

Verwendung des Marketingzuschuss der Stadt Ulm in Höhe von 21.000,- € in den Jahren 2014 und 2015

Verkaufsoffene Sonntage im Frühjahr und Herbst

Bezeichnung	Kosten 2014	Kosten 2015	Beschreibung
Radio (Radio 7 und Donau 3 FM)	5.000,00	5.500,00	Erhöhung der Reichweite durch höhere Anzahl der Spots
TV (Regio TV Schwaben)	1.500,00	1.500,00	Erhöhung der Reichweite durch höhere Anzahl der Spots
Anzeigen	1.000,00	1.500,00	Zusätzliche Schaltungen in Heidenheim, Aalen und Amtsblättern
Plakatierung	3.500,00	3.500,00	Ausweitung der Plakatierung auf einen weiteren Radius um Ulm (Es wurden 800 Plakate gehängt und eine CLB-Kampagne bei Wall gebucht)
Druck/Layout	1.000,00	1.500,00	
Summe	12.000,00	13.500,00	

ulmer münstertag

Bezeichnung	Kosten 2014	Kosten 2015	Beschreibung
Radio (Radio 7 und Donau 3 FM)	1.500,00	500,00	Erhöhung der Reichweite durch höhere Anzahl der Spots
TV (Regio TV Schwaben)	500,00	0,00	Produktion eines besseren Werbespots
Anzeigen	1.000,00	1.000,00	Weitere Anzeigen in den Wochenblättern
Plakatierung	1.000,00	1.000,00	Ausweitung der Plakatierung auf einen weiteren Radius um Ulm Hängung von 350 Plakaten
Internet Banner	500,00	500,00	Bewerbung über Internetbanner auf den Zeitungsseiten SWP und NUZ
sonstige Kosten (Druck/Layout/Künstler/etc.)	500,00	500,00	
Summe	5.000,00	3.500,00	

Adventszeit

Bezeichnung	Kosten 2014	Kosten 2015	Beschreibung
Radio (Radio 7 und Donau 3 FM)	1.000,00	1.000,00	Erhöhung der Reichweite durch höhere Anzahl der Spots
Anzeigen	2.500,00	2.500,00	Zusätzliche Schaltungen zur Bewerbung der Stadt Ulm in der Adventszeit
sonstige Kosten (Druck/Layout/Baumsetzung)	500,00	500,00	
Summe	4.000,00	4.000,00	
Gesamtsumme	21.000,00	21.000,00	

Nähere Erläuterungen:

Den Marketingszuschuss haben wir, wie in unserer Anfrage beschrieben, zur Ausweitung der Bewerbung der Stadt Ulm verwendet. Die obigen Zahlen zeigen wofür wir die 21.000,- € genutzt haben. Durch den Zuschuss konnten wir die gerade an den verkaufsoffenen Sonntagen viele Besucher in die Stadt locken. Gerade in den kommenden "Baustellenjahren" wird die Bewerbung des Einkaufsstandortes Ulm weitaus wichtiger.