



Case Study – Pinakotheken München

Den Besuchsgrund und das Besucherprofil verstehen

Die Pinakotheken München nutzen Daten um das Besucherprofil der einzelner Häuser und Ausstellungen zu messen. Durch genau Analysen wurde herausgefunden, warum Besucher einzelne Ausstellungen und Häuser besuchen und welche Charakteristika diese Besucher aufweisen.

Das Haus

Die Pinakotheken in München

Die Pinakotheken sind eine Ansammlung Museen im Kunstareal München. Die Pinakothek der Moderne in München vereint unter ihrem Dach vier voneinander unabhängige Museen, die in einer einzigartigen Konstellation verschiedene Bereiche der Kunst abdecken: Die Neue Pinakothek in München ist ein Museum der europäischen Kunst des 19. Jahrhunderts. Das Museum Brandhorst beherbergt die Sammlung von Udo und Anette Brandhorst für moderne und zeitgenössische Kunst. Die Alte Pinakothek stellt unter anderem Gemälde von Malern des Mittelalters bis zur Mitte des 18. Jahrhunderts aus und ist eine der bedeutendsten Gemäldegalerien der Welt.



Das Anforderungsprofil

Besuchsgrund: Wirkt die Bewerbung oder das Image

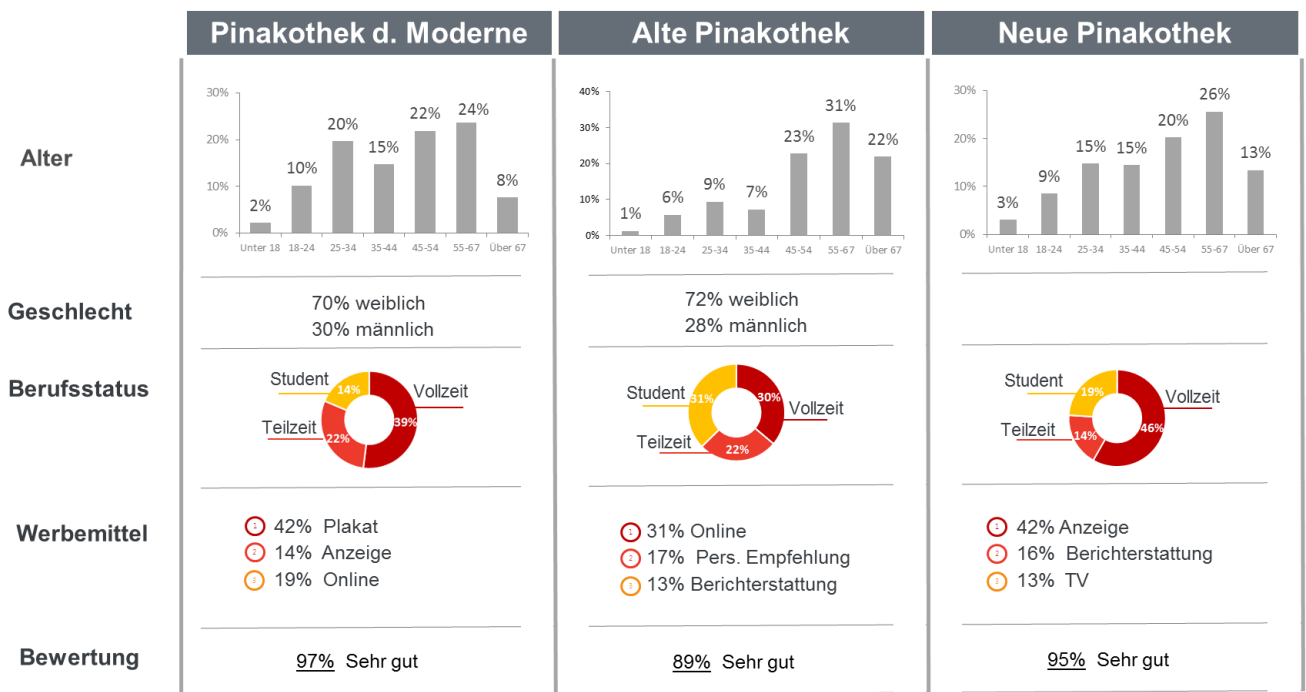
Warum kommen Besucher zu den Ausstellungen der Pinakotheken? Welche Besucher suchen welche Ausstellung auf und wie werden sie auf diese aufmerksam? Was war der Hauptgrund des Besuches der Pinakotheken? Das Ziel der Studie war herauszufinden, ob Besucher einzelne Häuser bevorzugt aufsuchen und ob jedes Haus ein eigenes Besucherprofil aufweist. Insbesondere bei der Pinakothek der Moderne, die vier thematisch verschiedene Schwerpunkte vereint, sollte analysiert werden, ob Besucher wegen dem Haus als Ganzes und dessen Image oder wegen einzelner Ausstellungen bzw. Bereichen kommen.



Die Lösung von stARTistics

Das Profil der Häuser stärker auf Besucher ausrichten

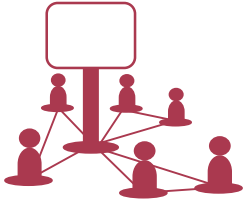
Im Rahmen der Studie wurden mehr als 3.200 Besucher aus verschiedenen der Ausstellung befragt. stARTistics erfasst die Daten direkt digital via Tablets und wertet die gewonnenen Daten in Echtzeit aus. Dies ermöglicht die Analyse- und Monitoring-Software stART-DATA. Durch die automatisierte Auswertung der Daten, konnte bereits während der Ausstellung beobachtet



werden, welche Besucher die Ausstellungen und die einzelne Häuser aufgesucht haben. So konnte für jedes Haus ein gesondertes Besucherprofil zugeordnet werden, gesondert nach Werbewahrnehmung, Besuchsgrund, Alter und Herkunft analysiert werden. Am Ende der Studie zeigten die Daten, welche Besucher durch das Image des gewonnen wurden. Dadurch wurde die Bewerbung einzelner Ausstellungen weniger relevant war als die Bewerbung des Hauses als Ganzes. Darüber hinaus, konnte identifiziert werden, welche Werbemittel von jungen und älteren Besucher erreichen.

Kundennutzen

Marketingstrategie durch Daten gezielt steuern



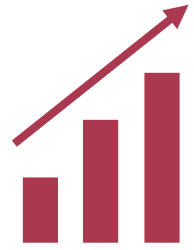
Optimierung der Werbekampagne



Weniger Kosten durch gezielten Bewerbung



Steigerung der Werbewahrnehmung



Verlässliche Daten zur strategische Planung

Unser Leistungsprofil

Welche Erwartungen haben Ihre Besucher – wir zeigen es Ihnen

- Unterstützung und Koordination der Marktforschungsstudie
- Durchführung von Besucher-, Nicht-Besucher und Onlinebefragungen
- Live Auswertung während des Projekt in Echtzeit mit dem Analyse- und Monitoring- Software stART-Data.
- Auswertungsbericht der Daten und Präsentation
- Personalmanagement
- Beratung bei der wirtschaftlichen sowie strategischen Optimierung
- Beratung bei der Entwicklung der Marketing- und Kommunikationsstrategie
- Analyse von Kampagnen, der Marke, der Positionierung und des Ausstellungsportfolios
- Analyse, Benchmark zu anderen Städten, Region und Kultureinrichtungen in Deutschland.

Finden Sie heraus welche Wünsche und
Bedürfnisse Ihre Besucher haben

st**ART**istics
ERFOLG MESSBAR MACHEN.



ESCHERSHEIMER LANDSTR 521
60320 FRANKFURT AM MAIN



+49 (0) 69 - 400 38 268
INFO@STARTISTICS.DE



WWW.STARTISTICS.DE

© stARTistics 2016

Urheberrechtsschutz: Die hier dargestellten Inhalte dürfen ohne die Erlaubnis von stARTistics weder nachgebildet noch vertrieben werden, weder in Teilen noch als Ganzes. Alle Daten, Grafiken und Informationen dürfen nur mit Zustimmung von stARTistics oder der vertraglich festgelegten Partner genutzt werden. Die Daten sind nicht zum Verkauf bestimmt. Desweiteren übernimmt stARTistics keine Haftung für die Nutzung der Daten von Dritten. Alle Urheberrechte und Rechte des geistigen Eigentums hält stARTistics ohne Einschränkungen.