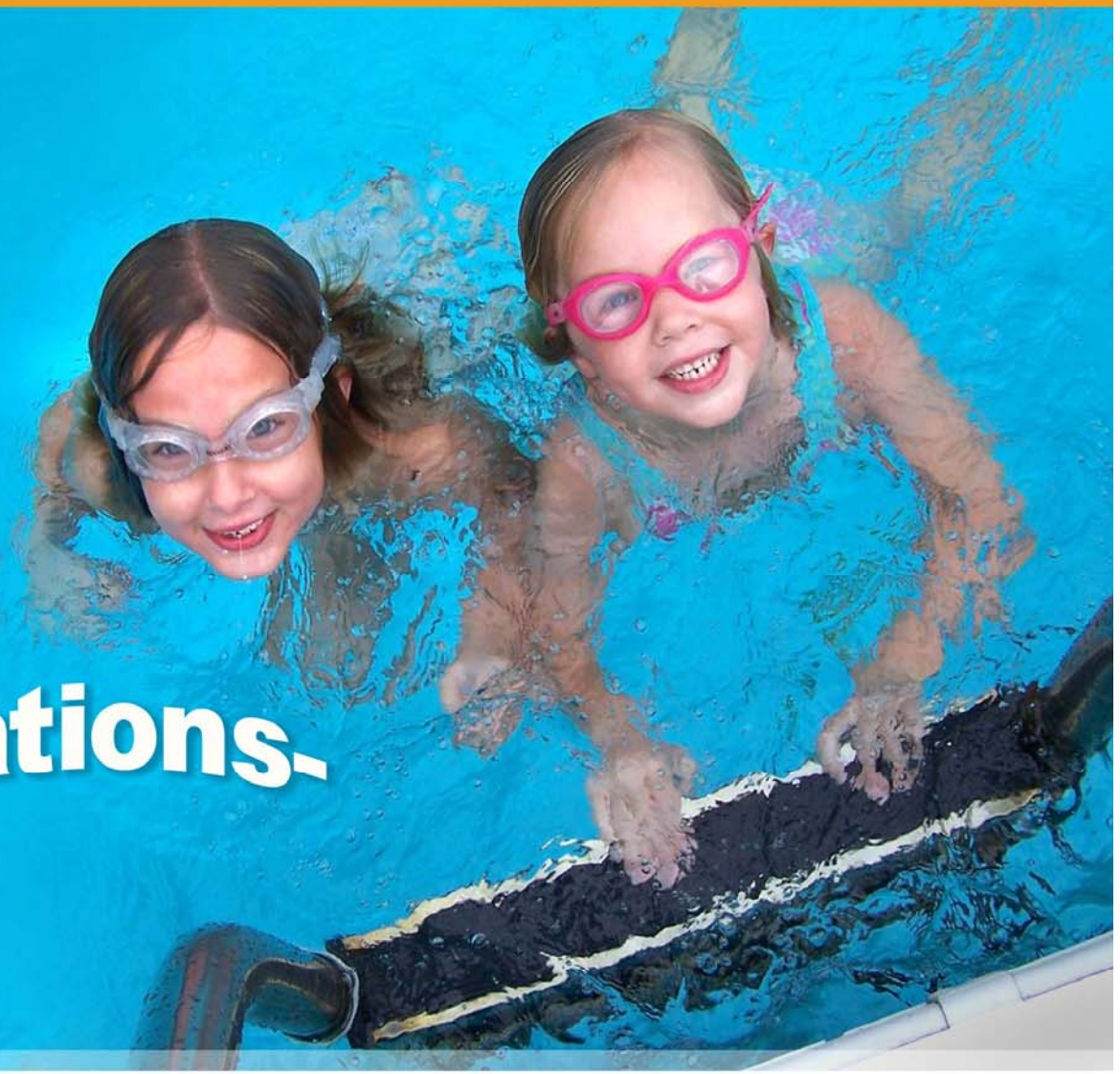
# Ü-Bad
## Übach-Palenberg



# Kommunikations-Konzept

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

ÜBACH-PALENBERG

# 1. Aufgabe

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

Maßnahmen aufzeigen,

- die das Ü-Bad bekannter machen
- die mehr Besucher anziehen
- die zusätzliche Kundengruppen ansprechen
- die mehr Besucher aus den Nachbarkommunen anziehen

© KAM3

# 2. Ist-Situation

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

- keine kontinuierliche Kommunikations-/Werbekampagnen
- keine Kommunikationspläne (Werbung, VKF, PR)
- nur Namensfindung/Neueröffnung wurde kommuniziert
- Konkurrenzsituation mit Nachbargemeinden
- einziges Kombi-Angebot (Schwimm-/Freibad) der Region

© KAM3

# 3. Soll-Situation

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

- mehr Kunden
- bessere Auslastung
- bessere Kommunikation
- höhere Bekanntheit und besseres Image

© KAM3

# 4. Marketing-Mix-Strategie

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

- Freibad dort aktiv kommunizieren, wo kein vergleichbares Angebot vorliegt (z. B. Geilenkirchen, Baesweiler)
- Entwicklung von effektiven Kommunikations-Mix Maßnahmen (Werbung, Direktmarketing, VKF, PR)
- Schwerpunkt auf Maßnahmen, die wenig (PR, SEO) oder kein Geld kosten (VKF, stadteigene Medien nutzen)
- Beschränkung auf Einwohner im Umkreis von ca. max. 10-15 km (Übach-Palenberg, Geilenkirchen, Alsdorf, Herzogenrath, Baesweiler, Landgraaf)

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**a) Werbung in Medien/Medienträgern, die nicht der Stadt gehören (Auswahl aus Konzept)**

**als klassisches**

**swerbemittel:**

cklung DIN lang-Flyer

en wichtigsten Infos,

Bewerbung Saisonkarten,

attraktiven Bildern,

emotional, etc. + NL-

Version

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

- flächendeckende Distribution (Geschäfte, Schulen, Kindergärten, Banken, Sparkassen, Bäckereien, Musikschule, Bücherei etc.)
- Beilage in Medien (Super Sonntag, Blickpunkt, DLK, StadtZeitung) oder Haushaltsdistribution (Deutsche Post)
- Belieferung aller 11.500 Übach-Palenberger Haushalte und angrenzende Gemeinden

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**Poster**

- Erstellung von attraktiven Ü-Bad-Postern in A2 und A1
- Aushang in Schulen, Büchereien sowie an städtischen Plakatständen (Freibadsaison hat begonnen! Schwimm Dich schön! Sonne, Spiel und Spaß! Etc.)

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**Großflächenplakate (18/1-Plakate) und Textilbanner**

- z. B. an der viel befahrenen B221 (Roermonder Straße, am Fressnapf, gegenüber von NETTO)
- oder am Bahnhof (z. B. temporäres Textilbanner: „Freibadsaison hat begonnen“ am Mehrgenerationenhaus)
- oder auch an günstig gelegenen und stark frequentierten Discountern etc.

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**b) Werbung in Medien/Medienträgern, die der Stadt gehören (Auswahl aus Konzept)**

- Signatur und Logo in E-Mails
- Briefumschläge (via Frankiermaschinen oder bedruckt)
- Auslage von Flyern in städtischen Einrichtungen
- Beilage von Flyern beim Müllkalender und/oder den Hausbesitzerbescheiden

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

- Beilage von Flyern bzw. Werbung zum/im städtischen Amtsblatt
- Textil-Banner-Werbung an stadteigenen Gebäuden (wechselnd/rotierend) und Zäunen (Dammstraße!)
- Nutzung stadteigenen Plakatflächen (waren z. B. sehr effektiv beim Römerfest!)

© KAM3

# Römerfest in Rimburg

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

© KAM3

# Römerfest in Rimburg

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**Römerfest am 16. und 17. August 2008 in Rimburg**

- PR in NL und D – mit kleinem Budget
  und wenigen Maßnahmen maximale Wirkung

**Resultate:**

- 20.000 Besucher
- PR in allen Medien in NL und D:
  AZ, WDR, Super Sonntag, Hitradio 100,5 etc.

© KAM3

# Römerfest in Rimburg

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**c) Verkaufsförderung / SLO**

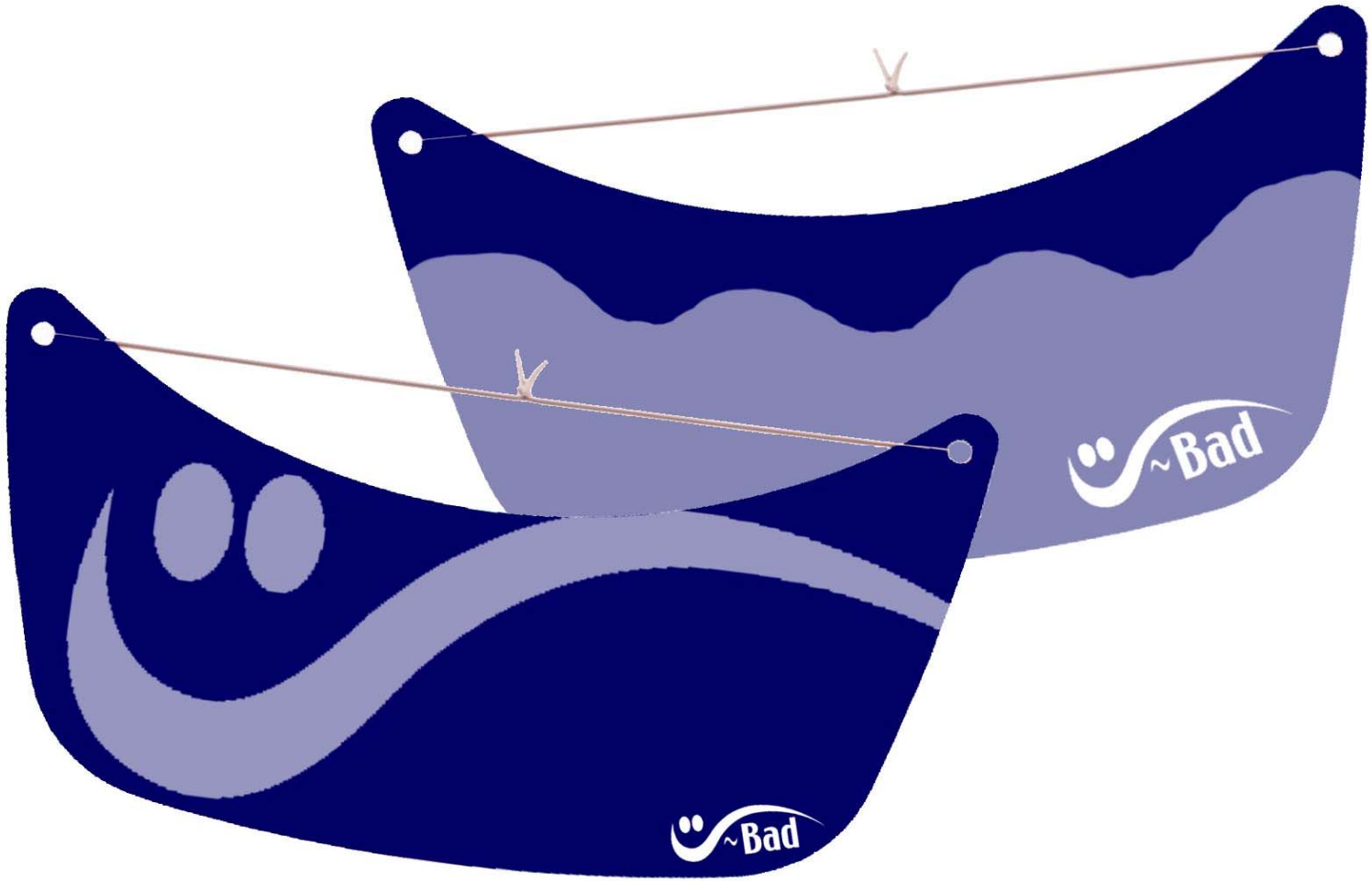
Entwicklung einer Verkaufsförderungs- bzw. Merchandising-Linie, d. h. eines Sortiments von Werbeartikeln, die verkauft werden können, sogenannte Self-Liquidating-Offers

(= Angebote, die sich selbst bezahlen / Werbeartikel, die die Kunden bezahlen / Werbemittel zum Nulltarif!)

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC




© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

Erstellung und Verkauf von Artikeln wie beispielsweise

- Sonnen-Käppis
- Schwimm-Flügelchen
- Handtücher
- Schwimmtiere
- Wasserbälle
- Taucherbrillen

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

- Poolnudeln
- Taschen
- Spritziere
- etc.

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**d) Public Relations: Presse-/Öffentlichkeitsarbeit**

**Medienarbeit**

- unverzichtbar angesichts der städtischen Budgets
- Nutzung der Multiplikatoreffekte
- redaktionelle Kommunikation des Angebots
- Möglichkeit von Leseraktionen: Saisonkartenverlosung

  etc.
- auch in die benachbarten Niederlande hinein

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

Aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und regelmäßige Belieferung der Medien mit (Auswahl aus Konzept)

- Infos  über Veranstaltungen und Vorankündigungen
- Infos über Spieltage, neue Spielzeuge etc.
- Wettbewerbe/Aktivitäten Schwimm- und Tauchverein
- Ehrungen: Sport- und Schwimmabzeichen, Schwimmverein
- neue Kurse/Angebote: Aquajogging, Wassergymnastik etc.

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**Badespaß ab 15. Mai**

## Mehr Bewegung durch ganz neue Freibad-Saisonkarte

**Übach-Palenberg** – Kinder und Jugendliche brauchen mehr Bewegung. Es gibt zahlreiche Tipps für Eltern zur Bewegungsförderung ihrer Sprösslinge. Doch auch für Erwachsene ist Bewegung gesundheitsfördernd.
Die Stadt Übach-Palenberg hat deshalb ein tolles Angebot geschaffen.
Mit der Freibadsaison wird eine neue Freibadsaisonkarte als zusätzliche Dauerkarte eingeführt. Für Erwachsene kostet sie 50 Euro, für Kinder und Jugendliche 31 Euro.
Die Freibadsaisonkarte ist personengebunden und gilt nur im Jahr des Erwerbs während der Öffnung des Freibades (Freibadsaison).

### Karte auch im Hallenbad nutzbar

Mit der Karte kann dann aber nicht nur das Freibad besucht werden. Bei schlechtem Wetter und geöffnetem Hallenbad kann damit auch das Hallenbad besucht werden.
Ein tolles Geschenk für die Gesundheit nicht nur für Eltern und ihre Kinder sondern auch für Großeltern. Diese Saisonkarte kann im Ü-Bad von Übach-Palenberg erworben werden.

### Vorbereitungen laufen auch Hochtouren

Mit Spannung wird nun beobachtet, wie dieses weitere Angebot in Übach-Palenberg angenommen wird.
Die Vorbereitungen zur Öffnung des Freibades sind zur Zeit in vollem Gange.
Das Team des Ü-Bades arbeitet derzeit natürlich auf Hochtouren und wird für die Saisoneröffnung am 15. Mai bestens gerüstet und vorbereitet sein.
Wenn jetzt noch der Wettergott mitspielt, steht einer erfolgreichen Eröffnung nichts im Wege.

© KAM3

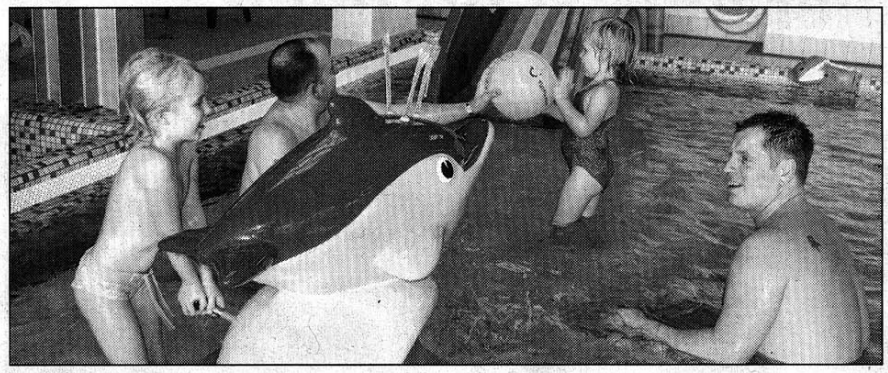
# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

SUPER MITTWOCH

## Sehr viel Spaß im Wasser

### Übach-Palenberg hat spezielles Angebot für Schwimmfans



Im Ü-Bad kommen die Schwimm-Fans bestens auf ihre Kosten.
Foto: Günther von Fricken

**Übach-Palenberg. Am 15. Mai startet die Freibadsaison.**
Kinder und Jugendliche brauchen mehr Bewegung. Es gibt zahlreiche Tipps für Eltern zur Bewegungsförderung ihrer Sprösslinge. Doch auch für Erwachsene ist Bewegung gesundheitsfördernd. Die Stadt Übach-Palenberg hat deshalb ein tolles Angebot geschaffen. Mit der Freibadsaison wird eine neue Freibadsaisonkarte als zusätzliche Dauerkarte eingeführt. Für Erwachsene kostet sie 50 Euro für Kinder und Jugendliche 31 Euro. Die Freibadsaisonkarte ist personengebunden und gilt nur im Jahr des Erwerbs während der Öffnung des Freibades (Freibadsaison). Mit der Karte kann dann aber nicht nur das Freibad besucht werden. Bei schlechtem Wetter und geöffnetem Hallenbad kann damit auch das Hallenbad besucht werden.Ein tolles Geschenk für die Gesundheit nicht nur für Eltern und ihre Kinder sondern auch für Großeltern. Diese Saisonkarte kann im Ü-Bad von Übach-Palenberg erworben werden. Mit Spannung wird nun beobachtet, wie dieses weitere Angebot in Übach-Palenberg angenommen wird.Die Vorbereitungen zur Öffnung des Freibades sind zur Zeit in vollem Gange. Das Team des Ü-Bades arbeitet auf Hochtouren und wird für die Saisoneröffnung am 15. Mai bestens gerüstet und vorbereitet sein. Je nach Wetterlage ist entweder das Hallenbad oder das Freibad geöffnet. Das Team des Ü-Bades ist ab 7 Uhr unter ☎ 02451/ 910314-95 oder -96 für Auskünfte erreichbar.
(red)

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**e) Events/Veranstaltungen**

Aktivitäten/Veranstaltungen anbieten bzw. organisieren, die geeignet sind, breite und v. a. neue Zielgruppen anzusprechen, z. B. (Auswahl aus Konzept)

- Yoga-/Tai Chi-/Meditations-/Wellness-Kurse
- Chillen & Grillen
- Samba-Tanzen (mitmachen ODER gucken)
- Ausstellungen

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

- Sandburgenbau-Kurs
- Aquajogging, Aqua-Balance, Wassergymnastik
- Spezielle Ansprache von Migranten: Türken, Niederländer, Italienern, YU = Landestage
- etc.

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**Vorteile**

- neue Zielgruppen an das Ü-Bad heranführen, Hemmschwellen abbauen
- Bekanntheit (und Beliebtheit!) in diversen Bevölkerungsschichten erhöhen
- über Mund-zu-Mund-Propaganda der Teilnehmer weitere Kreise ansprechen (Multiplikatoreffekte!)

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

- kostenlos in die Veranstaltungskalender/Freizeit-Tipps der Medien kommen (PR-Aspekt)
- kostenneutral durch Zusammenarbeit mit AWO, CARITAS, MKB, VHS, DLRG etc.
- etc.

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**„seriöse“ Kursangebote vs. Fun-Events:**

- Miss Sommer 2010 / Mr. Sommer 2010 / Bikini 2010 / Mr. Fitness
- Beach-Volleyball-Turnier
- Nachtschwimmen/Nachtschwärmer-Event / Wasser-Disco
- Mallorca-/Menorca-/Ibiza-Teneriffa-Tag
- „Arschbombenmeisterschaft“, mit Urkunden und gesponserten Sachpreisen

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

- Schachturnier (in Kooperation mit dem Schachverein)
- Hitradio100,5 Party
- etc.

**> PR-Multiplikatoreffekte!**

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**e) Online Marketing**

- Schaffung einer eigenen Ü-Bad-Webpräsenz
- Bekanntmachung durch Suchmaschinenoptimierung (SEO = Search Engine Optimization)
- Marketing durch Social Media Networks: Twitter, Facebook, StudiVZ (Schüler!), Qype, meinestadt.de, tripsbytips etc.
- Marketing durch E-Mail-Marketing (Newsletter etc.)

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**Kosten- und Zeitpläne**

**Flyer**

Beispiel: ca. 2 Wochen, Auflage 20.0000, DIN lang, 4 Seiten, farbig, 135g-Papier

**Gesamtkosten inkl. Gestaltung und Druck: 900 Euro**

**Plakat**

Beispiel: ca. 8 Tage, Auflage 100, A2 und/oder A1, farbig, 135g-Papier

**Gesamtkosten inkl. Gestaltung und Druck: 450 Euro**

© KAM3

# 5. Kommunikations-Mix/-Plan

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**SLO**

- Sonnenblenden Pappe, Auflage Pappe 1.000, farbig,
  Gesamtkosten: 450 Euro
- Sonnenhüte Stoff: Beispiel: Auflage 150, farbig,
  Gesamtkosten: 300 Euro
- Badetaschen Stoff: Beispiel: Auflage 150, farbig,
  Gesamtkosten: 300 Euro
- Spritztiere: je Stück 0,50 Euro
- Wasserbälle: je Stück 0,50 Euro

© KAM3

# 6. Zusammenfassung

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

Basis-Kommunikationsmittel und -Instrumente (Flyer, Plakate, Textil-Banner, VKF, PR etc.) wurden bisher nicht kontinuierlich angewandt.

Durch eine kontinuierliche und professionelle Marktbearbeitung und Maßnahmen des Kommunikations-Mix könnte das Ü-Bad die Bekanntheit erhöhen und mehr Besucher aus der Stadt und aus der Region gewinnen.

© KAM3

# KAM3

KOMMUNIKATIONSAGENTUR MILJANOVIC

**Danke für Ihre Aufmerksamkeit.**

KAM3 GmbH
Kommunikationsagentur
Dr. Jeannette Hark & Miljanovic & Partner
Finkenstraße 8
D-52531 Übach-Palenberg
Tel. 0 24 51 - 90 93 10
Mobil 0 170 - 20 23 23 9
E-Mail vm@kam3.de
Web www.kam3.de

© KAM3