

11.08.2016 | 15:21 Uhr 12.08.2016 um 10:23 Uhr

Pokémon Go(es) Rabatt: So macht Ihre Rabattaktion den Unterschied



Mit Pokémon Kunden locken

Man kann Rabatte einfach so anbieten. Oder man kann sie intelligent in den größten Spiele-Hype der letzten Jahre einbinden. Egal, wo man aktuell hinschaut, überall wird Pokémon Go gespielt. Einige Unternehmen nutzen den Hype für sich und kombinieren Ihre aktuellen Rabattaktionen mit Pokémon Go. Pricingexperte Oliver Roll hat drei Pokémon Go Rabattaktionen unter die Lupe genommen.

Von Gastautoren Oliver Roll und Sebastian von Burstin, Unternehmensberatung Prof. Roll & Pastuch

Bei einer guten Rabattaktion kommt es nicht nur auf den reinen Geldvorteil an. Sie muss vor allem auch kreativ sein und zum Unternehmen passen. Hier zeigen sich immer wieder deutliche Unterschiede bei Rabattaktionen. Analysiert wurden bei den drei Aktionen die Kreativität der Aktion, die Integration in die eigene Geschäftsidee und der Zielgruppenfit.

Bei den nachfolgend vorgestellten Aktionen von easyfitness.de, BerlinLinienBus und den Burger Buben sind es insbesondere die Kreativität und die Integration in die Rabattaktion, die den Unterschied machen.

1. Rabatt im Fitnessstudio

Wer bei der Anmeldung bei easyfitness.de seine [Pokémon Go App](#) und die dort

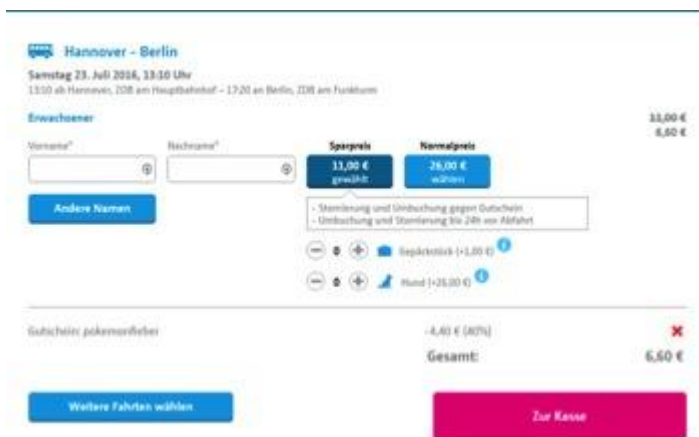


gelaufenen Kilometer vorzeigt, erhält pro Kilometer 1 Euro Rabatt auf die Anmeldegebühr. Maximal sind 99 Euro Rabatt möglich (entspricht der normalen Anmeldegebühr).

Den Rabatt an gelaufene Kilometer mit Pokémon Go zu koppeln, passt optimal zur Grundidee eines

Fitnessstudios. Zudem gewährt man nicht allen Kunden automatisch den gleichen Rabatt

2. Rabatt bei Fernbusreisen



Bis zum 21.07.2016 erhielten Kunden 40% Rabatt auf alle Fahrten mit BerlinLinienBus, wenn Sie den Rabattcode [pokemonfieber](#) eingaben. Busfahrten innerhalb einer Stadt sind bei Pokémon Spielern durchaus beliebt, da hier in kurzer Zeit sehr viele [sogenannte Pokéstops](#) erreicht werden können. Bei Fernbusreisen auf Autobahnen hingegen findet man hingegen nur selten Pokéstops.

BerlinLinienBus setzt zwar auf den aktuellen Hype, verpasst aber die Chance, die Rabattaktion kreativ zu integrieren.

3. Rabatt beim Burger essen



Die BurgerBuben in München vergeben je nach Teamzugehörigkeit bei Pokémon Go (man kann sich im Spiel einmalig für eine der drei Farben entscheiden) einen Rabatt von 5%, 7% bzw. 9% auf die Bestellung. Wer Pokémon Go spielt, bewegt sich viel an der frischen Luft auf der Jagd nach neuen Pokémon und dem

Besuch von Arenen und Pokéstops. Das macht hungrig und passt damit zum Burger

essen. Zudem zeigen die BurgerBuben durch die drei Rabattstufen, dass sie sich mit dem Spiel auseinandergesetzt haben.

Insgesamt spielen alle drei Aktionen geschickt mit dem Pokémon Thema. Auch passt bei allen drei Unternehmen der Bezug zur eigenen Zielgruppe. EasyFitness gelingt es aber mit Abstand am besten, die Idee von Pokémon mit der eigenen Geschäftsidee zu integrieren. Da der Pokémon Go Hype noch ein Weilchen andauern wird, werden wir sicherlich noch viele interessante Pricing- und Marketingaktionen sehen, die auf Pokémon aufbauen.

Zum Autor: Prof. Dr. Oliver Roll ist einer der führenden Pricingexperten Deutschlands. Er ist Inhaber des Lehrstuhls für Internationales Marketing und Preismanagement an der Hochschule Osnabrück sowie Gründer der Unternehmensberatung Prof. Roll & Pastuch – Management Consultants.