

16.11. 2016

Kampagne von Ticketpark spielt mit Absurditäten des Schweizer Ticketing-Marktes

Von ticketpark



Bild Rechte

Ticketpark GmbH

Bern, 16. November 2016 (PPS) **Pflicht-Login und unfaire Gebühren: Gäste werden bereits beim Ticketkauf mit unnötigen Hürden schikaniert. Eine neue Kampagne des Berner Ticketinganbieter Ticketpark zeigt die Absurdität solcher Praktiken.**

Sie werden für den Ticketkauf auf Drittplattformen weitergeleitet und erhalten im Gegenzug den Newsletter des Ticketvermarkters statt des Veranstalters. Diese Situation ist nur eine von vielen Absurditäten, welche für Ticket-Käufer zum Alltag gehören. Der Berner Ticketinganbieter Ticketpark hat seit Beginn darauf gesetzt, solch benutzerunfreundliche Methoden gar nicht erst einzuführen.

In einer aktuellen Kampagne zeigt Ticketpark nun, wie absurd diese Praktiken in anderen Alltagssituationen wirken würden: Ein Kellner, der seine Gäste zur Bestellung in den gegenüberliegenden Supermarkt schickt ist genauso unvorstellbar, wie ein Markthändler, der für den Kauf von Gemüse ein Passwort verlangt.

«Benutzerfreundliche Alternativen sind Teil unserer Mission»

«Die altbekannten Ticketinganbieter haben Veranstalter und Ticketkäufer an sinnlose und abzockerische Praktiken gewöhnt. Aufklärungsarbeit und das Aufzeigen benutzerfreundlicher Alternativen sehen wir als Teil unserer Mission», erklärt Geschäftsführer Manuel Reinhard den Zweck der Kampagne. Die zurzeit drei Sujets werden als Direct-Mailing an Veranstalter verschickt und als Werbemittel in sozialen Medien verwendet.

Direktvertrieb als Trend im Ticketingmarkt

Im Zentrum der Lösung von Ticketpark steht der Verkauf von Tickets im Eigenvertrieb über die Kanäle des Veranstalters anstatt eines Ticketvermarkters. Mit Ticketpark kommunizieren die Veranstalter mit ihren Gästen im eigenen Look & Feel.

Intransparente Gebühren ärgern auch Konsumentenschutz

Den Gipfel der Absurdität erreicht haben Ticketing-Anbieter damit, dass sie versteckte Gebühren über die Veranstalter auf deren Gäste abwälzen. Dies ärgert nicht nur Kunden, sondern beschäftigt auch den Schweizerischen Konsumentenschutz (SKS). Dessen Geschäftsleiterein, Sara Stalder, sagte erst kürzlich gegenüber «persoenlich.com»: «Die Ticketpreise sind noch lange nicht der effektiv bezahlte Preis. Mirakulöserweise werden allerlei Gebühren aufgerechnet und das geschieht vollkommen intransparent – diese sind nirgends einsehbar und tauchen während des Bestellvorgangs auf.»

Ticketpark setzt darauf, den Ticketkauf so benutzerfreundlich und einfach wie möglich zu gestalten – kein Login, keine versteckten Gebühren und direkter Ticketverkauf über die Website des Veranstalters.

Kampagnenwebsite

ticketpark.ch/fertig-absurd

Über die Organisation:

Ticketpark ist ein 2010 gegründeter Event-Ticketing-Dienstleister, welchen Veranstaltern den Direktvetrieb von Tickets über eigene Kanäle und im eigenen Look ermöglicht. Ticketpark betreut mehrer hundert Veranstalter aus Kultur, Sport und

Business. Dazu gehören unter anderen das Freilichttheater Gurten, die opera viva Obersaxen, das Swiss Leadership Forum, die Rhätische Bahn und die TEDxZurich.

Webseite: ticketpark.ch

Pressekontakt:

Manuel Reinhard, Geschäftsführer

E-Mail: manuel.reinhard @ ticketpark.ch

Telefon: 031 307 78 09

Ticketpark GmbH

Birkenweg 61

3001 Bern

Kampagnen-Website:

ticketpark.ch/fertig-absurd

Kategorie

IT & Software & Neue Medien

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/kampagne-ticketpark-spielt-absurditaeten-des-schweizer-ticketing-marktes>