

ERFOLGSSTORIES

Radio Bamberg

Schexs in the City

BROADCAST-FUTURE!
radio-marketing://ideen/märkte/motivation

(10/01/2007) Mit Unterstützung von Radio Bamberg startete das Stadtmarketing Bamberg im Februar 2005 eine Initiative für die Kunden- und Kaufkraftbindung in der Innenstadt: Der Bamberger Einkaufsgutschein "Schexs in the City". Das Konzept war so gut, dass "Schexs in the City" heute größere Erfolge feiert denn je.

Ausgangssituation

"Taler, Taler du musst wandern von der einen Hand zu anderen." Dieses Volkslied aus dem 18. Jahrhundert kann als Leitmotiv des Bamberger Stadtmarketing Projekts "Schexs in the City" gelten. Im Wirtschaftskreislauf muss eine ständige monetäre Fluktuation herrschen. Vergleichbar mit Blut in einem Organismus oder wie Öl in einer Maschine, muss auch in der Wirtschaft das Geld fließen.



Allerdings fließen über 70% des Kapitals aus dem Wirtschaftskreislauf einer Region heraus. Das Stadtmarketing Bamberg suchte deshalb nach Mitteln, um die monetäre Abwanderung zu stoppen. Und stieß dabei auf die Geschichte des Einkaufsgutscheines bzw. auf "das Wunder von Wörgl". Im Jahr 1932 war die österreichische Stadt "Wörgl" hoch verschuldet. Im Rahmen einer Nothilfe ließ der Bürgermeister Arbeitsbestätigungen im Wert von 1, 5 und 10 Schilling drucken - Gesamtwert 32.000 Schilling - und bereitete so der Armut ein Ende. In Anlehnung an "das Wunder von Wörgl" kreierte das Stadtmarketing Bamberg mit Unterstützung von Radio Bamberg die Kampagne "Schexs in the City".

Werbeziel



Die Ziele der Einkaufsgutscheine waren, die Kunden- und Kaufkraftbindung an die Innenstadt Bambergs zu stärken, die Gewinnung neuer Kunden zu forcieren und den Service am Kunden zu verdeutlichen. Das Besondere an diesem Projekt ist, dass der Bamberger Geschenkgutschein in jedem teilnehmenden Geschäft der Bamberger Innenstadt eingetauscht werden kann. Jeder der Einkaufsgutscheine hat einen Wert von 10 Euro. Damit kann der Schenkende mehrere Gutscheine verschenken und der Beschenkte kann die Gutscheine nach Lust und Laune auf verschiedene Geschäfte aufsplitten. Von dieser Aktion sollen sich v.a. Bamberger und Personen aus der Umgebung angesprochen fühlen. Die Idee, die damit kommuniziert wurde, war, Schenken ohne Risiko und zwar das ganze Jahr hindurch.

Kampagne

"Schexs in the City" wurde durch verschiedene Werbemedien beworben. Von der ersten Minute an dabei - Radio Bamberg.

Neben Radiospots kommen Promotion-Aktionen, redaktionelle Beiträge im Hörfunk und TV, Zeitungsanzeigen, Aufkleber und Flyer sowie diverse andere Werbemittel zum Einsatz.

Die Kampagne startete Mitte Februar 2005. In der Zeit zwischen Februar und April war der Radiospot zu "Schexs in the City" fast 200 Mal auf Radio Bamberg zu hören. Dabei war die Radiowerbung für die teilnehmenden Geschäfte doppelt von Bedeutung. Jedes Geschäft konnte sich in den Spot einkaufen, pro Geschäft zweimal. Vorneweg im Werbeblock lief der Kernspot.

))) **Spot** (.mp3; 1,4 MB) - Das Musikbett ist eingebaut, damit sich hier einzelne Geschäfte individuell einkaufen und vorstellen können.

))) **Nachrichtenbeitrag** (.mp3; 2,1MB)

Resultat

Die Aktion "Schexs in the City" schlägt hohe Wogen. Mehrere Städte haben Interesse an dem Konzept angemeldet, andere haben es bereits erfolgreich umgesetzt. Mittlerweile ist für die Bamberger Einkaufsgutscheine "Schexs in the City" die nächste Auflage für das Frühjahr 2007 geplant. Im Februar 2005 kam eine Erstaufgabe von 10.000 Stück auf den Markt. Im Juli desselben Jahres folgte auf Grund der hohen Resonanz die zweite Auflage mit weiteren 10.000 "Schexs in the City". Die dritte Auflage folgte dann im Sommer 2006.

Auch die Anzahl der teilnehmenden Geschäfte hat sich signifikant erhöht. Waren es zum Start der Aktion noch 204 Unternehmen, ist ihre Zahl bis November 2006 auf 300 angewachsen. Im selben Zeitraum wurden 80.000 "Schexs", was 800.000 Euro entspricht, verkauft. Davon wurden 53.000 Einkaufsgutscheine bereits eingelöst.

[CreateDate]

gefunden unter
[desktopdefault.aspx/tabid-84/176_read-57407/print-1/](http://www.broadcast-future.de/desktopdefault.aspx/tabid-84/176_read-57407/print-1/)