

Entwicklung eines Marketingkonzepts für das Eifelmuseum und das Deutsche Schieferbergwerk in Verbindung mit Terra Vulcania

Isabelle Reitemeier, Tessa Vogel, Fabian Müller, Nora Flick, May Almarshoudi, Nadine Zenner

Agenda

1. Begrüßung
 - a. Vorstellung des Projektteams
 - b. Was erhoffen wir uns durch das Meeting?
 - c. Piktogramm: Was bisher geschah...
2. Benchmarkanalyse
 - a. Beschreibung: Analyse des Marktes
 - b. Stärken und Schwächen
3. Umfrage
 - a. Beschreibung
 - b. Zielgruppenanalyse
 - c. Meinung (Stärken)
 - d. Aufmerksamkeit



Agenda

4. Vorstellung der Marketingkonzept 4P's inkl. Prioritäten
 - a. Product
Anwendung: DiY
 - b. Price
Anwendung: Familientag
 - c. Promotion
Anwendung: Website/ Facebook; Kombi-Pakete/ Google AdWords
Coupons
 - d. Bezug 7 P's der Dienstleistungen
Anwendung: Wein-Event

5. Abschluss
 - a. Zusammenfassung
 - b. Fragen
 - c. Verabschiedung



1. Begrüßung

- a. Einleitung in das Meeting
- b. Was erhoffen wir uns durch das Meeting?
- c. Was bisher geschah.. (Piktogramm inkl Kooperationen, Bezug Anhang)

1c. Piktogramm: Was bisher geschah...

		Lesen Sie weiter! Was können wir in Zukunft verbessern?
Eigenes, übersichtliches und interaktiv gestaltetes Website	Interaktion nur über Seite der Stadt Muenchen notwendig. Gestaltung muss attraktiv sein und leicht	Eigenes, übersichtliches Website, welche aufgrund der Größe und der vielen schönen Fotos und Bilder, einige Text
Museum besucht und in Zusammenhang gebracht, welches der Kinder sehr ansprechend	Kein Video	Erstellung eines Interaktiven Videos, was sich der Besucher über das Museum besuchen und was es zu sehen ist
Auf der Website gibt es einen Interaktionsgenerator	Mit der Museum werden nicht aktiviert	Verständlich und interaktiv, einfache Navigation, Verknüpfung von Online Tools
Mit Hilfe der Website, die die Piktogramm grafisch auf dem Interaktionsbereich ist, gut gestaltet	Für Kinder und Eltern, für wenige Bilder, wenn aktiviert	Mit Hilfe der Website, die die Piktogramm grafisch auf dem Interaktionsbereich ist, gut gestaltet

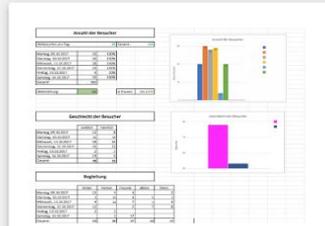
Benchmark

Benchmarkanalyse - Zusammenfassung	Zusammenfassung
Sehr modernes Museum, verbunden mit interaktiven Festung durch die Burg	Design Interaktivität und Entertainment
Eingelagert durch den Besuch in Schulerbergwerk und der Burg	Keine eigene Website (Erwählung über Seite der Stadt Muenchen) keine Google AdWords
Durch die zentrale Lage neben in der Stadt und am Marktplatz erfüllt zu überleben und gut zu erreichen	Kein eigenes Video oder Digital Content, sondern nur Text und alle Bilder im Webpage oder auf Plakate und Flyer
Interaktiver Preis	Kein eigene Flyer, sondern nur Text zu erhalten, den Webpage Museum besucht aktiviert
Kinderprogramm und Kinderflyer	Kein eigene Flyer, sondern nur Text zu erhalten, den Webpage Museum besucht aktiviert

Benchmark (+ & -)

Wahrnehmen bei unserer Umfrage zum Kundenverhältnis des DMZ- und Deutscher Schindlergruppen. Wir sind ein Programm der historischen Kultur und Raum. Die Idee ist ein interaktives Programm, um eine Verbindung zwischen den Museen zu schaffen. Die Umsetzung benötigt Sie in etwa 20 Minuten.
1. Welches Museum haben Sie besucht?
2. Wie hat Ihnen das Museum gefallen? (Auswahl von Schindler)
3. Wie sind Sie auf das Museum aufmerksam geworden?
4. Was hat Sie am meisten beeindruckt in Ihrem Museum?
5. Würden Sie das Museum erneut besuchen?
6. Wie zufrieden sind Sie mit dem Museum und dem Programm?

Umfrage



Auswertung Umfrage

Zielgruppe	Zielgruppe	Zielgruppe
Mit 131 Besucher (davon 100% Teilnehmer) wurde ein Programm der historischen Kultur und Raum entwickelt. Die Umsetzung benötigt Sie in etwa 20 Minuten.	Für die Google (DMZ) und Deutscher Schindler (DMZ) wurde ein Programm der historischen Kultur und Raum entwickelt. Die Umsetzung benötigt Sie in etwa 20 Minuten.	Für die Google (DMZ) und Deutscher Schindler (DMZ) wurde ein Programm der historischen Kultur und Raum entwickelt. Die Umsetzung benötigt Sie in etwa 20 Minuten.
57,2% (41 Jahre) mit 100% (14-20)	65,8% mit Familie (22,9% mit Partnerin)	65,8% mit Familie (22,9% mit Partnerin)
11,8% (15-20)	11,8% (15-20)	11,8% (15-20)

Zielgruppen Auswertung

Spalte	Spalte 1 (2011)	Spalte 2 (2014)	Spalte 3 (2015)	Spalte 4 (2016)
DMZ	100%	100%	100%	100%
Deutscher Schindler	100%	100%	100%	100%
DMZ + Deutscher Schindler	100%	100%	100%	100%

Vergleich mit der durchgeführten Umfrage im Oktober 2017

Analyse bestehende Marketing Umfrage

DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler
DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler
DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler
DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler

Auswertung Kooperationen

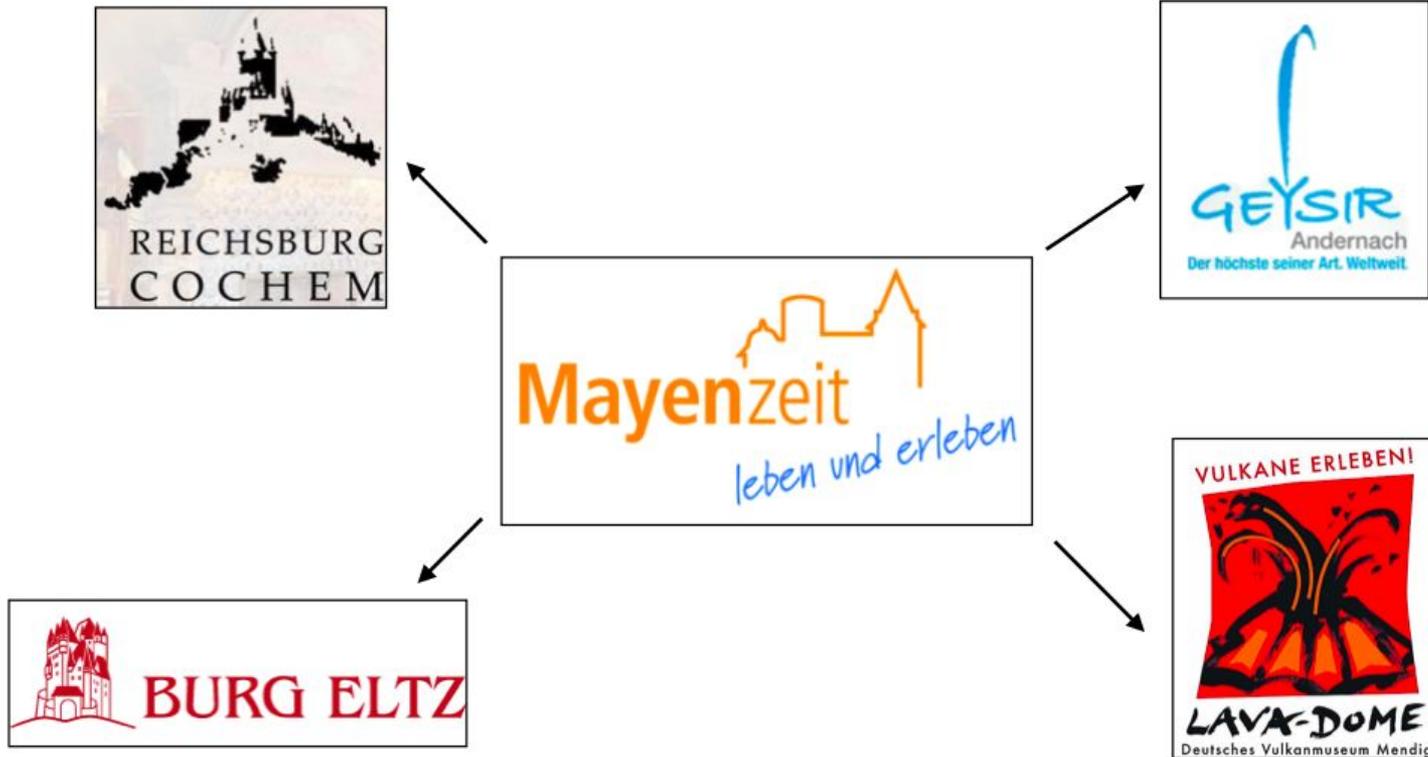
DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler
DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler
DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler
DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler	DMZ - Deutscher Schindler

Veranstaltungskalender

2. Benchmarkanalyse

- a. Beschreibung: Analyse des Marktes
- b. Stärken und Schwächen

2a. Beschreibung: Analyse des Marktes



2a. Beschreibung: Analyse des Marktes

Was haben wir verglichen?





Modernität
Zentrale Lage
Preis
Genovevaburg
Kinderprogramm



Social Media
Interaktivität
Webseite
Sprachangebot
Veranstaltungen
Imagevideo

3. Umfrage

- a. Beschreibung
- b. Zielgruppe
- c. Meinung (Stärke)
- d. Aufmerksamkeit

Umfrage

a. BESCHREIBUNG

6 Tage

131 Besucher



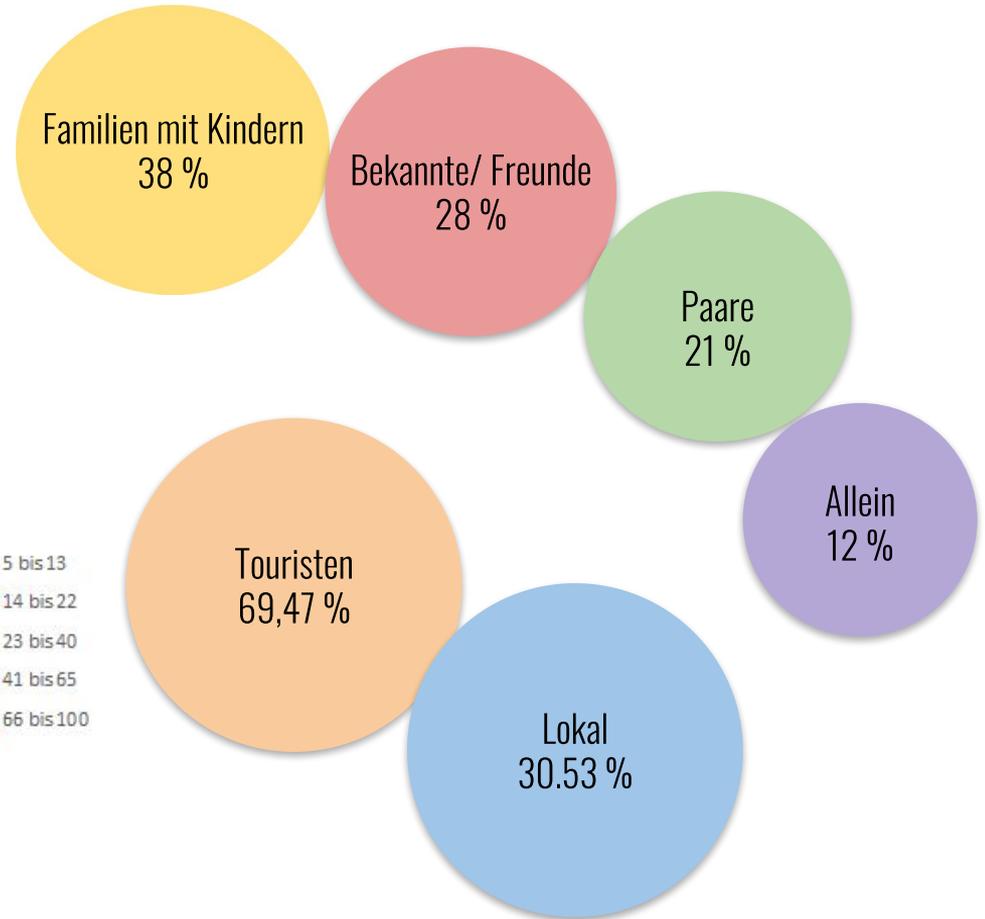
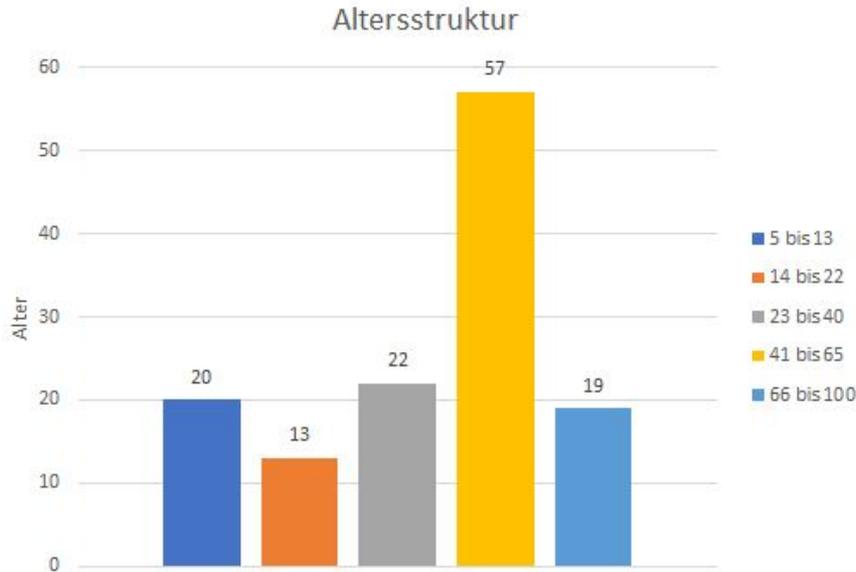
Fragen zum Thema: Motivation | Herkunft | Begleitung | Meinung |



Standort: Eingang-Eifelmuseum & Deutsches Schieferbergwerk

Umfrage

b. ZIELGRUPPE



Umfrage

c. MEINUNG (STÄRKEN)

Netpromoterscore:

- 1.Promoter 60,3 %
- 2.Passive 37,9 %
- 3.Detractors 1,5 %

Anzahl der Besuche?

Tourist (91)
→ Erstbesuch (81)
→ 5. Besuch (2)

Lokal (40)
→ Erstbesuch (33)
→ 5. Besuch (3)

Wie hat es gefallen?

Tourist (93)
→ Sehr gut 56 %
→ Gut 38.5%

Lokal (38)
→ Sehr gut 45 %
→ Gut 43 %

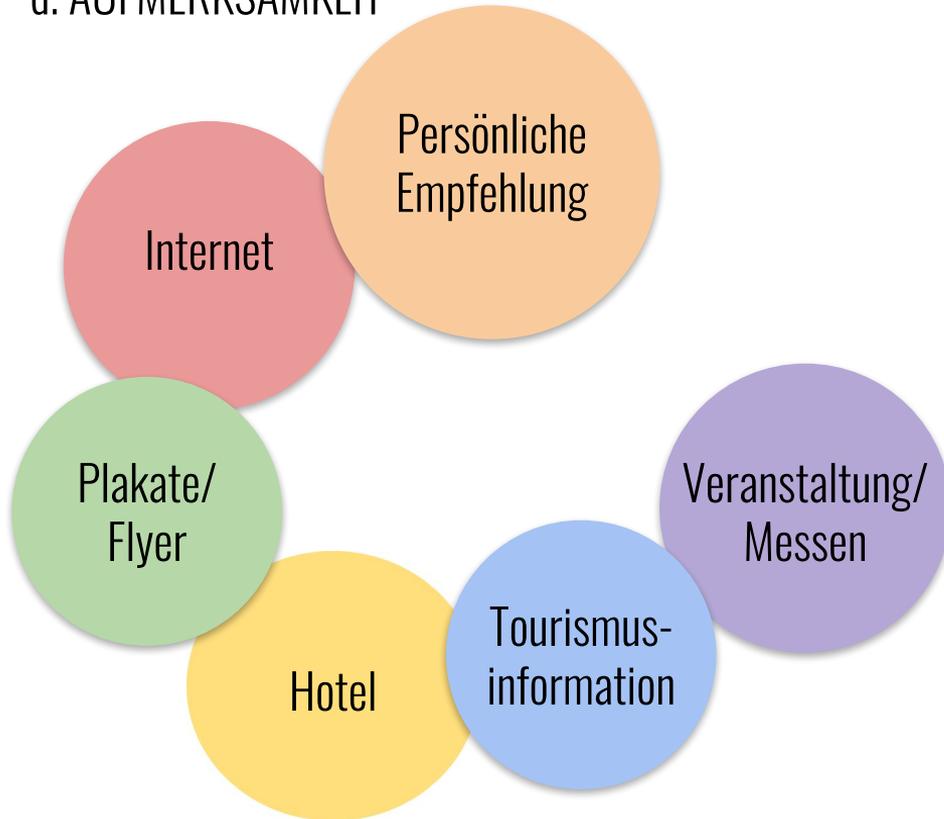
Erneuter Besuch?

Tourist (93)
→ 78% JA
→ 5. Besuch (2)

Lokal (38)
→ 95 % JA
→ 5. Besuch (3)

Umfrage

d. AUFMERKSAMKEIT



→ **Touristen (98):**

1. Internet	24,49 %
2. Plakate/ Flyer	23,47 %
3. Persönliche Empfehlung	19,39 %

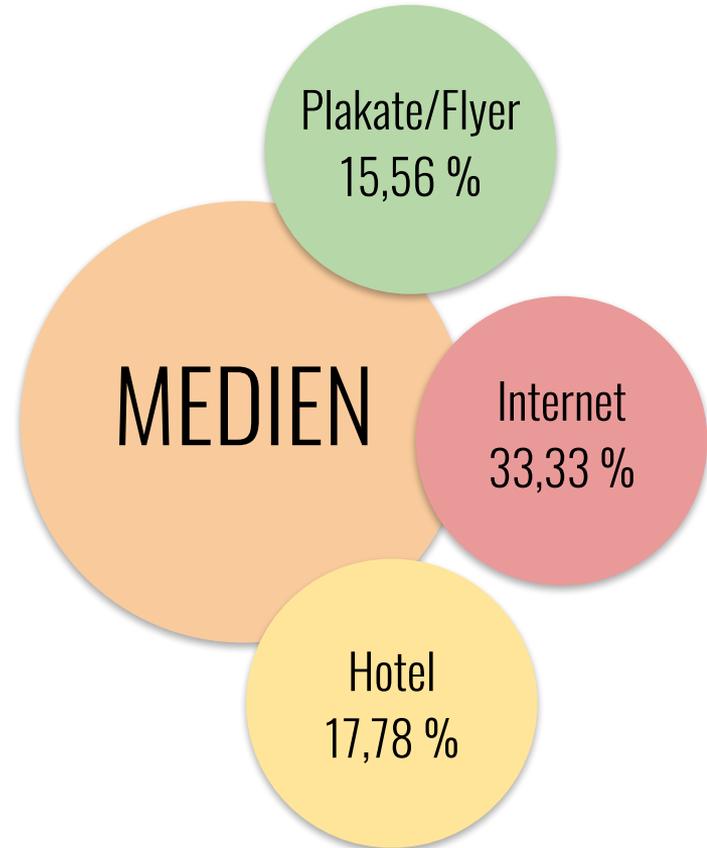
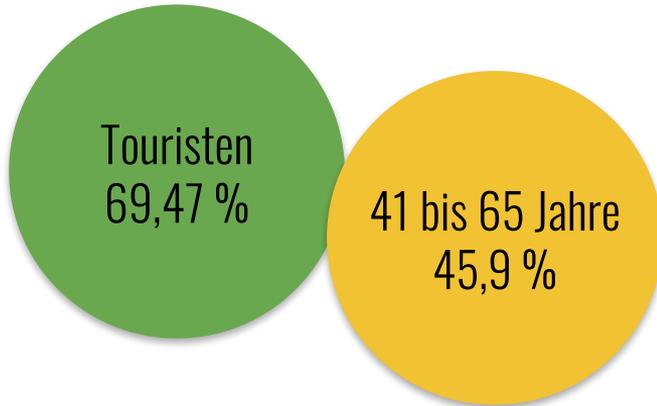
→ **Lokal (38):**

1. Persönliche Empfehlung	28,95 %
2. Internet	13,16 %
3. Tourismusinformation	10,53 %

Umfrage

d. AUFMERKSAMKEIT

Aufmerksamkeit und Medienaffinität der Hauptzielgruppe
(Touristen im Alter zwischen 41 und 65 Jahren)



4. Vorstellung der Marketingkonzepts 4P's inkl Prioritäten

a. Product

Anwendung: DiY

b. Price

Anwendung: Familientag

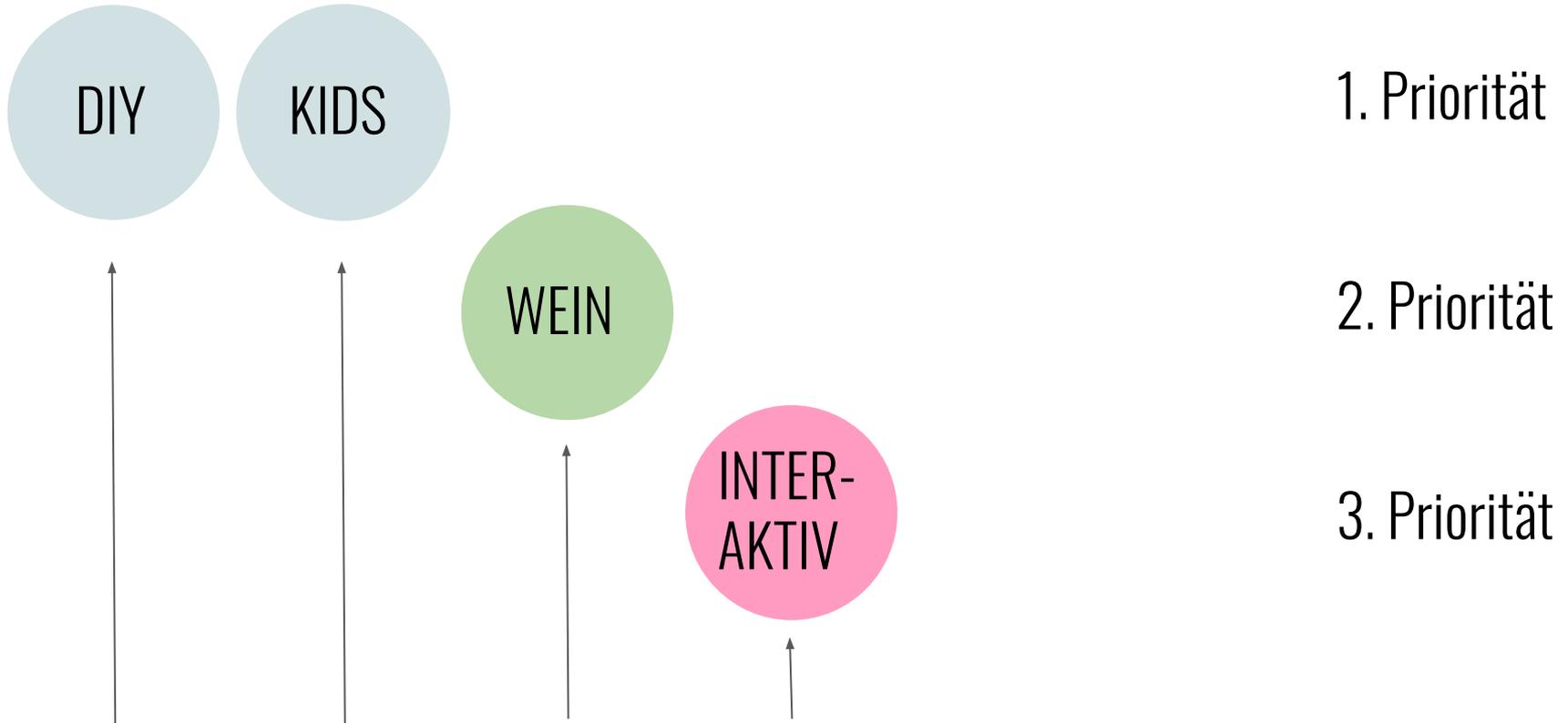
c. Promotion

Anwendung: Website (Facebook), Kombi-Pakete und Google Adwords, Coupons

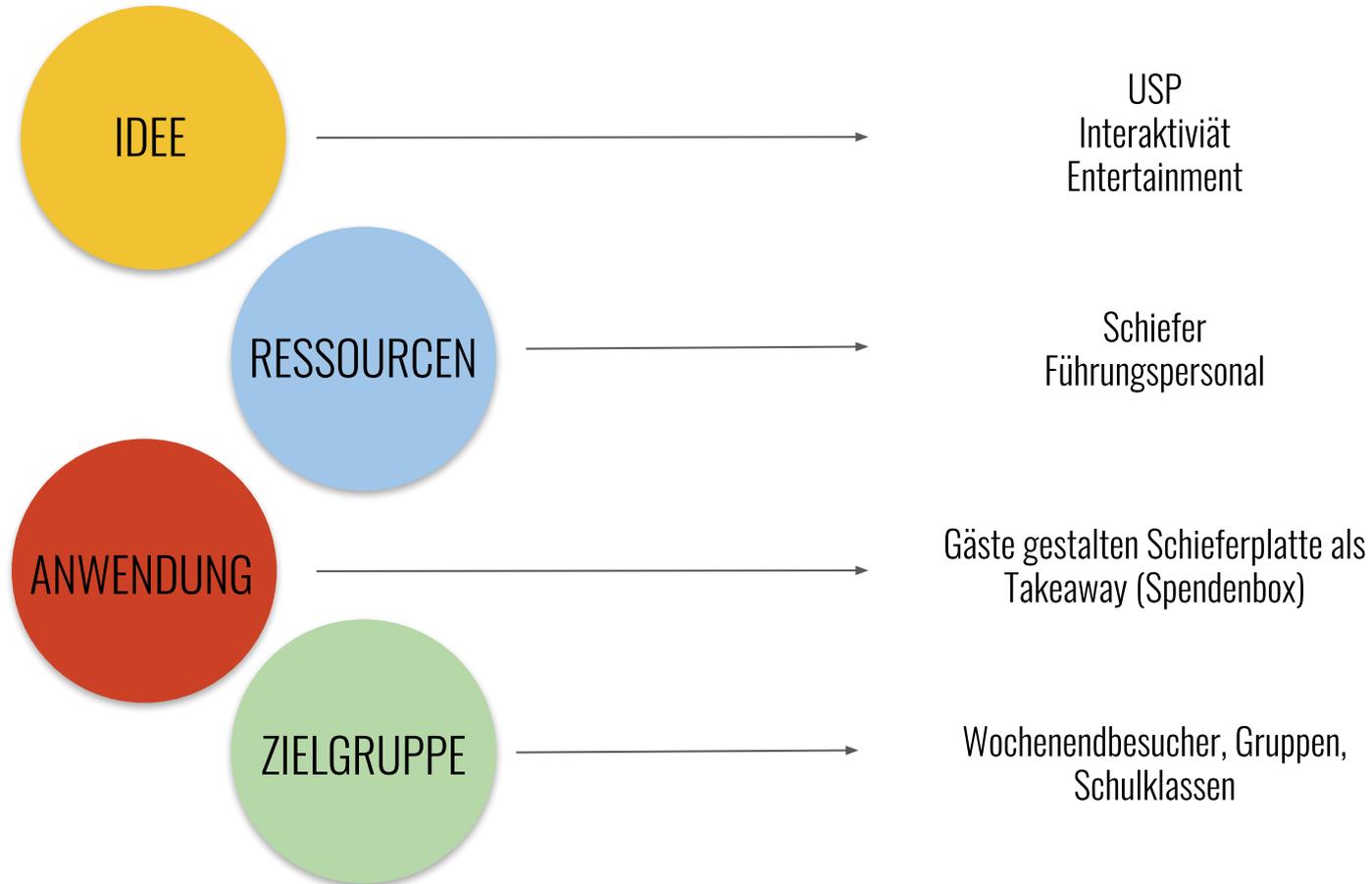
d. Bezug 7 P's der Dienstleistungen

Anwendung: Wein-Event Fokus Burg

a. Product



Anwendung: Do it Yourself



b. Price



1. Priorität

3. Priorität

Anwendung: Familientag



Mittwoch ist Familientag!

Kinder haben freien Eintritt!

... weil gemeinsame Zeit die Schönste ist!

Mayenzeit
leben und erleben

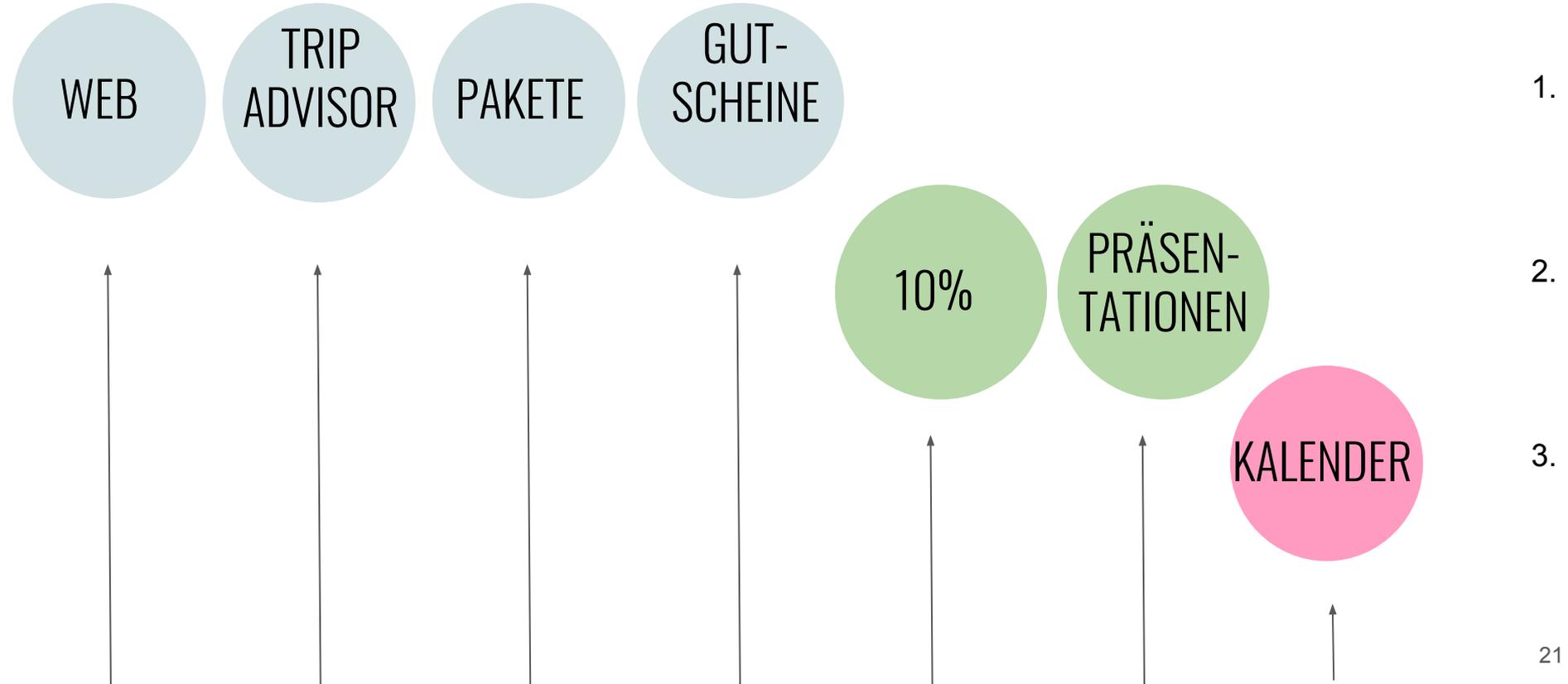


Mittwoch
ist
Familientag!

Kinder bekommen freien Eintritt!

Mayenzeit
leben und erleben

c. Promotion



Anwendung: Website (Bspl. Facebook)

Seite Postfach Benachrichtigungen 1 Statistiken Beitragsoptionen Einstellungen Hilfe ▾



Eifelmuseum und deutsches Schieferbergwerk
@MAYENschauenundmitmachen

Startseite

Beiträge

Bewertungen

▼ Mehr anzeigen

Hervorheben

Promotions verwalten



👍 Gefällt mir 📡 Abonnieren ➦ Teilen ⋮

Nachricht senden ✉

✎ Status 📷 Foto/Video 📺 Live-Video 🗣️ Veranstaltung, Produkt +

Schreib etwas ...

Eifelmuseum und deutsches Schieferbergwerk
Gepostet von Isabelle Reitemeier [?] · 1 Min · 🌐

Nun steht Weihnachten bald vor der Tür und ihr seid noch auf der Suche nach einem tollen Geschenk? Damit ihr mit eurem Liebsten ein entspanntes Wochenende verbringen könnt, verlosen wir ein Wochenende mit 2 Übernachtungen in der Jugendherberge, inklusive

Wahrzeichen und historische Stätten in Mayen

Derzeit geschlossen

Deutsch · English (US) · Türkçe · Español · Português (Brasil) +

Datenschutz · Impressum/AGB/NetzDG · Werbung · Datenschutzinfo ⓘ · Cookies · Mehr - Facebook © 2017

Eifelmuseum und deutsches Schieferbergwerk
Gepostet von Isabelle Reitemeier [?] · Diese Seite gefällt mir · 1 Min · 🌐

Nun steht Weihnachten bald vor der Tür und ihr seid noch auf der Suche nach einem tollen Geschenk? Damit ihr mit eurem Liebsten ein entspanntes Wochenende verbringen könnt, verlosen wir ein Wochenende mit 2 Übernachtungen in der Jugendherberge, inklusive den Eintritt ins Eifelmuseum und ein Mittagessen im Brauhaus.

Was ihr dafür tun müsst? Folgt der Facebook Seite des Eifelmuseums, verlinkt eure Reisebegleitung in den Kommentaren & schreibt kurz dazu, wieso ihr gewinnen solltet. Das Gewinnspiel endet nächste Woche Sonntag, den 10.12. um 10.00 Uhr. Eine Barauszahlung ist nicht möglich. Teilnahme ab 18 Jahren. Viel Glück 😊

📷 Foto markieren... 📍 Ort hinzufügen... ✎ Bearbeiten...

Personen, die du kennen könntest
 Anida Schnatzen
21 gemeinsame Freunde
A Freundin hinzufügen

Beiträge

Eifelmuseum und deutsches Schieferbergwerk
Gepostet von Tessa Vogel [?] · 14. November um 14:06 · 🌐

"Make Mayen great again" und bewerte deinen Besuch jetzt auf:



Eifelmuseum

Ranked #9 of 12 attractions in Mayen. Been here too? Add it to your map!

TRIPADVISOR.COM

👍 Bewerten nicht möglich

➦ Teilen

Anwendung: Kombi-Paket 1

KURZ MAL WEG | Urlaub vom Alltag

Leistungsumfang:

- 2x Übernachtung im Hotel Eifeler Hof mit reichhaltigem Vital-Frühstücks-Buffer
- Eintritt ins Themenmuseum kombiniert mit einem Einblick in den Schieferabbau vergangener Tage in der Genoveva-Burg
- Wellness-Tageskarte (Finnische Trockensauna, Dampfbad und Whirlpool)
- 1x3-Gang-Menü im Restaurant „Altes Backhaus“
- Preis im Doppelzimmer: ab 169,00 € pro Person (zwei Übernachtungen mit Frühstück)

Anwendung: Kombi-Paket 1 | Google AdWords

Erste Kampagne

Eine **Kampagne** umfasst ein bestimmtes Thema oder eine Gruppe von Produkten. Beim Erstellen einer Kampagne legen Sie ein Budget fest, wählen die Zielgruppe aus und schreiben den Anzeigentext. Für die Auswahl von Optionen fallen keine Kosten an und Sie können später jederzeit Änderungen vornehmen.

1. Budget festlegen

Budget	5,00 € pro Tag	
---------------	----------------	---

2. Zielgruppe auswählen

Standorte	Deutschland	
------------------	-------------	---

Werbenetzwerke	Suchnetzwerk, Displaynetzwerk	
-----------------------	-------------------------------	---

Keywords	wellness urlaub eifel ferienhaus eifel urlaub eifel urlaub zu zweit eifel urlaub pauschale urlaub in der eifel	
-----------------	--	---

Tägliche potenzielle Reichweite
Nur Suchnetzwerk

150+ Klicks

2K+ Impressionen

Anwendung: Kombi-Paket 1 | Google AdWords

3. Gebot festlegen

Gebot

Ihre Gebote werden in AdWords automatisch so festgelegt, dass Sie mit Ihrem Budget möglichst viele Klicks erzielen.

4. Anzeige erstellen

Textanzeige

KURZ MAL WEG|Urlaub vom Alltag –
2ÜF+Wellness nur 99,- p.P
Anzeige www.mayen.de

Nur mal an sich selbst denken und Zeit zu Zweit genießen.

Anwendung: Kombi-Paket 2



2x Übernachtung in der Jugendherberge

*

Eintritt ins Themenmuseum kombiniert mit
einem Einblick in den Schieferbau
vergangener Tage in der Genovevaburg

*

1 Mittagessen im Brauhaus Mayen

Preis im Doppelzimmer
ab 60,00 € p. P.

Anwendung: Coupons



The central image shows a hand holding a coupon for 'Freizeitblock.de'. The coupon is divided into sections: a grey top-left section with '234 2:1-GUTSCHEINE', a blue middle section with the website logo and '2:1-FREIZEITFUHRER IHRER REGION', and a white bottom section with 'Ihr Freizeitblock-Bundesland'. Text on the coupon also includes 'Schlemmerblock.de SONDERAUFPLAGE mit 2:1-FREIZEIT-ANGEBOTEN' and 'Gutscheine gültig ab sofort bis 01. Dezember 2018'. The background is a vibrant red and blue roller coaster. To the left, a dark grey box contains promotional text: 'ALLE 2:1 GUTSCHEINE', 'Gutscheine gültig ab Erscheinen bis DEZEMBER 2018', and '+ TAUSENDE weitere GUTSCHEINE bei MOBILE GUTSCHEINE.de'. A red banner at the top right of the image reads 'JETZT NOCH MEHR GUTSCHEINE!!' and '... mit ausgewählten Top-Zielen!'. Large blue text on the right side says 'Ihr handlicher 2:1 FREIZEIT-FÜHRER'.

Kosten: 700 - 800 Euro/Anzeige

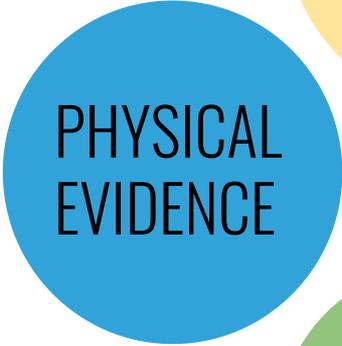
d. Bezug 7 P's der Dienstleistungen

Beurteilung
schwierig
evtl: Marketing
(Werkstudenten/Interns)



PERSONAL

Place:
Standortvorteil
Genovevaburg
promoten!



PHYSICAL
EVIDENCE

Kontinuierliche
Aktualisierung,
Posting,
Controlling



PROZESSE

Anwendung: Wein & Snacks

“Im Schiefer den Schiefer genießen”

Idee: Vielfältigkeit & Entertainment

Ressource: Standortvorteil

Zielgruppe: Lokale Bevölkerung



Wein & Snacks

Verkosten Sie ausgewählte Weine von Winzern aus der Region, dazu servieren wir Finger-Food-Variationen auf Schieferplatten

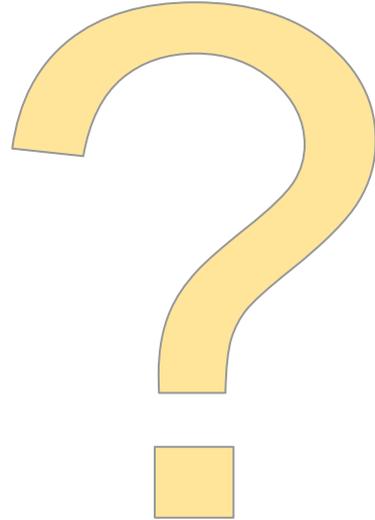
Freitag 15. Dezember 2017
17.00 Uhr Deutsches Schieferbergwerk

Vorverkauf und weitere Informationen: info@mayen.de | Tel. : 02651 498508

Eintritt: Abendkasse 20€ | Vorverkauf 18€ (Weine & Finger-Food-Variationen)

5. Abschluss

- a. Zusammenfassung
- b. Fragen
- c. Verabschiedung



VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT