
Geomarketing im rock'n'popmuseum

24.08.2011, 18:03 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: *Beloch & Franzbach GbR*



Benjamin Beloch und Sebastian Franzbach überreichen die Ergebnisse der Geomarketing Analyse an Anja Habel (rock'n'popmuseum)

Das rock'n'popmuseum im westfälischen Gronau kennt die richtigen Marketinginstrumente mittlerweile ganz genau: Seit zwei Jahren unterstützt das Unternehmen Beloch & Franzbach Geomarketing das Museum mit geografischen Auswertungen der Besucherströme. Für die Öffentlichkeitsarbeit des Ausstellungshauses sind diese zu einem wichtigen Analyseinstrument geworden.

Seit Dezember 2008 setzt das rock'n'popmuseum auf die Ergebnisse von Geomarketing. Dank dieses Teilaspekts des modernen Marketing weiß Thomas Albers, Geschäftsführer des rock'n'popmuseums Gronau, in welchen Gebieten Marketingeinsätze bereits gewirkt haben und wo sie vielleicht verstärkt werden sollten. „Im Dezember 2008 haben wir mit einem ersten Test zusammen mit der Beloch & Franzbach GbR damit begonnen, eine Art Marketing Controlling einzuführen- die Ergebnisse sind für uns unheimlich wertvoll, da die zur Verfügung stehenden Mittel für die Werbung so optimal eingesetzt werden können“, so Albers. Im rock'n'popmuseum werden jedoch keine persönlichen Daten gesammelt. Das Kassenpersonal erkundigt sich während des Ticket- Verkaufs nach Herkunft, Alter und Häufigkeit des Besuchs. Ebenso sind gezielte Fragen zu Marketinginstrumenten möglich, etwa wodurch der Besucher auf das Museum aufmerksam geworden ist.

„Uns geht es dabei nicht um die quantitative Erfassung aller Besucher und auch wollen wir unsere Besucher nicht mit den Fragen bedrängen.“, kommentiert Albers die Auswahl der zu erfragenden Daten.

Die Ergebnisse der fortlaufenden Besucherbefragung werden dem Museum regelmäßig in Form unterschiedlicher digitaler Landkarten präsentiert. Zusätzlich erhält das Museum einen Überblick über die Erfolge einzelner Marketinginstrumente. So ist zum Beispiel deutlich zu erkennen, ob Marketingmaßnahmen zu einem Besucherwachstum aus einer bestimmten Region geführt haben. Geomarketing trägt also dazu bei, die internen Arbeitsprozesse auf Basis statistischer Daten zu optimieren. Kommende Sonderprojekte wie Ausstellungen, Konzert oder Musikworkshops lassen sich mit den Erkenntnissen zu ähnlichen Projekten gezielter vermarkten, Streuverluste werden minimiert. Dass aus dem Münsterland erfreulich viele Besucher den Weg nach Gronau machen, aber selbst aus Bayern, dem Schwarzwald oder Berlin bereits viele Gäste den Weg ins rock'n'popmuseum gefunden haben, veranschaulicht die Landkarte mit den vielen

kleinen blauen Punkten auf einen Blick. "Diese enorme Reichweite hat uns überrascht", sagt Geschäftsführer Thomas Albers, "aber auch erfreut." Deutschlandweite Werbemaßnahmen sind jedoch nicht der Grund für die weiten Anreisen, eher doch das gesprochene Wort von Freundesfreunden. "Je besser man seine Besucher oder Kunden kennt, desto gezielter können neue Besucher bzw. Kunden geworben werden", so Sebastian Franzbach, Geschäftsführer der Beloch & Franzbach GbR. Das rock'n'popmuseum setzt diese Marketingweisheit in die Tat um.

Portrait

Über die Beloch & Franzbach GbR

Die Beloch & Franzbach GbR wurde im Februar 2008 von Benjamin Beloch und Sebastian Franzbach gegründet. Das Unternehmen bietet Beratung im Bereich Marketing und Vertrieb. Das Erstellen von Marketingplänen, Branchen- und Wettbewerbsanalysen, sowie Außendienstoptimierungen bilden das Leistungsportfolio des Unternehmens.

Geomarketing wird immer dann eingesetzt, wenn es im Marketing um die Frage nach dem „Wo“ geht. Dies beinhaltet Analysen zur Standort- und Filialplanung, Außendienst-optimierungen oder Kundenanalysen. Weitere Informationen unter www.beloch-franzbach.de

Über das rock'n'popmuseum

Am 21. Juli 2004 öffnete das europaweit einzigartige Haus der Rock- und Popgeschichte nahe der niederländischen Grenze, in der westfälischen Stadt Gronau. Das Museum erzählt die Kulturgeschichte der Populärmusik im 20. Jahrhundert, unterstützt durch modernste Medientechnologie. Das rock'n'popmuseum ist kein Ort, der allein Devotionalien präsentiert. Im Zentrum steht die Musik. Die Ausstellung verknüpft Erlebnis mit Information, sinnliche Erfahrung mit Interaktion: Klangkorridore und mediale Installationen machen Sound erlebbar. Weitere Informationen unter

www.rock-popmuseum.com

News-ID: 564849 • Views: 965 (Stand: 30.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/564849/Geomarketing-im-rocknpopmuseum.html>