Österreichs.

Einziger Schönheitsfehler: ein (ebenfalls prämierter) Businessplan, der sich als wenig zielführend erweist – multimediale, native Kultur-Apps als Ersatz für herkömmliche Audioguides zu kreieren und an den Download-Erlösen zu verdienen. Die beyondarts-Idee: endlich Museen und anderen Kultureinrichtungen neue, zeitgemäße Guiding-Lösungen aufzeigen, die auf den eigenen mobilen Geräten der Besucher laufen und ein enormes Kosteneinsparungspotenzial bei Hardware, Wartung und Personal besitzen. Es liegt auf der Hand: Das muss ein Renner werden!

Falsch. Weder waren Endkunden bereit – und sind es heute noch viel weniger! –, für Apps dieser Art substanziell zu bezahlen, noch sind genügend Museen willens, auf ihre bewährten und teuer bezahlten Guiding-Systeme zugunsten einer App zu verzichten.

Zurück ans Entwickler-Reißbrett

Und obwohl sich für beyondarts dennoch von Beginn an vielversprechende Projekte ergeben, geht das Team im Jahr 2017 zurück ans Entwickler-Reißbrett. Das System soll erweitert und flexibler gestaltet werden, damit sich nicht nur Museumsrundgänge visualisieren lassen, sondern jede Art von Produkt, Service oder Dienstleistung. Mit Text, Bild, mehrsprachigem Audio, Video, 360°VR und vielem mehr.

Und ganz wichtig: Ein neu entwickeltes Content Management System (CMS) muss her, damit Kunden ihre Projekte eigenständig umsetzen können. Weiters wird die beyondarts-Applikation – ursprünglich als ausschließlich native App (offline) zum Download aus den Stores konzipiert – parallel zur Neuentwicklung des CMS um eine WebApp (online) erweitert. Optisch ident, ist die beyondarts WebApp nichts anderes als eine mobile Website: sofort per Link verfügbar und der ungeliebte Download von Content entfällt.

Was jetzt noch zur Vervollständigung des Portfolios fehlt, sind eingebaute Tools, die die Kunden von beyondarts in die Lage versetzen, auch ihr digitales Marketing möglichst in die eigenen Hände zu nehmen. Alle Produkte, Services oder Dienstleistungen, die im Backend selbst visualisiert werden, sollen auch selbst an die Zielgruppe geschickt werden können. Als Link per Mail, Newsletter, auf Social Media oder – ganz old school – per SMS. Also erhält das beyondarts CMS im Jahr 2020 zunächst ein Web-SMS-Tool. Damit können alle

Angebote, Produkte oder Services als Link samt Nachrichtentext an die Mobiltelefone der Stammkunden geschickt werden.

Effektives Marketingtool
Und was zunächst „old school“ anmutet, stellt sich bald als äußerst effektives Marketinginstrument heraus. Denn zwischen all dem Spam in Mails und Social Media, werden SMS zunehmend als vertrauenswürdig empfunden und bedeutend öfter angeklickt als herkömmliche News. Zumal auch nur Stammkunden angesprochen werden, die zuvor ihr Einverständnis zur Verwendung der Telefonnummer gegeben haben. Zusätzlich ergänzt beyondarts den CMS-Baukasten mit konfigurierbaren Response-Buttons, die mit Telefon, Mail oder URL verknüpft werden können. Haben Kunden Interesse an einem Angebot, können sie nun direkt über die Applikation per Telefon oder Mail Kontakt aufnehmen. Oder, wenn der Response-Button mit einem bestehenden Webshop verknüpft ist, auch gleich kaufen, reservieren oder bestellen. Mit Twoway communication schließt sich der Kreis.

Beispiele
Aufgrund der vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten ist das System von beyondarts mittlerweile in der Hotel- und Gastrobranche (u. a. als Website) ebenso im Einsatz wie im Industriebereich als Marketingtool für Baumaschinen oder bei Kliniken und Rehazentren als Tool zur Patientenbetreuung. Projekte im Kultur- und Tourismusbereich stehen nach wie vor auf der To-do-Liste von beyondarts. Jüngstes Beispiel: die App „Ortsspaziergänge Carnuntum-Marchfeld“ in Kooperation mit Donau NÖ mit sechs Rundgängen in Form von Bildern, Texten, Audio, 360°VR und GPS-Karten samt Wegführung sowie sieben kultur-touristische Guides für die Wachau.

Und hier zeigt sich einmal mehr der umfassende Ansatz von beyondarts: Obwohl eine eher klassische Tourismusapplikation, dürfen auch bei den „Ortsspaziergängen“ begleitende Marketingmaßnahmen nicht fehlen. In diesem Fall QR-Co-des, die auf den Stationstafeln jedes Rundgangs angebracht sind. Scannen die Besucher einen QR-Code, landen sie automatisch beim entsprechenden Rundgang der App. Ein Service, der in den ersten zwei Monaten bereits über 3000 Mal in Anspruch genommen wurde.

Weitere Informationen:

Ein weiterer Ansprechpartner:
Mag. Dieter Kschwendt-Michel
Head of Content
T: 0 699 12 17 1747
kschwendt-michel@beyondarts.at

Foto: beyondarts GmbH