

Online-Tickets im Nano-sekundentakt

Der Verkauf von Tickets im Internet ist eine Wissenschaft für sich.

Die Schlange am virtuellen Ticketstand ist nicht nur deutlich länger als in der Realität, sondern kommt quasi gleichzeitig zum Zug, sobald der Verkaufsstart erfolgt ist.



Konzertmagie beim Paléo Festival in Nyon

MILLIONEN PALÉO ELCA KUNDEN TICKETS SAAS-LÖSUNG ANDRANGSTROM ERÖFFNEN HANDELT

Mit knapp 200'000 Besuchern ist das Paléo Festival in Nyon zusammen mit dem Montreux Jazz Festival das grösste Musikfest der Romandie. Natürlich ist der damit verbundene logistische Aufwand immens: nicht nur physisch, sondern auch virtuell, denn Teile der Organisation sind unlängst ins Internet gewandert, so zum Beispiel der Ticketverkauf.

Partner hier ist Elca aus Lausanne, die mit Secutix eine Lösung entwickelt hat, die nicht nur in Nyon, sondern beispielsweise auch bei der Pariser Oper sowie dem Stade de France zum Einsatz kommt. Das Szenario beim Paléo Festival ist allerdings extrem, da sich die gesamte Nachfrage fast nur auf den ersten Tag des Online-Verkaufs konzentriert, beziehungsweise auf die ersten Minuten desselben. Hier gehen 2000 Tickets pro Minute über den virtuellen Ladentisch, die in 15 Minuten einen Umsatz von zwei Millionen Franken generieren. Bei konstanter Auslastung würde das einem täglichen Volumen von etwa 100 Millionen Franken und einer Million Verkaufstransaktionen entsprechen. Dafür muss im Hintergrund grosse Rechenpower zur Verfügung stehen. Eine entsprechende Lösung wäre sehr teuer, wenn sie speziell für das Paléo gebaut werden müsste. «Das ist wie bei der Elektrizität. Wenn Sie eine Stadt mit Strom versorgen wollen, brauchen Sie die gleiche Anlage, egal ob sie an einem Tag oder an 365 Tagen läuft», so Viktor Gerweck, Head of Operation and Support bei Elca. Ein ideales Einsatzgebiet also für eine SaaS-Lösung (Software-as-a-Service) wie Secutix.

Spielregeln

Es ist kritisch, den Kundenansturm schon vor Beginn des Verkaufs zu kanalisieren.

In der physischen Welt dient dazu die Schlange vor dem Geschäft. Online löst man das etwas anders. Ein virtueller Warteraum wird kurz vor Verkaufsbeginn eröffnet, damit die Salesmannschaft sich ein Bild vom Andrang machen und die entsprechenden Ressourcen allozieren kann. Anschliessend wird den wartenden Kunden eine Nummer zugeteilt, ähnlich wie bei der Post. Der Verkauf beginnt wenige Minuten später und orientiert sich in der Reihenfolge an den Wartenummern.

Das klingt gemütlicher, als es ist, denn beim Paléo Festival handelt es sich im Elca-internen Jargon um einen sogenannten Raketenverkauf. Zehntausende Menschen kaufen innerhalb weniger Minuten zehntausende von Tickets. Das sorgt für Überschneidungen, welche die Software beherrschen muss. Durch die verschiedenen Tickettypen wie Einzel- und Tagesbillette sowie Dauerkarten entstehen viele Kombinationsmöglichkeiten. Dazu kommt die Versorgungslage. Die Anzahl Tickets ist begrenzt, und die Kunden müssen ihren Nummern entsprechend bedient werden. Im Sinne einer guten Kundenbindung muss Secutix auch dafür sorgen, dass diejenigen, die vielleicht nur einen Teil der angestrebten Tickets erwerben können, eine höfliche Absage erhalten. Zudem sollten, wenn immer möglich, Alternativen angeboten werden. Secutix kann aber noch mehr: Per URL kann man Partnern schnell einen eigenen Webshop stellen und so zusätzliche Verkaufskanäle eröffnen. Ausserdem kann die Software ins ERP und CRM eingebunden werden, um mit Hilfe der Kundendaten spezifische Angebote zusammenzustellen. Auch da, wo einmal etwas mehr Zeit ist.

Christian Walter