



Claudia Weber

Kulturkonferenz Dülmen 05. Mai 2018

Wieviel Kultur braucht die Stadt?

Kundenorientierung und Kundenbindung

Analyse – Impulsvortrag Dülmen plus Workshop

Nachstehend fasse ich diese Eindrücke, Gespräche bei der Kulturkonferenz grob zusammen

Dülmen – Stadt der Wildpferde

Bekanntheitsgrad:

Bei Google hat **Dülmen** hat 1,2 Mio Aufrufe bei 46.000 Einwohnern

Vergleich:

Emmerich mit 29.500 Einwohnern hat bei weitem nicht soviel zu bieten wie Dülmen, verzeichnet aber 3.250.000 Zugriffe.

Voerde . 36.000 Einwohner 1,380 Mio Zugriffe

Die Webseite von Dülmen erscheint natürlich als erstes und auch

Dülmen Marketing ist bei den ersten Stellen, jedoch kann man hier noch optimieren.

Hinweis: wenn rechts die Stadtinformation bei Google aufklappt, werden nur Veranstaltungen aus den umliegenden Städten angezeigt wie Coesfeld etc., jedoch keine einzige Veranstaltung der Stadt Dülmen.

Empfehlung/Maßnahme:

Steigerung der Suchmaschinenoptimierung SEO .

Dülmen

Wo treffen Sie oder wo trifft Ihr Kunde das erste Mal auf Kultur in Dülmen?

- Orteingangsschild?
- Kultur - Hinweisschilder in der Stadt?
- Hinweis auf Tourismusbüro?
- Internet?
- Zeitung?
- Veranstaltungshinweis? – in welcher Form
- Sonstiges.....?

Um mir einen Eindruck zu verschaffen, habe ich mir erlaubt, ganz konservativ im Tourismusbüro anzurufen, wie ein Mystery Shopper/Testkäufer.

1. Anruf während der Bürozeiten vormittags – es klingelt durch, dann der AB – Ich spreche meine komplette Adresse auf, auch die Tel. Nr. und bitte um Zusendung/Rückruf von Prospektmaterial bez. Urlaub mit älterer Dame. Eine Woche vergeht ohne Reaktion oder Zusendung von Broschüren.

2. Anruf während der Bürozeit – eine Dame am Telefon, mein Sprüchlein aufgesagt, würde in der Gegend gerne mal mit einer älteren Tante ein paar Tage verbringen. Ja da könne sie was zuschicken, ... ich fragte, was ist denn so los... ja ob sie mir auch Veranstaltungshinweise zuschicken solle. Ja gerne, sie nimmt meine Adresse auf, erledigt. Keine Rückfrage zu Barrierefreiheit trotz Hinweis der älteren Dame.

Nach 2 Tagen, Umschlag 1,45 € Porto mit dem Katalog Dülmen Marketing und diversen anderen Unterlagen zum Düb etc. plus Anschreiben. Nach weiteren 4 Tagen wieder ein Umschlag aus Dülmen, fast identisches Material Jedoch **in beiden Umschlägen fehlt das Veranstaltungsprogramm des Kulturteams** der Stadt.

Auf dem Anschreiben ist meine Adresse vermerkt beide Male ist mein Vorname Claudia mit K geschrieben. Ich denke, die meisten wissen, das es mehrere Schreibweisen gibt, jedoch wurde ich nicht danach gefragt.

Freundlichkeit der Mitarbeiterin – nicht stark ausgeprägt.

Das Anschreiben war beide Male identisch und nicht besonders aufmunternd sich auf Urlaubstage zu freuen.

Z. B. wird die Försterin ohne Namen benannt, der Förster jedoch ist es wert, das sein Vor- und Zuname dazu geschrieben wird. Witzigerweise erfuhr ich später, die Försterin ist seine Frau und die Vorgesetzte ihres Mannes.....

Empfehlung/Maßnahme: Bedarfsanalyse, Back-Office System für Adress-Daten, Anfragen, Nachfragen...



#149337706

Was wissen Sie über Ihren Kunden?

- Name
- Adresse
- Tel. Nr.
- E-Mail Adresse
- Geburtstag/Alter
- Haustier....
- Wie oft besuchen diese eine Veranstaltung und wenn ja welche?
- **!!** Beachten Sie bitte den Datenschutz!

Keine Weitergabe oder Verkauf der Daten erlaubt.

- Existiert ein Newsletter? Wer verschickt diesen? Welcher Inhalt?
- Differenzierung von Informationen?

Wenn ja, wie viele Teilnehmer haben Sie und woher kommen diese Kunden?

Facebook – wie viele „Freunde, Fans, Follower“ haben Sie?

Instagram, Twitter, Youtube , Whats App.....?

- 2017 Aktuell nutzen laut einer Umfrage **54 Millionen der Deutschen im Alter ab 14 Jahren ein Smartphone**

Besonders hoch war demnach der Anstieg bei den Senioren

Und wofür wird das Smartphone hauptsächlich verwendet?

- 100 Prozent der Befragten telefonieren
- 90 Prozent nutzen es als Foto- oder Videokamera
- 79 Prozent als Suchmaschine
- 69 Prozent hören Musik
- 69 Prozent lesen Nachrichten oder
- 68 Prozent surfen in sozialen Netzwerken

Zukunft bedeutet Veränderung!!

Empfehlung/Maßnahme:

Telefonbriefing – Bedarfsanalyse



Wie kommen die Kunden/Besucher zu Ihnen?

- Zu Fuß
- Mit dem Fahrrad? Gibt es Fahrradabstellplätze?
- Leihfahräder?
- Auto – Parkplatzsituation?
- Bus
- Zug, U- oder Straßenbahn
- Transfershuttle
- Kulturtaxi
- Taxi
- Anreisebeschreibung

Dülmen

Manch einem mag das widerstreben, jedoch muss man sehen, das man zeigt, Dülmen hat mehr als nur Wildpferde zu bieten, jedoch sind die Wildpferde erstmal der große Bekanntheitsgrad/Magnet der Stadt.

Dülmen App

ich habe sie nicht gefunden. Warum diese App „Platzhirsch Dülmen“ heißt, ist mir nicht bekannt, noch verständlich. Jedoch frage ich mich, wieso Hirsch, denn Dülmen hat im Logo und Slogan „Stadt der Wildpferde“ – Was hat das mit dem Corporate Identity der Stadt zu tun?

Empfehlung/Maßnahme:

Die Umbenennung des App Namen in „Dülmen – Stadt der Wildpferde“

Hinweisschilder

Innerhalb der Stadt fehlen Hinweisschilder auf Veranstaltungsstätten wie z. B. Sparkassenforum.

Auf der Autobahn sieht man nur den Ortsnamen auf dem Ausfahrtsschild.

Empfehlung/Maßnahme:

An der Autobahn A43 – beide Fahrtrichtungen.

Ein Kulturhistorie Schild brauner Hintergrund mit dem Slogan – Dülmen Stadt der Wildpferde – Kosten pro Schild ca. 1.500 €.



Wo liegt die Kulturstätte?

- Innenstadt, zentral
- Barrierefrei, ebenerdig, Rampe, Rolltreppe, Aufzug
- **Ambiente**
- freundlich
- sauber
- frischer Blumenschmuck
- saisonale Dekoration
- Garderobe – gegen Gebühr, mit oder ohne Personal
- Bestuhlung, bequem, Sitzerrhöhungen für Kinder, Sitzkissen, Matten
- Toilettensituation, Wickeltisch, Behindertentoilette/Euroschlüssel
- Cafeteria oder Getränkeausschank
- Bonbons, Tempos
- Mitarbeiter erkennbar durch Kleidung, Namensschild?
- Freundliche Ansprache, Begrüßung?
- Ansprache vor dem Konzert, Kabarett o. ä. ?
- Persönliche Verabschiedung?
- Hinweis auf nächste Veranstaltung?
- Einblendung, Postkarte

Anmerkung:

Das Sparkassenforum ist nirgendwo ausgeschildert.



Barrierefreiheit

Da habe ich auf der Webseite **nichts** gefunden....

Im Workshop informierte Frau Hillers, Koordinatorin des Ehrenamtes, es hätte jedoch schon mal was gegeben, eine Studentenanalyse, das sei irgendwo verlinkt?.....

Ich fragte, was ist alles berücksichtigt, konnte sie nicht sagen.

Jemand vom Heimatverein Herr ??? meinte auch ca. 60 Geschäftsleute hätten mal Informationen rausgegeben, ob sie barrierefrei erreichbar sind....

Wo ist das dokumentiert?

Empfehlung/Maßnahme:

Beide Analysen auf einer Webseite zusammenfassen.

Weitere Möglichkeiten z.B.

Die Gold-Kraemer-Stiftung hat 2012/13 im Rhein-Erft Kreis eine Umfrage rausgegeben und nachher in Buchform veröffentlicht und auf der Webseite präsentiert.

www.gold-kraemer-stiftung.de

Gerne informiere ich über die Vorgehensweise und weiteres bezüglich Barrierefreiheit.



Informationen – Präsenz

- Broschüren, Prospektmaterial – Auflagenhöhen...
- Werden diese an einen festen Interessenstamm verschickt? Anzahl?
- Gibt es einen Kulturverteiler?
- Wer kontrolliert, was liegt wo und wieviel?
- Information seitens des Hauses, Material fehlt?
- Veranstaltungshinweis im Internet, wer stellt was ein und kontrolliert?
- Hotels – kennen die Mitarbeiter die Spielstätten?
- Was sind das für Kunden die in den Hotels wohnen? Geschäftsleute, Touristen...?
- Ticketverkauf - Wo kaufe ich Eintrittskarten für welche Veranstaltung?
Buchhandlung, Post, Sparkasse, VHS, Kulturamt, Marketing Gesellschaft, Cafés, Online-System...
- Gibt es eine Kulturprogramm-Präsentation?
- Wer wird eingeladen?
- Begrüßungsveranstaltung für neue Bürger ?
- Prospektversand, wenn ja, an wen?
- Präsentation innerhalb der Saison?

Hier existiert wohl ein Verteiler im Kulturamt – für Werbeprospekte und Plakate?
Ist einigen, Heimatverein, Ehrenamtlichen, Gottschling etc. nicht bekannt.
Wird wohl teilweise finanziert und auch durch Ehrenamtliche bedient.

Empfehlung/Maßnahme:

Synergien schaffen - in finanzieller, zeitsparender, operativer Hinsicht

Neue Veranstaltungsprogramme werden der Presse zugeschickt.
Hotels, Vorverkaufsstellen, neu zugezogene Familien, Senioren etc. werden aus unterschiedlichen Gründen wie Zeit etc. nicht über Veranstaltungen informiert.

Empfehlung/Maßnahme:

Neue Möglichkeiten schaffen zu informieren Youtube Spots, Webinare, Facebook, Schaukästen. 2 x jährlich Einladung – feste Termine - an neue Mitbürger, Familien etc.



- **Kundenrückgewinnung**
- Wen haben Sie denn verloren?
- Und warum?
- Wo ist er/sie?
- Was haben Sie für Kunden?
- Ertragskunden?
- Entwicklungskunden?
- Problemkunden?
- VIPS oder Starkunden?
- Stammkunden? – Was ist denn ein Stammkunde für Sie? Stammkunde muss genau definiert werden für jede Veranstaltungsstätte..

Dieser Bereich kam zeitlich etwas zu kurz

Quintessenz:

Ich sehe die „**Dachmarke**“ **allein für Dülmen nicht**, meiner Meinung nach ist der Ort dafür zu klein, denkbar wäre **ein jährliches Leitthema**.

Hier sollten **alle** Institutionen, Kulturstätten, Kirchen, Vereine, freischaffende Künstler, Geschäfte etc. eingebunden werden.

Da muss nicht unbedingt eine Dachmarke gebildet werden.

Das Leitthema für jedes Jahr sollte für mindestens 3 Jahre im Voraus festgesetzt werden. Dann hat man Planungsfreiheit, bzw. Zeit für aufwendigere Projekte, finanzielle Förderungen vorzubereiten.

Bau eines Kulturhauses wird angestrebt – mit einem Veranstaltungsraum von ca. 400-500 Plätzen, Ausstellungsräumen, Probe, Tagungsmöglichkeiten etc..
Ziel: Fertigstellung 2020.

Was mir noch nicht klar ist, wie wird die Dülmener Kultur sich mit dem neuen IGZ Intergenerativem Zentrum „verknüpfen“?

Für weitere Fragen, Umsetzung, Beratung stehe ich gerne zur Verfügung.

Claudia Weber – Kultur und Marketing.

Mai 2018

Seite 8