

# Mobile Wiesn-Gaudi

Blue Code setzte auf dem Münchner Oktoberfest erstmals eine mobile Couponing-Kampagne um.

MÜNCHEN. „Wiesn“-Besucher konnten heuer erstmals bei mehr als 50 ausgewählten Wirten, Schaustellern und Fahrgeschäften ihre Brezel, Maß Bier oder Karussellfahrten bargeldlos per App am Handy bezahlen. Möglich machte das die österreichische Smartphone-Zahlungslösung Blue Code, die als erste und einzige mobile Bezahlmöglichkeit auf dem größten Volksfest der Welt zum Einsatz kam.

„Als Alternative zu leergeäumten Geldautomaten und zum umständlichen Bargeld-Handling wurde Blue Code von den Bezahlpartnern und den Usern sehr gut angenommen. Unser Ziel war es jedoch, nicht nur eine mobile Geldbörse umzusetzen, sondern den Usern durch die Verbindung mit Loyalty-Programmen auch *Mehrwerte* direkt am Smartphone zu bieten. Daher haben wir auf der Wiesn erstmals auch eine mobile Kampagne mit Coupons und digitalen Stempelkarten gestartet“, sagt Christian Pirkner, CEO der Blue Code International AG.

## Digitales Couponing

Durch die Nutzung der Blue Code App am Oktoberfest konnten die Besucher direkt in der App an allen Bonus- und Sammelprogrammen der Schausteller und Wirte teilnehmen.

„Als Anreiz für den Download und die Verknüpfung der App mit



© Secure Payment Technologies

Auf dem Oktoberfest ließ sich dank Blue Code bargeldlos per Smartphone App bezahlen.

dem österreichischen oder deutschen Girokonto gab es 55.555 Mal Wiesn-Gaudi zu gewinnen, die in Form von digitalen Gutscheinen in die Blue Code-Apps der Kunden eingespielt wurde“, erklärt Pirkner. Die User konnten frei wählen, ob sie sich damit die Maß im Ammer-Zelt, einen Adrenalinschub beim Power Tower II oder eine Tüte Mandeln kaufen. Zur stärkeren Kundenbindung wurden darüber hinaus mit fast allen Bezahlpartnern digitale Stempelkarten am Handy umgesetzt.

Bei jeder Blue Code-Zahlung sammelten die User automatisch einen digitalen Stempel in ihrer App.

„Die gleichzeitige Abwicklung des Payment- und Loyalty-Prozesses am Handy macht es möglich, dass User zum Bezahlen den Blue Code scannen lassen und nebenbei Bonuspunkte im Programm des Händlers sammeln – ohne die Geldbörse mit vielen gedruckten Bonuskarten zu strapazieren.“

Volle Stempelkarten konnten die Besucher für Getränke, Süßigkeiten oder Freifahrten einsetzen – je nach Sammelprogramm des Händlers.

## Ausbau Payment Plus Services

Die Bonuspunkte vom Oktoberfest verfallen übrigens nicht, denn die Kooperation ist zumindest auf vier Jahre ausgelegt. „Wir arbeiten weiter daran, eine sichere europäische Alternative zu den amerikanischen Mobile Payment-Anbietern zu bieten und unsere Payment Plus-Services auszubauen. Die nächste Möglichkeit, mit Blue Code Punkte zu sammeln oder einzulösen, gibt es auf den Münchner Weihnachtsmärkten, wo wir auch mit einer mobilen Kampagne vertreten sein werden, sowie in Österreich bei einigen Gastro-Betrieben und einer Bäckereikette“, verrät Pirkner. (gs)

”

*Als Alternative zu leergeäumten Geldautomaten und zum umständlichen Bargeld-Handling wurde Blue Code von den Bezahlpartnern und den Usern sehr gut angenommen.*

**Christian Pirkner**  
CEO Blue Code

“



© Thaus Images