A1 Mobility Insights

Wiener Neustadt.

Neue Perspektiven aufs Bunte Stadtfest
mit A1 Mobility Insights.

Mein Partner für
digitales Business

A1.net/A1-mobilityinsights

Wiener Neustadt lernt die Gäste des Bunten Stadtfestes kennen.

Christopher Hartmann
Tourismuskoordinator

Seit 2015 ist das jährliche Bunte Stadtfest ein fixer Bestandteil des kostenlosen Kulturangebotes in Wiener Neustadt. Das facettenreiche Programm bietet jedes Mal ein umfassendes Angebot für Jung und Alt: vom bunten Kinderprogramm über Klassik-Open-Air bis hin zu einem breit gefächerten Abendprogramm mit zahlreichen Musik-Acts.

„Das Ziel des Bunten Stadtfestes ist eine möglichst breite Streuung des kostenlosen kulturellen Angebotes für die Bevölkerung", erzählt Christopher Hartmann begeistert. Dabei sollen vor allem Bewohner:innen aus der Region angesprochen werden. Nachdem 2020 das Fest aufgrund von COVID-19 nicht stattfinden konnte, war die Vorfreude 2021 besonders groß und das Bunte Stadtfest wurde zu einem vollen Erfolg.

A1 Mobility Insights als Basis für kreative Marketing-Aktivitäten.

Da es sich beim „Bunten Stadtfest" um eine kostenlose Veranstaltung handelt, gab es kein Ticketing und somit keine Informationen darüber, aus welchem Einzugsgebiet die Gäste nach Wiener Neustadt strömten. Um das Bunte Stadtfest im Jahr 2022 mit gezielten Marketingmaßnahmen bewerben zu können, hat sich die Stadt an A1 gewandt.

Mit A1 Mobility Insights wurden beim Bunten Stadtfest 2021 Daten von den Besucher:innen erhoben, wobei die vollständige Anonymisierung und DSGVO-Konformität der erhobenen Daten stets gewährleistet waren. So konnten Bewegungsstromanalysen, Informationen über das Einzugsgebiet der Gäste, deren soziodemografische Daten, Metadaten zu Kaufkraft, Ankunfts- und Abreisezeiten und die Arten der An- und Abreise ermittelt werden. Auch die Interaktionen mit dem Einkaufszentrum Fischapark flossen in die Analyse mit ein.

Das Ergebnis war sehr aufschlussreich: So ließ sich feststellen, dass das Kinder- und Abendprogramm gut angenommen wurden und das Einzugsgebiet der Besucher:innen größer war als angenommen – die Gäste kamen aus ganz Österreich. All diese Daten dienen nun als Marketinggrundlage für das Jahr 2022.

Das Fazit zu den A1 Mobility Insights Daten von Christopher Hartmann:

„Wir können nun datenbasierte Entscheidungen treffen und den Erfolg von Kommunikationsmaßnahmen anhand valider Daten messen. Meine Erwartungen wurden damit deutlich übertroffen!"