

# Information

## zur Pressekonferenz

### mit

**Mag. Andreas Winkelhofer**  
Geschäftsführer Oberösterreich Tourismus

**Dipl. BW (FH) Georg Steiner**  
Geschäftsführer Linz Tourismus

zum Thema

## **Mobile Online-Spiele erschließen neue Zielgruppen für den Tourismus**

**Linz ist neben Singapur und Philadelphia internationaler Hot-Spot der Ingress-Community**

am 21. August 2018 um 10.00 Uhr  
im Ars Electronica Center Linz (Skyloft)

Rückfrage-Kontakt:

Mag. Elisabeth Stephan, Linz Tourismus, +43 732 7070-2937, [elisabeth.stephan@linztourismus.at](mailto:elisabeth.stephan@linztourismus.at)

Elisabeth Kierner, MSc, Oberösterreich Tourismus, +43 664 3030444, [elisabeth.kierner@oberoesterreich.at](mailto:elisabeth.kierner@oberoesterreich.at)

Andreas Winkelhofer, Oberösterreich Tourismus

## ***Mobile Online-Spiele erschließen neue Zielgruppen für den Tourismus***

Die Digitalisierung im Tourismus zählt zu den Meilensteinen der Landes-Tourismusstrategie 2022. Oberösterreich Tourismus setzt dabei erfolgreich auf transmediale Kommunikation und „online first“. Die Zahlen bestätigen den eingeschlagenen Weg: Mittlerweile 87 Prozent der Urlaubsreisen werden online vorbereitet, jede zweite Urlaubsreise wird via Smartphone recherchiert („The Mobile Traveller“, google/TUI 2016).

Die Digitalisierung stellt die Tourismuswirtschaft einerseits vor neue Herausforderungen, eröffnet andererseits zusätzliche Kommunikationsmöglichkeiten. Es bedarf einer laufenden Evaluierung neuer digitaler Kanäle, Trends zu scouten und technische Entwicklungen voranzutreiben. Augmented-Reality-Games gehören zu den jüngeren Themen auf dem Gebiet von Gamification im Tourismus. Mit mobilen Online-Spielen wie „Ingress“ gelingt es, neue Gästesichten anzusprechen und die internationale Positionierung zu festigen.

Am 25. und 26. August 2018 wird Linz neben Singapur und Philadelphia zur digitalen Spielstätte und Austragungsort für „Ingress“-Wettkämpfe. Erwartet werden an diesem Wochenende in Linz rund 1.500 Teilnehmer aus 40 Nationen weltweit. Ingress-Spieler gehören zur Zielgruppe der „Weltenbummler“, die die digitale Welt während des Reisens nicht verlassen, sehr gut vernetzt sind und viele Länder „spielerisch“ und kompakt kennenlernen wollen. Ein Gästetyp, der auch in der Landes-Tourismusstrategie 2022 als potenzieller Oberösterreich-Urlauber beschrieben ist.

„Ingress“ ist ein GPS-basiertes Augmented-Reality-Game, das vom führenden Entwickler von Computerspielen Niantic im Jahr 2012 auf den Markt gebracht wurde. Neben Pokemon Go ist „Ingress“ mit rund 20 Millionen Downloads eines der populärsten Angebote zum Thema Geolocation Based Gaming. Die Teilnehmer bewegen sich dabei in der realen Welt, entdecken neue Plätze, Orte

und Städte – und lösen in zwei Fraktionen virtuelle Herausforderungen, Wettkämpfe und Missionen. So wird aus einer realen Stadt eine lebendige Spielwelt, die hervorragende Möglichkeiten bietet, touristische Inhalte in einem ungewohnten und spannenden Kontext darzustellen.

Neben der unmittelbaren Wertschöpfung während des Events durch zusätzliche Nächtigungen und Konsumation in der lokalen Gastronomie erzeugt der Event für Linz auch einen hohen Werbeeffekt. Denn Niantic betreibt reichweitenstarke Social Media Kanäle (4,5 Millionen Follower auf Google+, 262.505 Facebook-Fans, 120.000 Youtube- und 18.700 Instagram-Follower alleine für das Ingress-Spiel), in denen vor, während und nach der Veranstaltung berichtet wird. Zudem sind die Spieler selbst oft „Influencer“ in ihrem Umfeld: Obwohl das Reisetmotiv bei dieser Gästesicht das Spiel selbst darstellt, werden im Zuge der Aufenthalte Tausende Bilder und Videos der Spielumgebung in deren sozialen Netzwerken gestreut und sorgen für einen unbezahlbaren Werbeeffekt.

Bereits im April 2015 fand der weltweit erste Ingress Mission Day mit 250 Teilnehmern in Linz statt und rief ein großes Medienecho in der Gamification-Fachpresse hervor. Oberösterreich Tourismus und deren Tochterfirma TTG Tourismus Technologie GmbH unterstützten schon damals und wurden für die Zusammenarbeit mit Niantic als eine der besten Kreativwirtschaftsgeschichten 2016 von der Kreativwirtschaft Austria ausgezeichnet.

Neben Gamification setzt der Oberösterreich Tourismus auf weitere digitale Kanäle zur Gästebegeisterung und –information. Als digitales Erfolgsprojekt gilt mittlerweile die Tourismusdatenbank TOURDATA. Darin stehen über 56.000 Datensätze mit für den Gast relevanten Informationen wie Hotels, Gastronomiebetriebe, Sehenswürdigkeiten oder Touren zur Verfügung. Sie werden über die verschiedensten Kanäle der Tourismusorganisationen (Webseiten, Apps) sowie über Schnittstellen zu Wirtschafts- und Kooperationspartnern ausgespielt. Erst kürzlich wurde beispielsweise die App „Römerspuren“ vorgestellt, die mit Daten dieser zentralen Datenbank gespeist wird. Das Potenzial der digitalen Gästeservicierung ist hoch: Derzeit wird ein Prototyp für eine digitale 24 Stunden-Tourismusinfo entwickelt, bei dem neue Technologien aus Sprachanwendungen zum Einsatz kommen. Der Testbetrieb ist ab 2019 geplant.

**Georg Steiner, Tourismusverband Linz**

## ***Linz ist Oberösterreichs Hotspot der Gaming-Szene***

Die Ingress Anomalie bringt tausende Spieler nach Linz, die für Wertschöpfung bei den touristischen Partnern sorgt. Gemeinsam mit Oberösterreich Tourismus unterstützt der Tourismusverband Linz die Firma Niantic bei der Vernetzung mit örtlichen Leistungsträgern wie beispielsweise der Tabakfabrik (die „Headquarter“ für die Spieler ist), dem Ars Electronica Center (das für die Spieler als Live Action Portal die Farbe der Fassade wechseln wird), dem Höhenrausch und der lokalen Gastronomie.

Die Linz-Botschaften und Bilder werden über soziale Netzwerke und die Community in die Welt getragen. Besonders positiv ist, dass der erste Mission Day (2015) dieses Jahr nicht nur in Linz weitergeführt wird, sondern auch für Niantic zur Erfolgsstory wurde. Seit damals wurden weltweit mehr als 300 Mission Days umgesetzt und über 6.000 Missionen von den Teilnehmern absolviert.

Als UNESCO City of Media Arts ist Linz perfekter Standort für Events dieser Art. Der Linz Tourismus ist demnach offen für die weitere, künftige Zusammenarbeit. Denn der spielerische Ansatz im Tourismus wird immer wichtiger und ist ein Segment, wo Linz punkten kann. In einer Zeit, wo das Effizienzdenken immer mehr in den Vordergrund rückt, müssen Alternativen gefunden werden. Die Welt spielerisch zu entdecken, neugierig zu bleiben und dadurch Neues zu erleben, ist ein zukunftsbringender Ansatz.

Der Tourismusverband Linz verfolgt aktuell verschiedene Projekte, die Gamification in den Mittelpunkt rücken. Zum einen wird eine neue Kommunikationsstrategie für den Advent in der Donaustadt erarbeitet. Zentrales Element dabei ist eine Website, die künftige Besucher über Illustrationen und Storytelling an das vielfältige Programm heranführt. Gleichzeitig arbeitet der Linz Tourismus an einem neuen Update der bestehenden Visit-Linz-App. Die Applikation wurde im Vorjahr gemeinsam mit der Linzer Firma mogree entwickelt und umgesetzt. Derzeit finden Einheimische und Gäste darin umfassende Informationen über Sehenswürdigkeiten, Hotels, Gastronomiebetriebe und Veranstaltungen.

Mit dem neuen Update, das im September veröffentlicht wird, kann die Stadt künftig auch spielerisch erlebt werden. Mit dieser Weiterentwicklung wird der Linz Tourismus Vorreiter für touristische Apps.

## Über Ingress

„Ingress“ ist ein wegweisendes Smartphone-Spiel, bei dem die echte Welt mit einem digitalen Multiplayer-Abenteuer verschwimmt. Nachbarschaften und Städte rund um die Welt werden dabei zu einem interaktiven Thriller voller Mysterien und Intrigen. In diesem in der Realität versteckten Science-Fiction-Universum sind die Spieler in zwei Fraktionen unterteilt: „Enlightened“ und „Resistance“. Die Agenten der jeweiligen Teams müssen zusammenarbeiten, um Portale zu entdecken und einzunehmen, die in der realen Welt als Kunstwerke, Wahrzeichen oder Denkmäler getarnt sind. Seit 2012 wurde „Ingress“ über 20 Millionen Mal heruntergeladen und hunderttausende Spieler haben an über 2.000 Events in der echten Welt rund um den Globus teilgenommen. Die größte Veranstaltung dieser Art fand in Tokyo mit mehr als 10.000 Teilnehmern statt.

Aktuell entwickelt Niantic „Ingress Prime“, eine Neuauflage des mit „Ingress“ begonnenen Science-Fiction-Abenteuers. „Ingress Prime“ kommt mit einer komplett überarbeiteten Benutzeroberfläche und neuem Sounddesign. Außerdem werden Spieler durch neueste Augmented-Reality-Technologie und ihre Smartphone-Kamera noch tiefer in diese versteckte Welt eintauchen können. Von der verbesserten Spielerfahrung in „Ingress Prime“ werden sowohl neue als auch bestehende Agenten bei ihrem Wettstreit zwischen Enlightened und Resistance profitieren. „Ingress Prime“ wird noch 2018 für iPhone, iPad und Android-Geräte erhältlich sein. Weitere Informationen und zukünftige Updates unter [ingressprime.com](http://ingressprime.com).