



Projektbeispiel:
Abschätzung Effekte einer
Großveranstaltung als Basis für
Kundenbindungsmaßnahmen



**SERIOSITÄT &
KOMPETENZ**

+

**LEIDENSCHAFT &
FRISCHER WIND**

Dr. Peter Markert
Geschäftsführender Gesellschafter

Matthias Prüller
Produzent

WAS WIR WEITERENTWICKELN

Stadt- & Innenstadtentwicklung

Geschäftsfeld 1:
Markt- und Standortanalysen



Geschäftsfeld 2 & 3:
Strategische Kommunalentwicklung
und Markenstrategien

Region Bad Saulgau Hausach Eichstätt
Neckar-Alb Erbach Wurmlingen Nagold
Königsbronn Pfullendorf Wurmlingen Nagold
Wernau Karlsruhe Korb Hockenheim
Sinsheim Waldstetten
Heidenheim Schwäbisch Hall Ochsenhausen
Biberach Balingen Ellwangen Ebhausen
Günzburg Langenzenn
Aalen Mössingen Tettang
Tauberbischofsheim Schwetzingen

Nufringen
Reutlingen



„Ein großes Lob an Ihr Institut – Sie fangen da an, wo andere
Aufhören. Die Zusammenarbeit könnte nicht besser sein, die
Erwartungen wurden bisher stets übertroffen.“

Stefan Bubeck
Bürgermeister Stadt Mengen

Schritt 1: Zielgruppe und Marktgebiet des Events bestimmen

Schritt 2: Annäherung an ökonomische Effekte über allgemeine Kennziffern

Schritt 3: Verifizierung ökonomische Effekte über tatsächliches Besucherverhalten
(sofern Daten hierzu vorhanden)

Schritt 4: Ableitung Chancen durch & Maßnahmenprogramm für die Kundenbindung

Schritt 1: Zielgruppen und Marktgebiet des Events bestimmen

1.1 Analyse | Beispiel hier: Bayerische Landesausstellung

Wer?

1. Männer | Frauen: 50 % : 50 %
2. Anteil Gruppen, v.a. Schüler: 25-30 %
3. Dominante Altersgruppe: 50+

Ausgaben?

1. Kopplungsanteil: 64-78 %
2. Durchschnittliche Ausgaben: 40-84 Euro
3. Klar regionales Einzugsgebiet!

Quelle: Daten aus Besucherbefragungen in den Landesausstellungen in Aldersbach (2016) und Coburg (2017).

Schritt 1: Zielgruppen und Marktgebiet des Events bestimmen

1.2 Analyse: Gegenüberstellung mit bisherigen Zielgruppen & Marktgebiet

Wer?

1. Männer | Frauen: 50 % : 50 %
2. Anteil Gruppen, v.a. Schüler: 25-30 %
3. Dominante Altersgruppe: 50+

Ausgaben?

1. Kopplungsanteil: 64-78 %
2. Durchschnittliche Ausgaben: 40-84 Euro
3. Klar regionales Einzugsgebiet!







Kongruent mit bisherigen Zielgruppen?

- Prognose EW-Entwicklung bis 2030 in %: - 3
- „Bildungswanderung“ je 1.000 EW 2016: - 16
- „Familienwanderung“ je 1.000 EW 2016: + 22
- Durchschnittsalter 2016 (Median): 48
- EH-Umsatzanteil „Nicht-Friedberger“ (2009!): 24

Quelle: Daten aus Besucherbefragungen in den Landesausstellungen in Aldersbach (2016) und Coburg (2017).

Schritt 1: Zielgruppen und Marktgebiet des Events bestimmen

1.3 Bewertung

Wer?	Kongruent mit bisherigen Zielgruppen?
1. Männer Frauen: 50 % : 50 %	
2. Anteil Gruppen, v.a. Schüler: 25-30 %	
3. Dominante Altersgruppe: 50+	
Ausgaben?	
1. Kopplungsanteil: 64-78 %	
2. Durchschnittliche Ausgaben: 40-84 Euro	
3. Klar regionales Einzugsgebiet!	

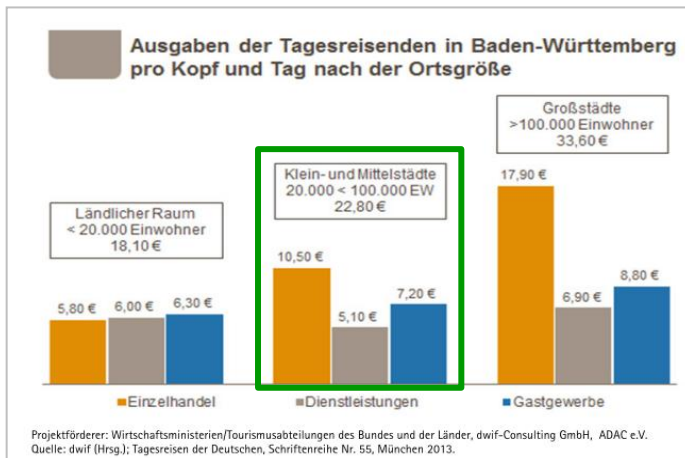
Quelle: Daten aus Besucherbefragungen in den Landesausstellungen in Aldersbach (2016) und Coburg (2017).

Schritt 2: Annäherung an ökonomische Effekte über allgemeine Kennziffern

1 Ausgaben Gäste pro Tag und pro Kopf | Orientierungswerte (ca.-Werte):

Ausgaben im Jahr 2017...					Quelle:
	... im Einzelhandel	... im Gastgewerbe	... bei Dienstleistungen	... insgesamt	
Tagesgäste:	12 - 13 €	7 - 8 €	6 - 7 €	27 €	Basis: DTV 2017: Zahlen, Daten, Fakten; eigene Berechnungen.
Übernachtungsgäste:	72 €	21 €	23 €	116 € (inkl. Camper)	Basis: DTV 2017: Zahlen, Daten und IHK Bawü 2016; Fakten; eigene Berechnungen.

2



Bei 100.000 Tagesgäste in Beispielstadt:

- Einzelhandel: + 1,050 Mio. €
- Gastronomie: + 0,720 Mio. €
- Sonstige DLs: + 0,510 Mio. €
- = SUMME: + 2,280 Mio. €

Quelle: IHK Baden-Württemberg 2016. Eigene Berechnungen

Schritt 3: Verifizierung ökonomische Effekte über tatsächliches Besucherverhalten

1 Wer?

1. Männer | Frauen: 50 % : 50 %
2. Anteil Gruppen, v.a. Schüler: 25-30 %
3. Dominante Altersgruppe: 50+

Ausgaben?

1. Kopplungsanteil: 64-78 %
2. Durchschnittliche Ausgaben: 40-84 Euro
3. Klar regionales Einzugsgebiet!

2 Das heißt für Beispielstadt:

- > 7 von 10 Personen koppeln
- Ausgaben: ca. 62 € / Person

Bei 100.000 Tagesgäste in Beispielstadt:

- Einzelhandel: + 2,0 Mio. €
- Gastronomie: + 1,5 Mio. €
- Sonstige DLs: + 1,0 Mio. €
- = SUMME: + 4,4 Mio. €

Schritt 4: Ableitung Chancen durch & Maßnahmenprogramm für die Kundenbindung

Individuell zu definieren u.a. anhand folgender Kriterien:

- **Besuchsgründe vorhanden ja/nein? Welche müssen aufgebaut werden?**
- **Ansprache der Zielgruppe wo / durch wen / Medien?**
- **Erreichbarkeit der Innenstadt für die Besucher des Events wie?**
- **Struktur / Akteure: Wer, in welcher Verbindlichkeit, wie finanziert?**

Rechtliche Hinweise

Die vorliegenden Unterlagen sind Teil einer mündlichen Präsentation und nur im Gesamtzusammenhang vollständig.

Die vorliegenden Unterlagen fallen unter die §§ 2 Abs. 2, 31 Abs. 2 UrhG und das europäische Recht. Die Vervielfältigung, Weitergabe oder Veröffentlichung als Platzhalter oder zu Layoutzwecken verwendeter Fotos oder Abbildungen, für die keine Rechte vorliegen, können Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Die Weitergabe, Vervielfältigung, Speicherung oder Nutzung sowohl im Ganzen als auch in Teilen bedeutet die Übernahme des vollen Haftungsrisikos gegenüber den Rechteinhabern, die Freistellung der imakomm AKADEMIE GmbH von allen Ansprüchen Dritter und das Tragen der Kosten einer eventuellen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die imakomm AKADEMIE GmbH.

Es ist nicht gestattet, die vorliegenden Unterlagen im Ganzen oder in Teilen in Dokumentationen oder Protokollen widerzugeben. Am geistigen Eigentum der imakomm AKADEMIE GmbH und ihrer Mitarbeiter werden durch Veranstalter keinerlei Rechte erworben.

Medienhinweis:

Aus den vorliegenden Unterlagen darf nicht zitiert werden. Bitte wenden Sie sich für eine Freigabe von Zitaten an die imakomm AKADEMIE GmbH, Telefon 0 73 61 / 5 28 29 0, info@imakomm-akademie.de