

**DONAU
FEST** 06. -
15.07
2012

Anlage 2 zu GD 406/12

“Aufbruch und Begegnung“

Internationales Donaufest 2012

06.-15. Juli 2012

Marketing-Analyse

Sabine Meigel, Inga Engels, Daniel Glanz, Daniela Zeeb
Oktober 2012

AUSGANGS- SITUATION

Das Donaubüro - Unternehmensinformationen

Organisiert wird das Internationale Donaufest vom Donaubüro, der gemeinnützigen GmbH und Projektagentur mit Sitz in Ulm.

Geschäftsführer:	Gunter Czisch (Erster Bürgermeister Stadt Ulm), Gerd Hölzel (Bürgermeister Stadt Neu-Ulm)
Geschäftsleitung:	Sabine Meigel
Marketing, Grafik:	Stacheder und Sander
Öffentlichkeitsarbeit:	Inga Engels
Künstlerische Leitung (IDF):	Bernd Leitner, Dr. Volkmar Clauß, Rainer Markus Walter, Christof Hussmann, Wolfgang Frauendorf
Presse:	Daniel Glanz

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation
2. Darstellung der Marketingmaßnahmen
 - PRINT: Zeitung, Programm, Poster, Zeitschriften
 - RADIO
 - TV
 - ONLINE/DIGITAL: Anzeigen/Werbung auf fremden Homepages + eigene Kanäle (Facebook, Homepage, mobile Homepage, Newsletter, Twitter, Youtube)
 - MESSEN
 - PR (mit Resultaten in der Berichterstattung in Print und TV)
 - „Das Donaufest kommt zu Ihnen“
3. Bewertung und Kommentar zu den Maßnahmen
4. Verbesserungsvorschläge

AUSGANGS- SITUATION

Marketing-Analyse IDF 2012

Die Langfassung der Marketing-Analyse beim Internationalen Donaufest 2012 hat das Ziel, einen Ist-Stand der Aktivitäten aufzuzeigen, dabei die Effektivität der Marketingmaßnahmen einzuschätzen und Verbesserungsvorschläge zu entwickeln. Sie umfasst folgende Punkte: Ausgangssituation und Zielgruppen-Definition, sowie die Ist-Analyse mit Marketingzielen und Marketingstrategie, dem Marketing-Mix und dem Maßnahmen-Plan. Abschließend steht die Beurteilung und Verbesserungsvorschläge für 2014. Die Langfassung mit 80 Seiten kann beim Donaubüro auf Wunsch angefordert werden.

Die vorliegende Kurzfassung beschränkt sich auf die Darstellung der Maßnahmen beim IDF 2012 und deren Beurteilung.

SITUATIONS- ANALYSE

Das Internationale Donaufest im Wettbewerb

In den Sommermonaten finden zahlreiche Festivals, Stadtfeste, Musik- und kulturelle Events etc. in ganz (Süd-)Deutschland statt. Speziell in Ulm und Umgebung hat das Internationale Donaufest Konkurrenz durch regionale Veranstaltungen (die teilweise zeitgleich veranstaltet werden):

Ulm – Ulmer Zelt (23.05.-07.07.2012)

Ulm – Ulmer Volksfest (13.07.-23.07.2012)

Blaubeuren – Sommerbühne am Blautopf (13.07.-17.08.2012)

München – Tollwood Sommerfestival (29.06.-24.07.2012)

Straubing – Bluetone – Das Festival an der Donau (12.07.-15.07.2012)

Stuttgart – Jazzopen (05.07.-14.07.2012)

Stuttgart – Literatursommer 2012 (01.05.-31.10.2012)

Freiburg – Internationales Zelt-Musik-Festival (04.07.-22.07.2012)

Bitburg – Europäisches Folklorefest (06.-09.07.2012)

Augsburg – Grenzenlos Festival (22.06.-24.06.2012)

Ingolstadt – Jazztage (21.10.-11.11.2012)

Neuhausen ob Eck – Southside Festival (22.-24.06.2012)

Österreich – Donaufestival (28.04.-05.05.2012)

Österreich – Wien – Donauinselfest (22.-24.06.2012)

The logo for Tollwood, featuring the word "Tollwood" in a bold, red, sans-serif font.

Marketing-Maßnahmen

Das Internationale Donaufest 2012 wurde durch verschiedene Maßnahmen kommuniziert und vermarktet. Beauftragt war damit die Agentur Stacheder und Sander. Die Maßnahmen lassen sich in folgende Kategorien einteilen (und werden danach im Einzelnen vorgestellt):

- PRINT: Zeitung, Programm, Poster, Zeitschriften
- RADIO
- TV
- ONLINE/DIGITAL: Anzeigen/Werbung auf fremden Homepages + eigene Kanäle (Facebook, Homepage, mobile Homepage, Newsletter, Twitter, Youtube)
- MESSEN
- PR (mit Resultaten in der Berichterstattung in Print und TV)
- „Das Donaufest kommt zu Ihnen“

Marketing-Maßnahmen - PRINT: Zeitung

Neu-Ulmer Zeitung

- Halbformat-Beilage und Anzeige

Datum: 23.06.2012

Reichweite: Neu-Ulmer Zeitung, Günzburger Zeitung,
Illertisser Zeitung + Online

Auflage: 36.700 Beilagen-Exemplare
bei einer Zeitungsauflage von 33.500 (ohne Online)
(siehe Mediadaten der Zeitung)

Neu-Ulmer Zeitung

Alles was uns bewegt

Marketing-Maßnahmen - PRINT: Zeitung

Südwestpresse SWP

- Programmheft als Beilage in der Südwestpresse (36 Seiten)

Datum: 15.06.2012
Reichweite: Ulm, Neu-Ulm, Alb-Donau-Kreis
Auflage: Buchung der gesamten SWP-Auflage
61.700 Zeitungen mit je einem Programm



Marketing-Maßnahmen - PRINT: Programm

Kleines Programmheft vom Donaübüro (+ Kulturprogramm)

- Programmheft mit 36 Seiten, Magazin Din Lang (+ Kulturprogramm)

Datum: 20.05.2012
Reichweite: Ulm und Oberschwaben
Auflage: 5.000 Exemplare + 7.500 Exemplare



Programmflyer vom Donaübüro

- Klassik- und Literaturflyer, Magazin Din Lang (8 bzw. 12 Seiten)

Datum: 15.06.2012
Reichweite: Buchhandlungen (Biberach, Blaubeuren, Ulm)
Auflage: je 5.000 Exemplare = 10.000 Flyer insgesamt



DONAU FEST 06. - 15.07 2012

MARKETING

IDF 2012

Marketing-Maßnahmen - PRINT: Poster

City Light Poster

- Platzierung von verschiedenen Motiven in Ulm und Neu-Ulm

Datum:	Ulm:	19.06.-23.07.2012
	Neu-Ulm:	26.06.-23.07.2012
Reichweite:	Ulm und Neu-Ulm	
Auflage:	271 Plakate	

Poster mit der Größe Din A1

- Platzierung von 5 verschiedenen Motiven

Datum:	07.07.-15.07.2012
Reichweite:	Ulm, Neu-Ulm, Ehingen, Geislingen, Leipheim, Schelklingen, Biberach, Schwendi, Laupheim, Domstadt, Memmingen, Amstetten, Laichingen, Senden, Vöhringen, Illertissen
Auflage:	pro Motiv 500 Exemplare = 2.500 Stück insgesamt



Marketing-Maßnahmen - PRINT: Zeitschriften

In insgesamt acht Zeitschriften wurden Anzeigen geschaltet, zum Teil erschien dazu Berichterstattung . Exemplarisch dazu zwei Beispiele:

Kinder in der Stadt (Kids)

Spezialbericht (Seite 11) und 1 Seite Anzeige (Seite 10)

Datum: Juni/Juli 2012

Reichweite: Region rund um Ulm und Neu-Ulm

Auflage: 33.000

Spazz

½ Seite Anzeige (Seite 45)

Datum: Juni-Ausgabe des Spazz

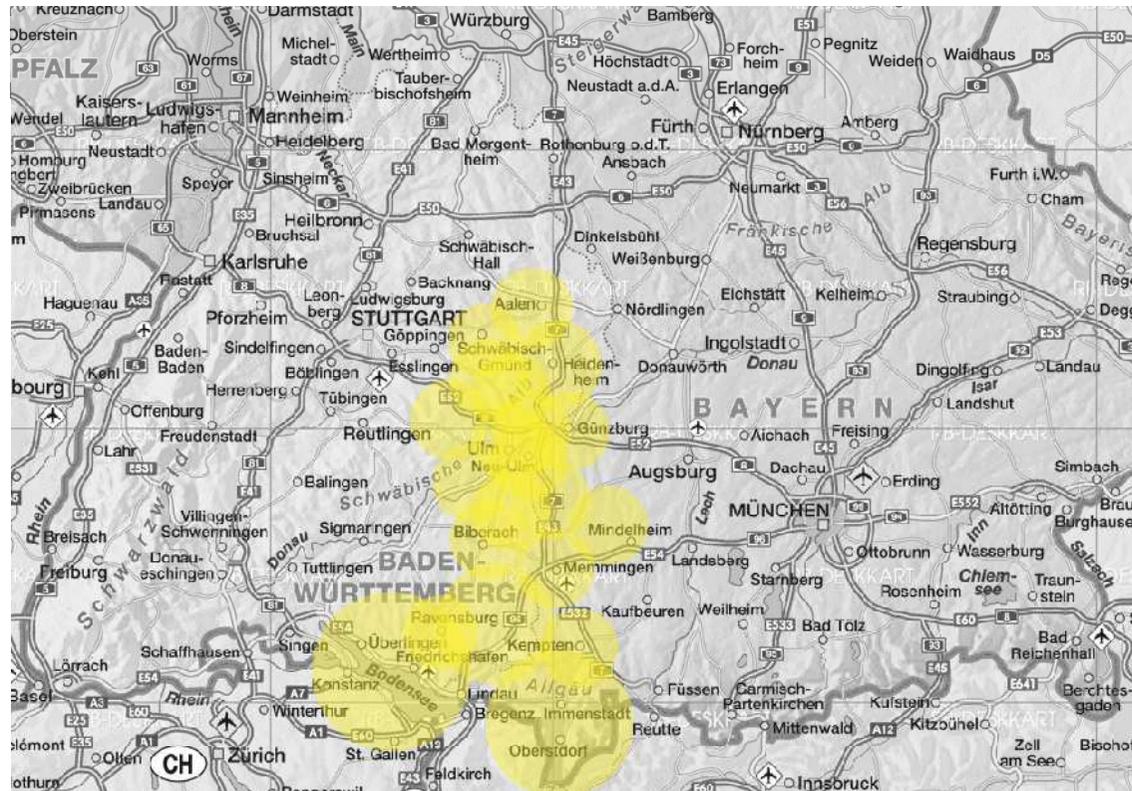
Reichweite: Ulm/Neu-Ulm/Region

Auflage: 20.000



Marketing-Maßnahmen - PRINT

Reichweite aller Print-Maßnahmen



Marketing-Maßnahmen - RADIO

Radio 7

- Radiospot: 30 sek Werbespot

Datum: 06.07.-15.07.2012 zwischen 6 - 20 Uhr
Reichweite: Teilsendegebiete Ulm, Ravensburg, Aalen
Auflage: 25 x ausgestrahlt

- Redaktionelle Hörfunkberichterstattung

Datum: 01.07.-15.07.2012 zwischen 8 – 19 Uhr
Reichweite: Teilsendegebiete Ulm, Ravensburg, Aalen
Auflage: tägliche Ausstrahlung zwischen 30 und 90 Sekunden



Marketing-Maßnahmen - RADIO

Schwaben Radio – Sendungen

Insgesamt wurden acht redaktionelle Beiträge meist um die drei Minuten Länge während des Festes ausgestrahlt. Dazu kamen Beiträge in den Nachrichten an sechs Tagen des Festes. Die ausführliche Darstellung ist in der Langfassung des Marketingberichtes enthalten. Zwei Beispiele zur Berichterstattung.

- 5.7. Sendung am Nachmittag

Uhrzeit: 16.40 Uhr
Thema: Borschtsch und Langosch: Entdeckungen auf dem Donaufest
Illustre Eröffnungsgesellschaft: Morgen offizieller Start des Donaufestes
Dauer: (Interviews mit Sabine Meigel / Wolfgang Frauendorf, 3:03 und 3:44 min)

- 6.7. Morgenmagazin

Uhrzeit: 6.20 Uhr
Thema: Treffen am Fluss - Das Internationale Donaufest beginnt
Dauer: (Auszug aus Gespräch vom vorherigen Nachmittag, 0:54 min)

Marketing-Maßnahmen - RADIO

Reichweite aller Radio-Maßnahmen



Marketing-Maßnahmen - TV

RegioTV

- Spot 1: „Donaufest 2012“ (10 sek)

Datum: täglich vom 27.06.-29.06.2012 und 01.07.-12.07.2012

Reichweite: RegioTV Schwaben: Region Ulm, Neu-Ulm, Alb-Donau, Biberach, Ostwürttemberg
(253.000 Haushalte)

Auflage: 15 Sendetage

- Spot 2: „Freizeit-Tipp Donaufest“ (max. 30 sek)

Datum: 06.07.2012 und 09.07.2012

Reichweite: RegioTV Schwaben: Region Ulm, Neu-Ulm, Alb-Donau, Biberach, Ostwürttemberg
(253.000 Haushalte)

Auflage: 2 Sendetage

DONAU FEST 06. - 15.07 2012

MARKETING
IDF 2012

Marketing-Maßnahmen - TV

Bayerischer Rundfunk BR

- Live-Sendung "Auf geht's zum Internationalen Donaufest,,

Datum: 13.07.2012
Reichweite: Deutschlandweit
Auflage: 500.000 Zuschauer bei der Live-Sendung



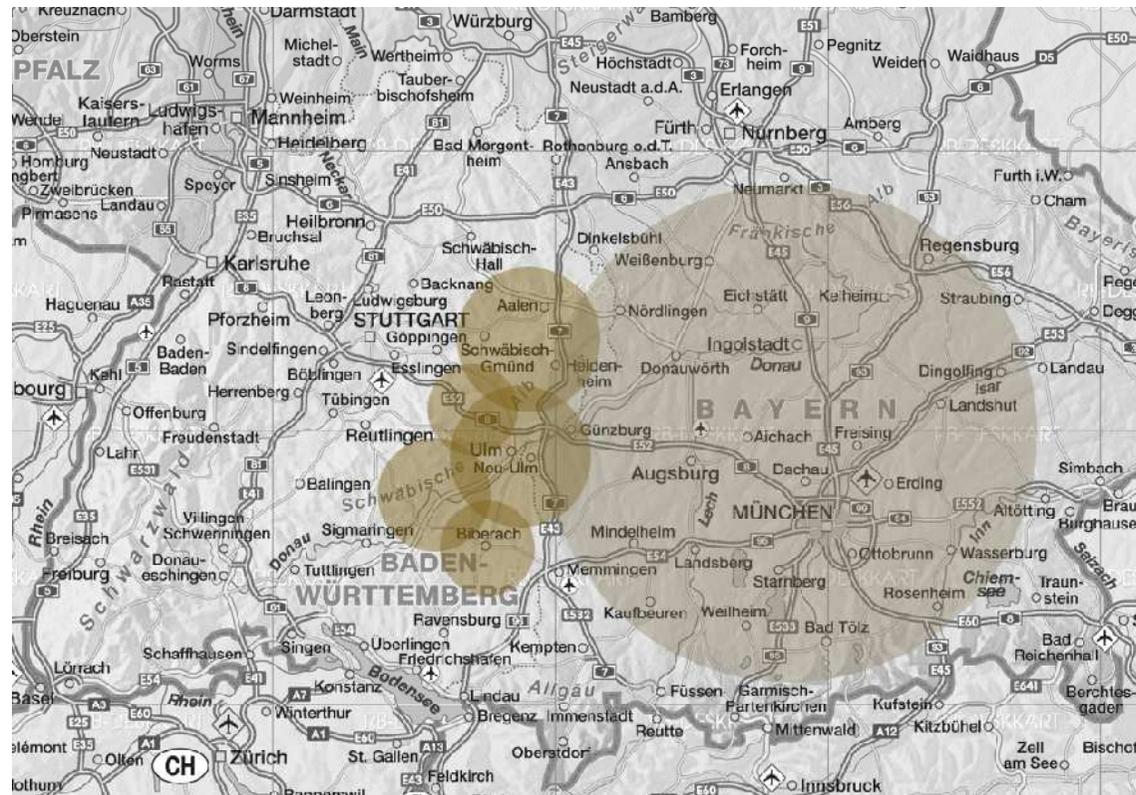
The screenshot shows the BR website interface. At the top, there are navigation links for RADIO, FERNSEHEN, THEMEN, and MEDIATHEK. Below this is the BR logo and the text 'BAYERISCHES FERNSEHEN'. The main content area displays the program 'Auf geht's zum Internationalen Donaufest' with a photo of the hosts, Volker Heißmann and Heike Götz. The program is scheduled for Friday, 13.07.2012, from 20:15 to 21:45 Uhr on Bayerisches Fernsehen. Below the program information, there is a section for 'Moderation' and a 'Mehr zur Sendung' section with two small images and text links: 'Vergeschmack Donaufest abot' and 'Das Donaufest Für Verliebte und Paprikawurst-Fans'.

MARKETING

IDF 2012

Marketing-Maßnahmen - TV

Reichweite aller TV-Maßnahmen



Marketing-Maßnahmen - ONLINE/DIGITAL Fremdleistungen

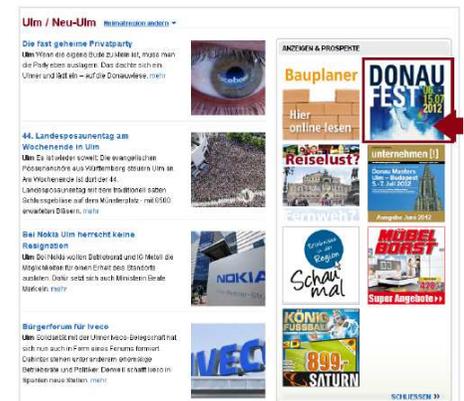
Südwestpresse SWP / Homepage

- Online-Anzeige „Rectangle“ (Lokales, Startseite, Veranstaltungen)

Datum: Lokales: 20.06.-01.07.2012
 Startseite + Veranstaltungen: 19.06.-15.07.2012
 Reichweite: Ulm, Neu-Ulm, Ehingen, Heidenheim, Geislingen
 Auflage: 446.060 Sichtkontakte / 630 Klicks

- Online-Anzeige „digitale Beilagenbox“ (Startseite)

Datum: 20.06.-15.07.2012
 Reichweite: Ulm, Neu-Ulm, Ehingen, Heidenheim, Geislingen
 Auflage: 442.545 Sichtkontakte / 116 Klicks



DONAU FEST 06. - 15.07 2012

MARKETING
IDF 2012

Marketing-Maßnahmen - ONLINE/DIGITAL Fremdleistungen

Ulm/Neu-Ulm-Touristik UNT / Homepage

- Spezialwochenendangebot fürs Internationales Donaufest

Datum: Dezember 2011 (zusätzlich wurde das Angebot ab 02.02.2012 aufs Donauportal gestellt und in der Mai-Ausgabe der Zeitschrift „Willkommen“ platziert)
Reichweite: 2.500-3.500 pro Monat durch Platzierung auf Donauportal
Auflage: 2 Personen haben das Wochenende auf der ITB in Berlin gewonnen

- IDF-Banner (690x100px)

Datum: Juni 2012

ulm
Neu|Ulm

The screenshot shows the website 'donau büro | ulm | neu-ulm'. The navigation menu includes: Donaufest, Donaubüro, Eventkalender, Projekte, Wettbewerb, Mediathek, Rezepte, Partner, Voting, and Login. The main content area features a large image of a hotel room with the title 'Unterkünfte und Angebote'. Below the image, there is a section titled 'Sie suchen noch die perfekte Unterkunft?' with a sub-heading 'Spezielles Reiseangebot 'ulm:donaufest' ab 84,00 EUR pro Person'. The text describes a weekend package including accommodation, breakfast, a city tour, museum entry, and a festival ticket. A 'donaufest' logo is visible at the bottom left of the page.

Marketing-Maßnahmen - ONLINE/DIGITAL Fremdleistungen

Bayern Online Tourismus Homepage

- Teaserplatzierung/Informationstext

Datum: Juni 2012
Reichweite: 100.000 Besucher/Monat



Baden-Württemberg Online Tourismus Homepage

- Teaserplatzierung/Informationstext

Datum: Juni 2012
Reichweite: keine Daten verfügbar



DONAU FEST 06. - 15.07 2012

MARKETING
IDF 2012

Marketing-Maßnahmen - ONLINE/DIGITAL Eigenleistungen

Homepages des Donaubüros

- Donauportal www.donaubuero.de

Datum: dauerhaft
Reichweite: vor allem Zugriffe aus Deutschland
Auflage: fast 30.000 Besucher, Juli 2012 (kumm.)

- Mobile Homepage m.donaufest.de

Datum: Start: Mai 2012
Reichweite: vor allem Zugriffe aus Deutschland
Auflage: > 3.000 Besucher, Juli 2012 (kumm.),
Tages-Höchstwert: fast 450 Besucher Anfang Juli



Marketing-Maßnahmen - ONLINE/DIGITAL Eigenleistungen

Newsletter des Donaubüros

- Newsletter mit Informationen zum Donaufest

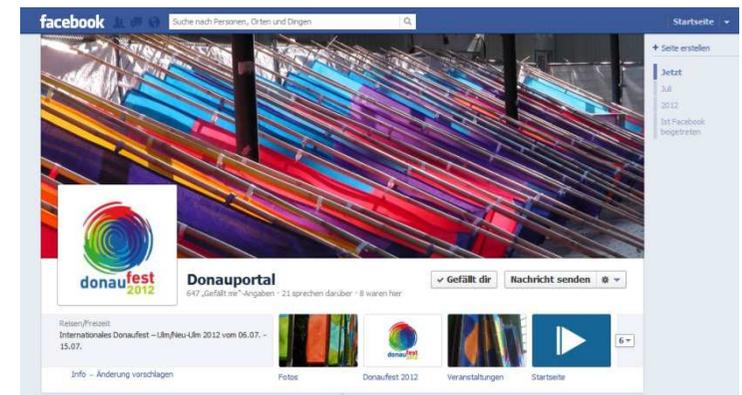
Datum: 02.02.2012, 12.04.2012, 03.05.2012,
12.06.2012, 28.06.2012, 10.07.2012, 12.07.2012
Reichweite: 293 Nutzer im Juli 2012 (davon 27% geöffnet)
Auflage: 7 Newsletter mit Informationen
zum Donaufest 2012



Facebook

- Facebook-Fanpage „Donauportal“

Datum: dauerhaft
Reichweite: Höchstwert im Juli: > 50.000
Auflage: über 600 Fans im Juli 2012



DONAU FEST 06. - 15.07 2012

MARKETING
IDF 2012

Marketing-Maßnahmen - ONLINE/DIGITAL Eigenleistungen

Twitter

- Tweets zum Internationalen Donaufest 2012

Datum: dauerhaft
Reichweite: über 100 Follower im Juli 2012
Auflage: über 400 Eigenbeiträge im Juli 2012



Youtube

- Youtube-Channel des Donaubüros

Datum: dauerhaft
Reichweite: vor allem Zugriffe aus Deutschland
Auflage: 137 Videos mit über 9.000 Aufrufe im Juli 2012



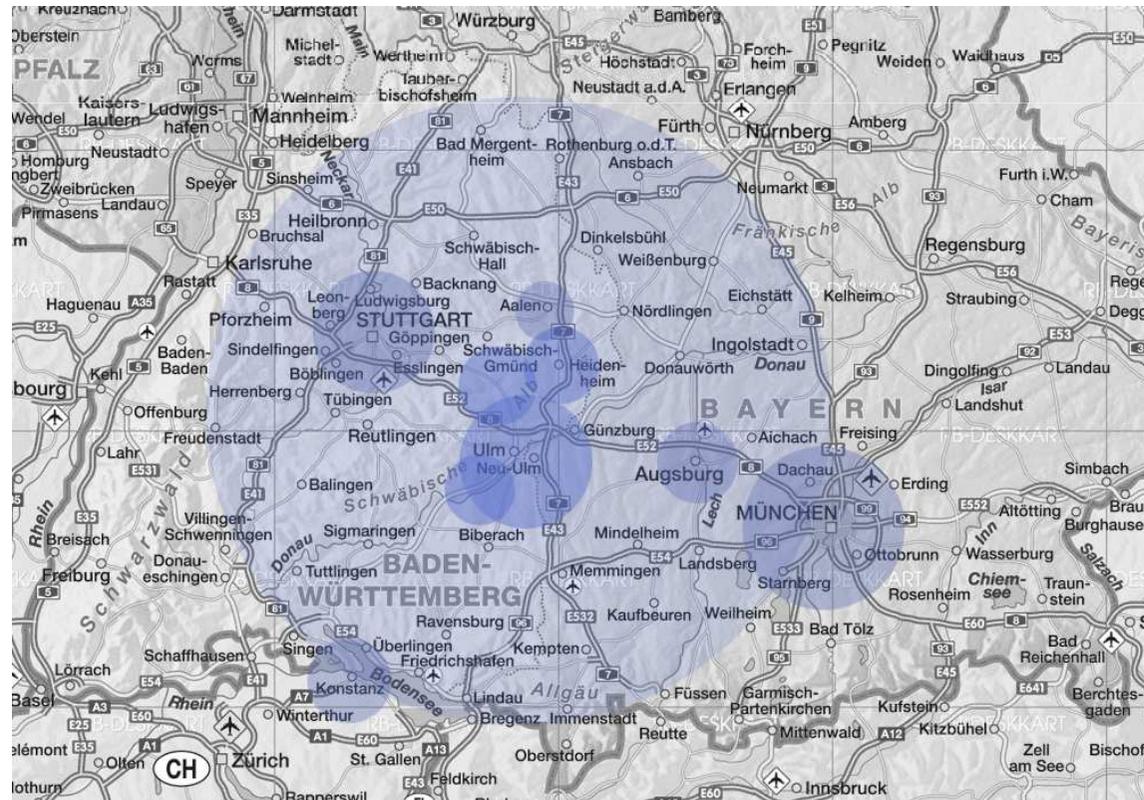
Homepage-Auswertung

Verwendete Links im Juli, durch die Besucher auf dem Donauportal gelandet sind:

tourismus.ulm.de	3.379	Fremdleistung auf der Seite	✓
volksfeste-in-deutschland.de	2.115		
ulm.de	1.717		
facebook.de	1.822	Eigenleistung auf der Seite	✓
swp.de	587	Medienpartner	✓
radio7.de	258	Medienpartner	✓
br.de	250	Live-Sendung	✓
aufbruch.ulm.de	149		
roxy.ulm.de	126	Standort Bühne donau.bastion	✓
veranstaltungen.meinestadt.de	115		
weitere	1.477		

Marketing-Maßnahmen - Online/Digital

Reichweite aller Online/Digitalen Maßnahmen nur regional zum Vergleich mit den anderen Medien dargestellt, ein Abruf der Seiten erfolgte auch in den Donauländern.



Marketing-Maßnahmen - MESSEN

ITB Berlin

- Filmvorstellung und Gewinnspiel (über die Deutsche Zentrale für Tourismus)

Datum: 07.-11.03.2012
Reichweite: Berlin, knapp 170.000 Besucher
Auflage: 5 Tage



CMT Stuttgart

- Informationsmaterial (Stand der Ulm/Neu-Ulm-Touristik UNT)

Datum: 14.-22.01.2012
Reichweite: Stuttgart, 225.000 Besucher
Auflage: 9 Tage



Marketing-Maßnahmen - PR

Pressemitteilungen

- Pressemitteilungen vom Donaubüro (Daniel Glanz)

Datum: 07.07.-15.07.2012
Reichweite: Ulm, Neu-Ulm, Internet
Auflage: mehrfach täglich

Die Resultate der PR-Maßnahmen im Bereich Print (Zeitungen) und TV sind im Folgenden aufgeführt.

Marketing-Maßnahmen - PR Berichterstattung in Zeitungen

Südwestpresse

Datum: 02.01.-16.07.2012
Auflage: 41 Artikel



Schwäbische Zeitung

Datum: 19.04.-15.07.2012
Auflage: 8 Artikel



Augsburger Allgemeine

Datum: 20.04.-15.07.2012
Auflage: 11 Artikel



BILD

Datum: 06.07.2012
Auflage: 2 Artikel



Südkurier

Datum: 19.04.-06.07.2012
Auflage: 2 Artikel



Neu-Ulmer-Zeitung

Datum: 16.06.-20.06.2012
Auflage: 2 Artikel



Insgesamt: 66 Artikel über das Internationale Donaufest 2012

Zeitraum: Januar bis Juli 2012

Marketing-Maßnahmen - PR Berichterstattung im TV

RegioTV

- Berichterstattung „Besucherrekord Donaufest“ (26 sek)

Datum: 16.07.2012

Reichweite: RegioTV Schwaben: Region Ulm, Neu-Ulm, Alb-Donau, Biberach, Ostwürttemberg

- Berichterstattung „Donaufest bringt Genuss“ (2 min)

Datum: 12.07.2012

Reichweite: RegioTV Schwaben: Region Ulm, Neu-Ulm, Alb-Donau, Biberach, Ostwürttemberg

- Berichterstattung „Stille Stars des Donaufests » (2 min)

Datum: 29.05.2012

Reichweite: RegioTV Schwaben: Region Ulm, Neu-Ulm, Alb-Donau, Biberach, Ostwürttemberg

Marketing-Maßnahmen - PR Berichterstattung im TV

Südwestrundfunk SWR

- „Tipp Donaufest-Ulm“, Informationssendung in der Landesschau (1:50 min)

Datum: 07.07.2012

Reichweite: die Landesschau Baden-Württemberg hat mehr als 1.000.000 Zuschauer täglich

Auflage: 1 x ausgestrahlt, zu finden in der Mediathek vom SWR



Marketing-Maßnahmen - „Das Donaufest kommt zu Ihnen...“

6 Veranstaltungen im Rahmen von „Das Donaufest kommt zu Ihnen...“

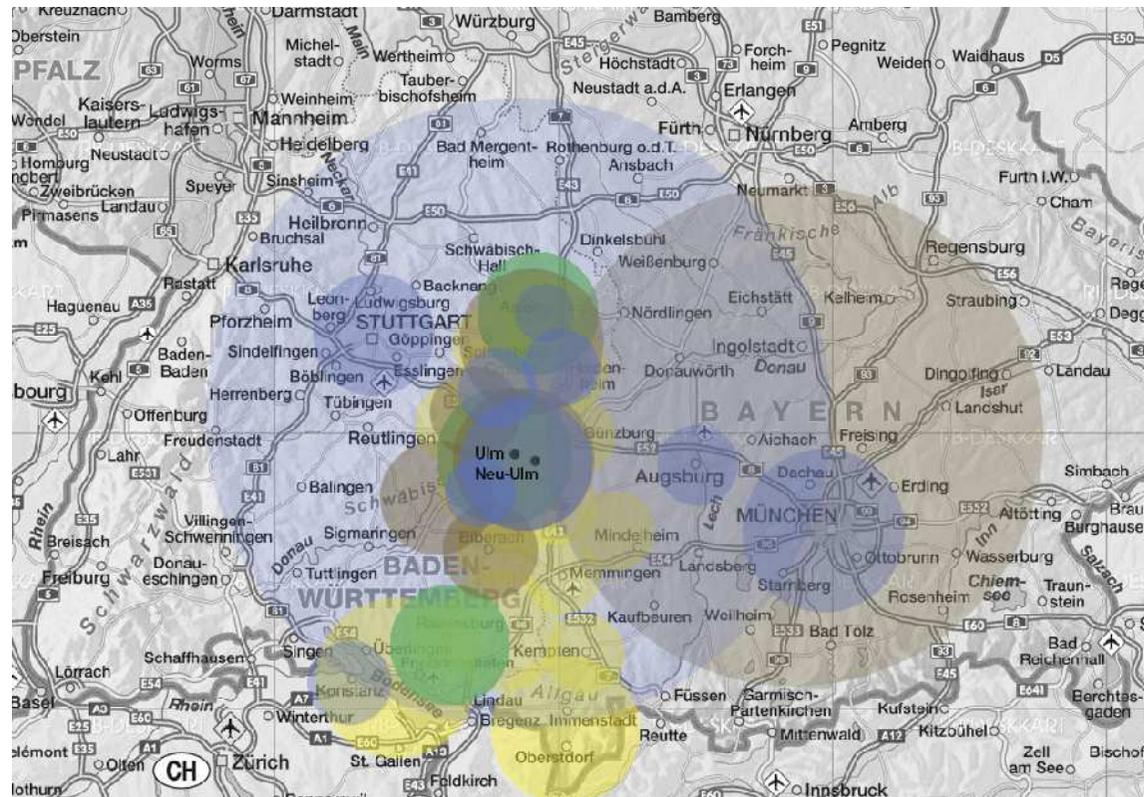
Das Internationale Donaufest begeistert viele – doch nicht jeder kann daran teilnehmen, aus verschiedensten Gründen... Mit der Aktion „Das Donaufest kommt zu Ihnen“ wird die Stimmung und das Flair während der zehn Tage auch an ungewöhnliche Orte, abseits der Donau und des Festgeländes getragen:

- 06. 07.2012: Lesung mit Sibylle Schleicher im Elisa Seniorenstift, Ulm (40-45 Besucher)
- 08.07. 2012: Konzert mit Tanz Baby! im St. Anna Stift, Ulm (~ 60 Besucher)
- 09.07.2012: Lesung mit Karl Heinz Glaser in der Justizvollzugsanstalt, Ulm (17 Besucher)
- 11.07.2012: Lesung mit Johanna Paschinger im Seniorenstift St. Michael, Neu-Ulm (~ 10 Besucher)
- 12.07.2012: Lesung mit Gunther Nickles im Seniorenzentrum Elisabethenhaus, Ulm (21 Besucher)
- 15.07.2012: Konzert mit KUD im Tannenhof, Ulm (Wiblingen) (über 200 Besucher)

Beim nächsten Donaufest bessere Bewerbung der Aktion notwendig

Marketing-Maßnahmen

Reichweite aller Maßnahmen: Konzentration auf regionale Kommunikation



Marketing-Analyse

Ergebnisse - PRINT

- **Zeitung:**
Die Umfrage hat gezeigt, dass die Zeitung als wichtiger Informationskanal genutzt wird. Da die Auflagen hoch sind und die Verbreitung der Programme in den Zeitungen einfach ist und von den Anwohnern der Region schon in der Vergangenheit genutzt wurde, somit bekannt ist, sollte dies in Zukunft beibehalten werden.
- **Programm:**
Das gedruckte Programm spielt für die Besucher des Donaufests eine gewichtige Rolle. V.a. in Hinblick auf die Zeitung kann deren Verbreitung (+ Zielgruppe) für die Programmhefte genutzt werden. Auch die Nachfrage nach Donaubüro-Programmen war riesig. Deshalb sollten Programme zukünftig auf jeden Fall weiterhin in gedruckter Form zur Verfügung stehen. Eventuell kann hierbei überdacht werden, wo die Programme verteilt werden...
- **Poster:**
Die Poster haben in der Umfrage den 2. Platz für die Besucher gemacht. Selbst wenn diese nicht explizit betrachtet werden, so werden sie doch wahrgenommen und informieren über das Stattfinden des Fests. Kritisch zu betrachten ist hierbei, ob zukünftig alle Plakate wieder die exakt gleiche Aufmachung haben...
- **Zeitschriften:**
Der Nutzen der Zeitschriften ist durch die vorliegende Analyse nur schwer zu beurteilen. Teilweise gehen die Anzeigen in den Zeitschriften unter (siehe Screenshots), deshalb kann die wirkliche Reichweite der Anzeigen infrage gestellt werden.

Marketing-Analyse

Ergebnisse - RADIO und TV

- **Radio:**
Die Reichweite von Radio kann nur schwer abgeschätzt werden, auch, ob Nutzer die Radiospots vom Donaufest bzw. die Berichterstattung gehört haben. Immerhin kann gesagt werden, dass Nutzer der Homepage von Radio 7 auf das Donauportal verlinkt wurden – somit kann zumindest hierbei ein Zusammenhang erkannt werden. Radio ist generell ein wichtiges Medium, das tagtäglich von ca. 80% der Deutschen genutzt wird*.
- **TV:**
Die 500.000 Zuschauer bei der BR-Live-Sendung können als Erfolg verbucht werden. Trotz des nicht optimalen Wetters war auch das Fest während der Sendung voll. Am darauffolgenden Tag kamen Besucher aufs Fest, die nach Details der Sendung suchten (z.B. Spanferkel, das nirgends sonst beworben wurde). Die Spots auf Regio TV können in dieser Analyse schwer bewertet werden. Insgesamt lässt sich aber sagen, dass Fernsehen ein wichtiger Bestandteil der Mediennutzung ist (die Deutschen sehen täglich ca. 225 Minuten fern**).

Um den Medienmix ausgewogen zu halten, sollten Radio und TV in Zukunft auf jeden Fall weiterhin verwendet werden. Hierbei kann zukünftig eventuell bedacht werden, dass die Spots zu Zeiten gesendet werden, wenn Nutzer wirklich zuhören bzw. zuschauen (z.B. Prime Time).

* vgl.: <http://www.radiozentrale.de/site/64.0.html> bzw. <http://www.mediendaten.de/index.php?id=hoerfunk-radionutzung-d0>.

** vgl.: <http://www.vprt.de/thema/marktentwicklung/marktdaten/mediennutzung/tv-nutzung/content/fernsehnutzung-steigt-weltweit-un>.

Marketing-Analyse

Ergebnisse - ONLINE/DIGITAL

- **Anzeigen/Werbung auf fremden Homepages:**
Die tatsächliche Reichweite von Werbung auf fremden Homepages lässt sich nur schwer einschätzen. Wenn Links auf die eigene Homepage generiert werden (wie z.B. bei Radio 7) kann man dies nachverfolgen, ansonsten bleiben Auswertungen des Partners (falls vorhanden)...
- **Eigene Kanäle des Donaubüros:**
Facebook, Homepage Donauportal, mobile Homepage, Newsletter, Twitter, Youtube - eigene Kanäle lassen sich besser überwachen. Den Anstieg an Fans auf Facebook, die steigenden Nutzerzahlen auf dem Donauportal und auf der mobilen Seite während des Fests, die Follower auf Twitter und auch die Rückmeldung über die Abspiel-Zahlen der Youtube-Videos zeugen vom großen Engagement seitens des Donaubüros im Online-Bereich, zugleich vom Interesse der Donaufest-Besucher, die zukünftig eventuell immer mehr über digitale Kanäle Informationen suchen werden. Auch die mobile Homepage als „Neuigkeit“ beim Internationalen Donaufest 2012 wurde von den Besuchern angenommen - die Nutzerzahlen hätten aber deutlich höher sein können. Insgesamt war das Donaubüro im Hinblick auf neue Medien breit aufgestellt und kann sicherlich in Zukunft noch mehr aus dem bisherigen Know-How schöpfen und das Angebot (mit z.B. noch mehr Informationen, die noch besser auf die verschiedenen Nutzer angepasst werden) weiter ausbauen.

Marketing-Analyse

Ergebnisse - MESSEN und „Das Donaufest kommt zu Ihnen...“

- **MESSEN:**
Die 2 Messen (CMT und ITB), auf denen das Donaubüro über das Internationale Donaufest 2012 informierte, fanden schon im Januar und März 2012 statt. Die Termine waren leider zu früh, um mit wirklichen Programminformationen aufzuwarten. Die Präsenz auf den Messen könnte zukünftig besser genutzt werden, falls es klappt, die Planungsphase des Donaufests früher zu starten...
- „Das Donaufest kommt zu Ihnen...“ mit 4 Lesungen und 2 Konzerten in Ulm und Neu-Ulm:
Alle Veranstaltungen kamen bei den „Gastgebern“ sehr gut an, die Besucher der Lesungen und Konzerte waren sichtlich gerührt und konnten die Veranstaltungen genießen und mit Freude erleben.
Die Vermarktung der Aktion „Das Donaufest kommt zu Ihnen“ kann zukünftig deutlich ausgebaut und als PR-Maßnahme genutzt werden.
Die Konzerte sollten zukünftig vor dem eigentlichen Auftritt auf dem Donaufest liegen, so kann die Berichterstattung genutzt werden, um nochmals Werbung für den Auftritt zu machen – eventuell können so noch mehr Zuschauer zum Auftritt auf dem Donaufest gelockt und mehr Menschen aktiviert werden.

Möglich Ideen und Stichworte für das nächste Internationale Donaufest

- Acts die zu Beginn des Donaufests stattfinden, können für thematisch/zielgruppenspezifisch passende nachfolgende Veranstaltungen werben
Eventuell können Flyer verteilt oder „Hörproben“ angespielt werden...
- Wer geht auf große Konzerte unter der Woche?
Beim Donaufest 2012 gab es große Konzerte unter der Woche, die nicht sehr gut besucht wurden. Vor allem bei schlechtem Wetter besteht hier ein großes Risiko, dass die Karten nicht ausverkauft werden.
Grundsätzlich ist die Frage: wer geht unter der Woche auf das Konzert? Je nach Zielgruppe müssen diese Konzerte eventuell eher aufs Wochenende verschoben werden. Bei Konzerten unter der Woche muss der Anreiz für einen Besuch hoch gesetzt werden (beispielsweise füllen große Topacts ihre Konzerthallen...).
- Mobile Homepage generell nutzbar machen?
Die mobile Website m.donaufest.de wurde neu für das Internationale Donaufest 2012 konzipiert. Eventuell könnte man die Plattform immer nutzen? Bzw. die Werbung für die Site sollte für das nächste Donaufest wohl früher betrieben werden, um mehr Nutzer zu generieren. Da die Plattform ja prinzipiell nun steht, sollte dies kein zu großer Aufwand sein. Vielleicht sind auch mit der mobilen Website Rabattaktionen kombinierbar bzw. vielleicht kann auch hier eine Guerilla-Maßnahme eine Idee sein...

DONAU FEST

06. -
15.07
2012

Vielen Dank an alle Kooperationspartner u.a. an die Ulm/Neu-Ulm Touristik
sowie an alle Medienpartner für Ihr großes Engagement und Ihre
Unterstützung

“Aufbruch und Begegnung“