

CASE STUDY

KÖNIG-PILSENER-ARENA AUSGESTATTET MIT DIGITALER PLATTFORM „SMART VENUE“ FÜR DIE ZUKUNFT



Große öffentliche Veranstaltungsorte stellen eine der größten Herausforderungen für Netzwerke dar. Riesige Flächen werden während der Woche zu 90 % nicht genutzt, um dann für wenige Stunden mit Tausenden Menschen gefüllt zu werden.

Ganz gleich ob Sport, Musik oder Theater – diese Menschen möchten einen ganz besonderen Abend erleben. Obwohl sie natürlich nur für das eigentliche Event gekommen sind, erwarten sie, schnell und unkompliziert auf das Internet zugreifen zu können. „Die Menschen möchten einfach immer online sein“, meint Henrik Häcker, Geschäftsführer der SMG Entertainment Deutschland GmbH (eine Marke von ASM Global).



ERSTKLASSIGE KONNEKTIVITÄT

Die König-Pilsener-ARENA ist eine Mehrzweckhalle in Oberhausen, die 1996 gebaut wurde. Sie gehört zur weltweit tätigen ASM Global Gruppe, die mehr als 300 Veranstaltungsorte rund um den Globus betreibt.

Unter allen Veranstaltungsorten in der Gruppe bietet die Arena in Oberhausen eine der besten Netzwerkinfrastrukturen. Wenn die Halle zu Spitzenzeiten mit 12.555 Besuchern vollständig ausgelastet ist, steht jedem Gast eine Bandbreite von bis zu 6 Mbps kostenlos zur Verfügung.

„Als wir die Halle 1996 eröffnet haben, dachte noch niemand an die Digitalisierung“, erzählt Häcker. „Heute sind wir immer digital verbunden. Unsere Veranstalter, unsere Operationen und unsere Kunden verlangen Konnektivität.“

Fragmentiertes Netzwerk vereinheitlicht

Die ASM Global Gruppe beauftragte Aruba 2017 mit der Modernisierung der Netzwerkinfrastruktur in der König-Pilsener-ARENA.

„Damals war das Netzwerk völlig unübersichtlich. Es gab unterschiedliche Zugriffspunkte für die Händler, für den Ticketverkauf und

ANFORDERUNGEN

- Simultaner Internetzugang für mindestens 6.500 Besucher
- Einfaches Netzwerkmanagement und Überwachung auf einer einzigen Plattform
- Erstellen von neuen Touchpoints für Besucher und erfassen von nützlichen Daten für kommerzielle Partner

LÖSUNG

- 802.11ac High-Density Indoor- & Outdoor APs
- Mobility Controller
- Mobility Conductor
- ArubaOS 8
- Aruba Campus Core & Access Switches
- ClearPass Policy Manager und NAC
- AirWave Netzwerkmanagement

ERGEBNISSE

- Bandbreite bis zu 12 Mbps pro Besucher
- Dynamischere Verkaufsumgebung mit flexiblen Verkaufspunkten
- Erfassen von Daten für zukünftige Promotions
- Echtzeitüberwachung des Verkaufs
- Digitale Plattform, auf der Tour-Promoter mit ihren Zielgruppen interagieren können
- Erstklassige Konnektivität, die die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber anderen Veranstaltungsorten stärkt

“ Der Veranstaltungsmarkt wird zunehmend digital. Wir müssen uns auf die Zukunft vorbereiten und die Aruba Lösung legt für uns die Grundlage für zukünftige Innovationen. ”

HENRIK HÄCKER

GESCHÄFTSFÜHRER DER SMG ENTERTAINMENT DEUTSCHLAND GMBH (EINE MARKE VON ASM GLOBAL)

für unsere Büros“, erinnert sich Mark Hausmann, IT-Leiter. „Verwaltung und Wartung des Netzwerks waren furchtbar.“

Unsere heutige Lösung beruht auf den 150 Aruba 802.11ac Wave 2 Indoor und Outdoor Access Points: hochdichte AP der 310er Serie für die Innenbereiche und wetterfeste AP der HD 370er Serie und AP der 340er Serie für die Außenbereiche. Wir mussten jeden einzelnen Access Point genau erfassen und ausrichten, um eine gleichbleibende Signalstärke und gleichmäßige Abdeckung in der Halle zu erreichen. Die Switches Aruba 5406R Campus Core und 2930M Campus Edge sind das kabelgebundene Rückgrat für das WLAN-Netz. Die AP werden mit zwei Aruba 7210 Mobility Controllern und einem Mobility Conductor gesteuert. ArubaOS 8 bietet Zero Touch Provisioning für neue Komponenten, ununterbrochenen Service während der automatisierten Live-Updates und viele weitere

Funktionen für das IT-Team. Auch wird das gesamte System allein mit AirWave überwacht und verwaltet.

Der Internetzugang für die Mitarbeiter ist geschützt und wird über ClearPass bereitgestellt. Dieser Service könnte in Zukunft auch auf das öffentliche WLAN-Netz ausgeweitet werden. Der aktuelle öffentliche WLAN-Zugang wird von einem externen Anbieter bereitgestellt, aber zum Aruba Netzwerk geroutet.

„Wir haben uns vier Anbieter angesehen und Aruba machte immer schlüssige Aussagen“, erzählt Hausmann. „Sie haben eine klare Empfehlung abgegeben, erklärt, was wir brauchen, und dann ihr Versprechen gehalten und geliefert. Alle anderen haben immer wieder ihre Story geändert.“

„Wir haben außerdem das Levi's Stadion in Santa Clara besucht, um eine Aruba Lösung live zu sehen. Wenn Aruba für so ein riesiges Objekt funktionierte, dann erst recht bei uns.“



Kostenloser, einfacher Internetzugang für alle Besucher

In der Halle steht nun allen Besuchern kostenloses WLAN zur Verfügung. Die Nutzung ist auf 30 Minuten beschränkt. Danach müssen sie sich erneut einloggen und sich eine Anzeige von einem Werbepartner ansehen.

Die Betreiber der König-Pilsener-ARENA möchten die Nutzungstrends analysieren, bevor sie langfristige Entscheidungen treffen. Sie könnten einen kostenpflichtigen Premiumservice anbieten. Häcker glaubt zudem, dass ein Sponsor eine gute Option wäre. Mit den Daten, die die IT im Netzwerk gesammelt hat, kann sie nun beginnen, Strategien und Pläne für die Interaktion mit Kunden, Benutzern und Besuchern sowie zusätzliche Services zu erarbeiten.

„Unsere Priorität war ein funktionierendes Netzwerk, über das die Benutzer aufs Internet zugreifen können“, erzählt Häcker. „Wir haben erlebt, dass andere Veranstaltungsorte große Versprechen gemacht haben, die sie dann nicht halten konnten. Das ist uns nicht passiert.“

ONLINE ERGÄNZT DAS LIVE-ERLEBNIS

Häcker war verblüfft darüber, wie das Angebot angenommen wurde. Im Laufe einer Veranstaltung kommen durchschnittlich 30.000 Logins zustande. Der Rekord lag bei knapp 100.000 – das bedeutet, dass sich die Benutzer fünf Mal am Abend für 30 Minuten eingeloggt haben.

„Einige Menschen, insbesondere jüngere, können sich nicht vorstellen, auf einem Live-Event zu sein, ohne gleichzeitig online zu gehen“, erzählt er. „Und dieser Trend nimmt noch weiter zu.“

Dadurch kommt eine riesige Menge an Benutzerdaten für das Marketing zusammen, mit denen vor jedem neuen Login passende Anzeigen ausgespielt werden können.

Häcker erzählt auch, dass Tourveranstalter zunehmend nach mehreren Kanälen verlangen, um ihre Produkte zu bewerben. Ein europäischer Fahrzeughersteller, der vor Kurzem eine Veranstaltung gesponsert hat, nutzte die Plattform, um seine neuen Produkte im Zusammenhang mit einer digitalen personalisierten Autogrammkarte des Künstlers zu bewerben.

„Wir können nun mit Partnern zusammenarbeiten, um dynamischere, maßgeschneiderte Botschaften bei einer Veranstaltung zu erstellen, die zur jeweiligen Zielgruppe passt“, meint Häcker.

Anpassbar und schnell zu ändern

Das Netzwerk lässt sich sehr einfach anpassen und verwalten. Laut Hausmann wurde die Lösung für eine Bandbreite von 2 MB für die Benutzer konzipiert. Dank der Benutzertrends kann er die Plattform aber in Echtzeit an die Auslastung anpassen.

„Wenn es nötig war, sind wir schon auf 4 MB und 6 MB hoch gegangen“, erzählt er. „Bei einigen kleineren Veranstaltungen konnten wir 2000 Benutzern sogar 12 MB bieten und hatten immer noch reichlich Reserve. Es ist jetzt viel einfacher für uns, die Nachfrage zu prüfen und darauf zu reagieren.“

Auch einige operative Funktionen der König-Pilsener-ARENA laufen über das Netzwerk. Alle PoS und der Ticketverkauf vor Ort sind digitalisiert. Dadurch können in wenigen Momenten neue Verkaufsstände eingerichtet werden.

„Wir können den Verkauf in Echtzeit verfolgen“, meint Hausmann. „Wenn wir sehen, dass ein Outlet besonders viel Kundschaft hat, können wir in wenigen Minuten ein mobiles Terminal anschließen oder Food Trucks vor die Arena stellen. Die neuen PoS verbinden sich dann automatisch mit dem Aruba Netzwerk.“

Ein Veranstaltungsort der Zukunft

In der nächsten Phase wird es möglich sein, standortgebundene Services einschließlich Promotions und Autogramstunden zu kombinieren. Die Arena befindet sich direkt neben Europas größtem Einkaufszentrum „CentrO“ und in einem der am dichtesten besiedelten Gebiete Deutschlands. Es bietet sich an, einen Besuch in der Arena mit Shopping und anderen Attraktionen in der Gegend zu kombinieren, sagt Häcker.

Die Veranstaltungsbranche fordert immer wieder neue Innovationen. Große öffentliche Veranstaltungsorte müssen sich anpassen können, sagt Häcker. Die Virtual Reality wird kommen, ist er überzeugt. Superstars, die keine einjährige Tour mit 200 Auftritten rund um den Globus machen möchten, zeigen Interesse an VR-Simulcasts für mehrere Veranstaltungsorte gleichzeitig. Häcker gibt zu, dass die Technologie hierfür noch nicht ausgereift ist und Preise noch nicht feststehen. Er sagt aber auch, dass die Arena darauf vorbereitet sein muss.

„Der Veranstaltungsmarkt wird zunehmend digital“, sagt Häcker. „Wir müssen uns auf die Zukunft vorbereiten und die Aruba Lösung legt für uns die Grundlage für zukünftige Innovationen.“