

# Innenstädte im Dornröschenschlaf – weiter träumen oder mit UpVisit aufwachen

Ein Interview mit Alicia Sophia Hinon, Co-Gründerin und COO von UpVisit

Gegründet wurde UpVisit im Mai 2022 von Katharina Aguilar (CEO), Alicia Sophia Hinon (COO) und Bayer Acu (CTO). Seit März 2023 sind die Plattform UpVisit und die dazugehörigen iOS- und Android-Apps live. UpVisit steht unter dem Motto: die ultimative Verflechtung von analoger und digitaler Welt. Der vorliegende Beitrag wurde uns zur Verfügung gestellt von UpVisit.



Alicia Sophia Hinon

**Frau Hinon, wie sind Sie auf die Idee gekommen, UpVisit zu gründen?**

Unsere Innenstädte erleben einen schleichenden Niedergang. Bereits 60 Prozent aller Interaktionen finden online statt – ein Trend, der sich rapide verstärkt. Physische Orte geraten in der digitalen Welt zunehmend in den Hintergrund. Shops, Kulturstätten, Museen, Show-

rooms, Ausstellungen, Galerien, Archive, Zoos, Hotels, Malls, Gastronomien, Stadtzentren und Freizeitparks sehen sich mit sinkenden Besucherzahlen und rückläufigen Umsätzen konfrontiert. Dabei bergen gerade diese Orte ein enormes Potenzial und erfüllen wichtige gesellschaftliche Funktionen. Hier treffen sich Menschen, interagieren miteinander und nehmen am öffentlichen Leben teil. Sie bieten einen Erlebniswert, den die virtuelle Welt bisher nicht erreichen kann. Unser Ziel ist es, den physischen Orten virtuelle Sichtbarkeit zu verleihen – und das durch eine kostengünstige, bequeme und automatisierte Lösung. Wir möchten die Innenstädte wieder mit Leben erfüllen!

**Was ist das Besondere an der UpVisit-App?**

Das Besondere an der UpVisit-App liegt in ihrer Fähigkeit, über herkömmliche Ansätze hinauszugehen und den vielfältigen Anforderungen der Besucher gerecht zu werden. In der heutigen Zeit bieten viele Institutionen, wie Museen, Einzelhandelsgeschäfte und Städte, bereits ihre eigenen Apps an, was eine positive Entwicklung darstellt. Dennoch reicht dies vielen Besuchern nicht aus. Auf der einen Seite erhoffen sie sich individuell angepasste Angebote oder Anreize im Rahmen ihrer Customer Journey, beispielsweise durch die Integration von Gamification. Auf der anderen Seite wünschen sie sich eine Anwendung, die sämtliche relevante Orte integriert, um nicht für jede Einrichtung eine separate App herunterladen zu müssen.

Um solche umfassenden Lösungen zu erstellen, muss ein hoher zeitlicher und finanzieller Aufwand betrieben werden. Dies ist für viele Betreiber nicht realisierbar. Hier setzt UpVisit an – mit unserer App wird dieses Problem gelöst. UpVisit ist die erste Plattform, die es analogen Orten ermöglicht, unabhängig von Größe, Kapazität und Budget ein maßgeschneidertes digitales Erlebnis zu entwickeln. Wir bieten nicht nur eine zentrale App, in der verschiedene Orte vertreten sind, sondern ermöglichen auch eine ganzheitliche Customer Journey, die den individuellen Bedürfnissen und Erwartungen der Besucher gerecht wird. Innerhalb unserer App lassen sich verschiedene Orte in der Nähe finden und als Favoriten speichern. Beim Besuch des Ortes können Nutzerinnen und Nutzer durch QR-Codes auf multimediale und mehrsprachige Informationen zurückgreifen: von Speaker Line-ups auf Messen, Aromaprofilen im Weinladen, Challenges und Touren auf Messen, Navigation oder Audiodateien im Museum.

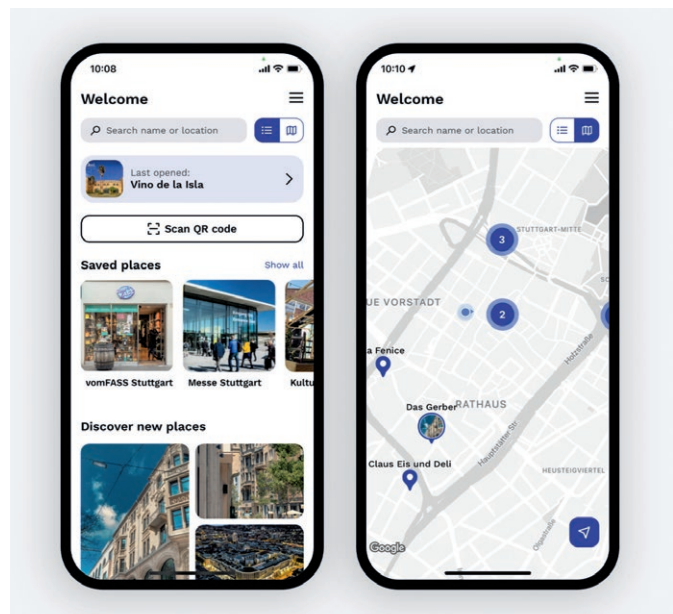


Abb. 1: Mockups features digitale Präsenz

## Inwiefern glauben Sie, dass UpVisit einen Beitrag dazu leisten kann, die Herausforderungen der zunehmenden Digitalisierung und den damit verbundenen Rückgang der physischen Besuche in Innenstädten zu bewältigen?

Unsere Mission besteht darin, analoge Einrichtungen durch die Integration von digitalen Erlebnissen wieder attraktiv zu gestalten und damit die Besucher zurück in die Städte zu locken. Im Fokus unserer Bemühungen stehen dabei die sich wandelnden Bedürfnisse der Besucherinnen und Besucher, denen wir in unserer App gerecht werden wollen. In der heutigen Zeit suchen Kunden beispielsweise vermehrt nach Informationen zu den Produkten, die sie erleben und erwerben möchten – sei es die genaue Stoffzusammensetzung eines Pullovers oder die Inhaltsstoffe eines Weins. Das Smartphone wird bereits heute in den Geschäften genutzt, um bei Google nach Informationen über die Produkte zu suchen. Im Zweifel treffen die Kunden dort auf Angebote der Konkurrenz und verlassen das Geschäft wieder. Es ist also viel zielführender, Besucher mit eigenen Inhalten zu informieren, ohne eine weitere Verkaufsperson abzustellen. Durch die Bereitstellung von detaillierten Informationen verleihen wir den physischen Orten eine völlig neue Tiefe, die den Bedürfnissen der Kunden gerecht wird.

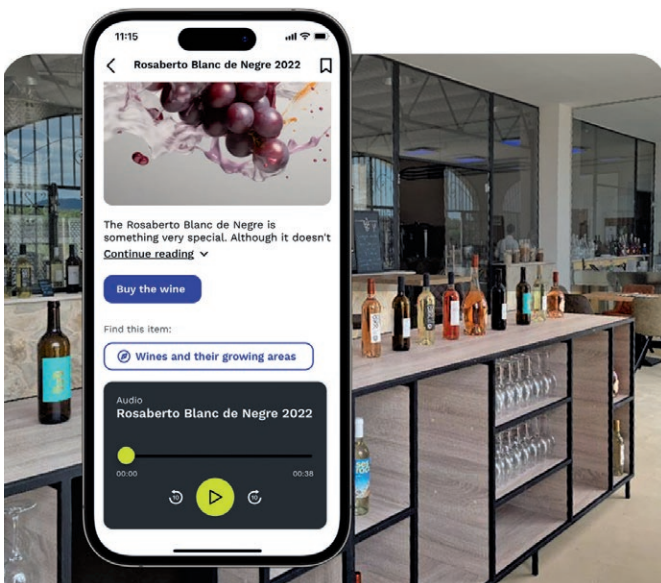


Abb. 2: Weininformation direkt im Laden

## Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit Geschäften, Museen und anderen Einrichtungen, die sich für eine Integration in die UpVisit-Plattform entscheiden?

Die Zusammenarbeit mit Geschäften, Museen und anderen Einrichtungen gestaltet sich unkompliziert und zeitsparend. Unser Ansatz basiert auf drei einfachen Schritten zu einem digitalen Erlebnis:

- Interaktive Inhalte erstellen im CMS in Minuten: Mithilfe unseres benutzerfreundlichen Content-Management-

Systems (CMS) ist es leicht, interaktive Inhalte für den ausgewählten Ort zu gestalten – sei es die Integration von Videos, Audiodateien oder Fotos. Durch die Nutzung von KI-Technologien können ansprechende multimediale Inhalte binnen weniger Minuten erstellt werden. Sie können aus einzelnen Bausteinen per Drag-and-Drop ihr Erlebnis zusammenbauen.

- QR-Code Kit herunterladen:

Unser CMS generiert automatisch ein persönliches Media-Kit mit den entsprechenden QR-Codes. Dieses Kit kann direkt heruntergeladen werden. Die QR-Codes müssen dann in den Räumlichkeiten verteilt werden, wo Besucher sie anschließend scannen.

- Besucher erkunden Inhalte:

Nach dem Scannen der QR-Codes erscheinen die interaktiven Multimedialeinhalte in der UpVisit-App.

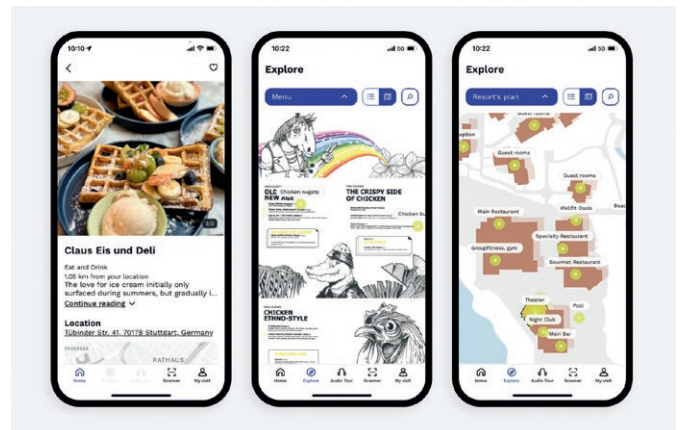


Abb. 3: Mockups Sektor Gastronomie

## Wie ermöglicht UpVisit Betreibern, die keine Programmierkenntnisse oder über wenige multimediale Inhalte verfügen, die Erstellung einer umfassenden Customer Journey?

Das hängt natürlich von den vorhandenen Inhalten und den gewünschten Features ab. Unsere standardisierten Features und Lizenzen lassen sich problemlos über das intuitive Content-Management-System (CMS) nutzen. Betreiber können einen Ort mit grundlegenden Informationen, wie Name, Adresse, Kontaktdaten und Bildern, binnen weniger Minuten erstellen und mit einem einfachen Knopfdruck veröffentlichen. Falls Betreiber Hilfe bei der Erstellung ihres Ortes oder der Inhalte benötigen, steht ihnen unser Expertenteam zur Verfügung und bietet individuelle Unterstützung an. Zusätzlich zu unseren standardisierten Angeboten bieten wir auf Wunsch auch maßgeschneiderte Features an und übernehmen beispielsweise die Contenterstellung (z. B. Augmented Reality) oder passen das Branding der Location an ihre Bedürfnisse an. Wir verstehen uns nicht nur als App-Anbieter, sondern wollen unseren Kundinnen und Kunden dabei helfen, ihre oftmals ganz individuellen Prob-

leme zu identifizieren und mit der UpVisit-App bestmöglich zu adressieren.

### Können Sie eine konkrete Erfolgsgeschichte nennen?

Eine Erfolgsgeschichte liegt in unserer Partnerschaft mit vomFass, einem Unternehmen, das seit 1994 feinste Produkte anbietet, die in individuellen Portionsgrößen abgefüllt werden können. In dem hart umkämpften Markt für Delikatessen und Spirituosen besteht die Herausforderung darin, sich von anderen abzuheben und gleichzeitig die Balance zwischen traditioneller Beratung und moderner Technologie zu finden.

In unserer Zusammenarbeit mit vomFass streben wir einzigartige Vor-Ort-Erlebnisse an. Die App bietet ein reichhaltiges Angebot an multimedialen Produktinformationen für ein nahtloses Einkaufserlebnis. Das Hauptziel besteht darin, Kunden langfristig durch exklusive Angebote, Treueprogramme und interaktive Funktionen zu binden sowie ein Gefühl der Gemeinschaft unter Feinschmeckern zu schaffen. Derzeit präsentiert UpVisit eine ausgewählte Palette der Spezialprodukte von vomFass. Unser Ziel ist es, nicht nur Informationen zu vermitteln, sondern auch eine emotionale Verbindung zu schaffen. In unserer App können die Nutzerinnen und Nutzer neben den verschiedenen Aromaprofilen auch die aromagebenden Zutaten entdecken und sich Details zu den Produkten anhören. Dabei wird das Probieren durch das gesamte Sortiment zu einer sinnlichen Erfahrung, die unmittelbar Teil der Käuferfahrung bei vomFass wird.

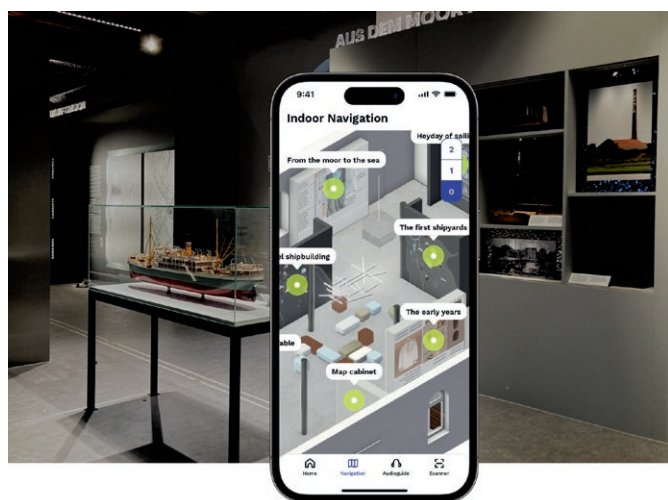


Abb. 4: UpVisit als Anwendung im Museum

Unsere Partnerschaft zeigt, wie die Integration einer digitalen Lösung traditionelle Geschäftsmodelle zu einer bereichernden Erfahrung für Kundinnen und Kunden macht und gleichzeitig das Unternehmen dabei unterstützt, seine Zielgruppe zu erweitern und eine starke Kundenbindung aufzubauen.

### Welche Herausforderungen und Chancen sehen Sie für UpVisit in der Zukunft, insbesondere in Hinblick auf die ständige Weiterentwicklung der digitalen und analogen Technologien?

Die Herausforderung besteht darin, flexibel auf rasante Veränderungen reagieren zu können, während die Chance darin liegt, durch kontinuierliche Innovation und Anpassung an neue Technologien einen Mehrwert für unsere Nutzer zu schaffen. Mit unserer Ausrichtung auf agile Entwicklung und enge Interaktion mit unseren Kundinnen und Kunden positionieren wir uns optimal, um der sich wandelnden Tech-Landschaft proaktiv zu begegnen.

### Was ist die Motivation dahinter, die digitale und reale Welt miteinander zu verbinden?

Die Motivation, die digitale und reale Welt miteinander zu verbinden, entspringt der Überzeugung, dass diese beiden Sphären sich nicht ausschließen, sondern vielmehr eine Symbiose eingehen können. In unserer zunehmend digitalisierten Zeit erkennen Betreiber von physischen Orten die unumgängliche Notwendigkeit zur Digitalisierung. Diese Verbindung des Digitalen und Realen ermöglicht nicht nur eine Anpassung an moderne Technologien, sondern eröffnet auch völlig neue Dimensionen der Interaktion und des Erlebnisses für Besucherinnen und Besucher.

Indem wir die digitale und reale Welt miteinander verschmelzen, schaffen wir nicht nur eine Brücke zwischen Vergangenheit und Zukunft, sondern auch ein Umfeld, das die Stärken beider Welten optimal nutzt. Der physische Raum der realen Welt ermöglicht Erfahrungen, die in diesem Maße in der digitalen Welt nicht möglich sind. Warum also neigen wir dazu, freiwillig darauf zu verzichten? Unsere Vision geht über den bloßen Überlebensdruck hinaus und setzt sich dafür ein, dass physische Orte ihre Authentizität bewahren und gleichzeitig von den zahlreichen Möglichkeiten der digitalen Technologie profitieren können. Es geht darum, eine lebendige Verbindung zu schaffen, die nicht nur den Anforderungen der Gegenwart gerecht wird, sondern auch eine nachhaltige Grundlage für die Zukunft schafft.

### Frau Hinon, vielen Dank für das Gespräch und die Informationen.