Case Study – Stadt Museum Schleswig

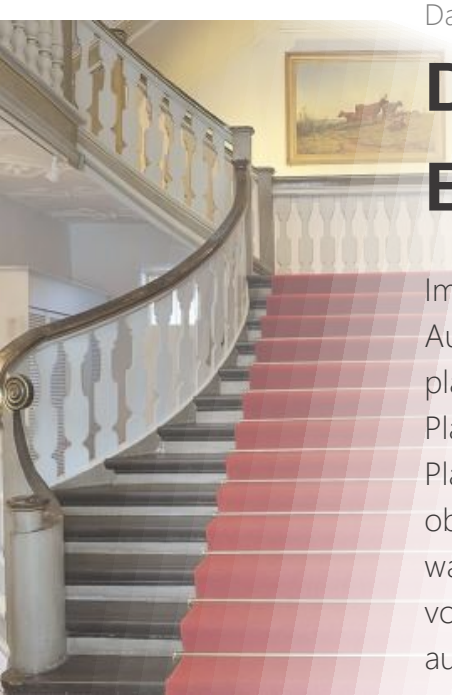
Optimierte Öffnungszeiten für eine höhere Besucherfrequenz

Das Stadt Museum Schleswig nutzt Daten um das Haus wirtschaftliche sowie strategischen gezielt auf Ihre Besucher auszurichten. Durch genau Analysen werden optimale Öffnungszeiten des Ausstellungsportfolios für die Besucher analysiert, sodass Personalkosten reduziert und gleichzeitig die maximale Besucherauslastung erreicht werden konnte.

Das Haus

Das Stadtmuseum Schleswig

Das Stadtmuseum ist eines der traditionsreichsten Museen in Schleswig-Holstein. Die Anfänge reichen zurück bis in das Jahr 1879. Heute präsentiert sich das Stadtmuseum mit einer Ausstellungsfläche von 1500 qm in fünf Gebäuden als eines der führenden kommunalen Museen in Schleswig-Holstein. Dependancen sind das Museum für Outsiderkunst und das Holm-Museum. Seit 2002 präsentiert das Stadtmuseum Schleswig zudem in einer eigenen Abteilung eine umfangreiche Privatsammlung historischer Teddybären – das Teddy Bär Haus. Das Stadtmuseum in den letzten Jahren durch seineherausragenden Fotoausstellungen..



Das Anforderungsprofil

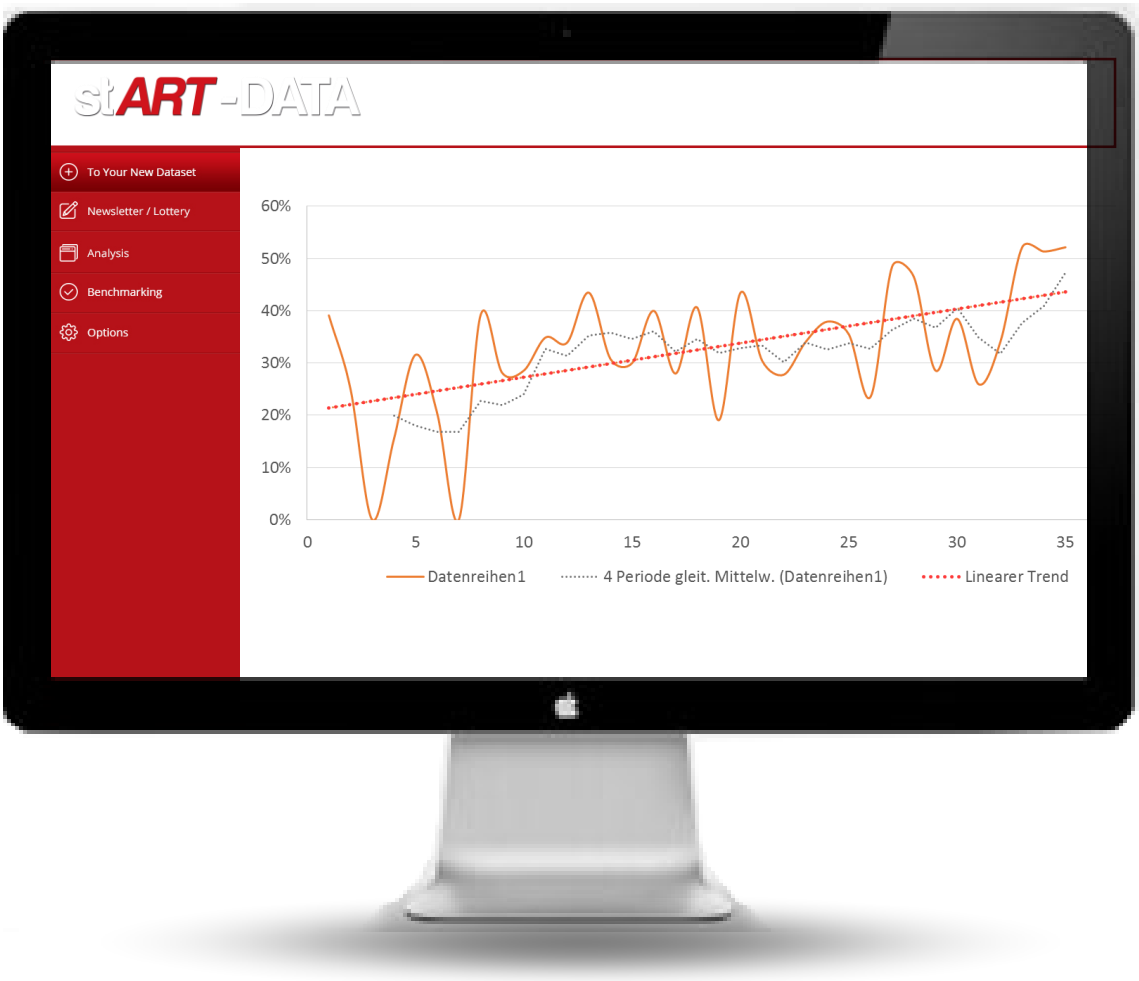
Der richtige Zeitpunkt zur Bewerbung der Ausstellung

Im Rahmen der viermonatigen Ausstellung wurde intensiv vor der Ausstellung in Frankfurt und umgebenden Rhein-Main Region plakatiert. Auch während der Ausstellung sollte das Budget für weitere Plakatierungen genutzt werden. stARTistics sollte herausfinden, ob eine Plakatierung zum Ende der Ausstellung weitere Besucher anzieht und ob diese Maßnahme zu einem signifikanten Besucherzuwachs führt. Ziel war es, bereits während der Ausstellung eine Auswertung der Daten vorzunehmen um eine strategische Entscheidung Empfehlung aussprechen zu können.

Die Lösung von stARTistics

Veränderung der Werbe wahrnehmung im Zeitverlauf

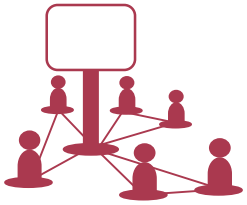
Im Rahmen der Ausstellung wurde kontinuierlich über den gesamten Zeitraum und in weniger als vier Monaten mehr als 1.200 Besucher der Ausstellung befragt. stARTistics erfasst die Daten direkt digital via Tablets und wertet die gewonnen Daten in Echtzeit aus. Dies ermöglicht die die Analyse- und Monitoring-Software stART-DATA.



Durch die automatisierte Auswertung der Daten, konnte bereits während der Ausstellung beobachtet werden, wie die Plakatierung über den Zeitverlauf der Ausstellung wirkt. Zusätzlich wurde durch den Vergleich mit dem Marketingplan und durch weitere Analysen, der Zeitpunkt herausgefunden, wann Besucher das Plakat *sehen* und wann sie sich *entscheiden* die Ausstellung zu besuchen. Durch die gewonnen Daten wurden unwirksame Plakatierungen analysiert, die Kosten eingespart und das Werbebudget optimal ausgenutzt.

Kundennutzen

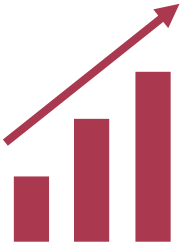
Marketingstrategie durch Daten gezielt steuern



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- So ftware 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 Posit ionierung und des Ausstellungs-portfolios
- Analyse, Benchmark zu anderen Städten, Regi on und Kultureinrichtungen in Deutschland.

Finden Sie heraus welche Wünsche und Bedürfnisse Ihre Besucher haben

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. Desweitern übernimmt stARTistics keine Haftung für die Nutzung der Daten von Dritten.
Alle Urheberrechte und Rechte des geistigen Eigentums hält stARTistics ohne Einschränkungen.