



B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

kronberg | er | leben 2013

Herbstmarkt 2.0

Samstag, 7. September 2013, 15.00 – 22.00 Uhr

Sonntag, 8. September 2013, 12.00 – 18.00 Uhr

(Stand: Mai 2013)



B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Inhalt

- Ist-Situation
- Unsere Ziele
- Positionierung
- Die Idee
- Das Konzept
- Highlights
- Neuer Name
- Ihr Mehrwert
- Warum sollten alle mitmachen
- Budget
- Facebook-Gruppe



B·D·S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Ist-Situation

- Herbstmarkt-Teilnehmer Anzahl ist rückgängig
- Stadtteile beteiligen sich wenig
- die Attraktivität ist gesunken
- Gastronomen sind insgesamt nicht gut einbezogen
- Name „Herbstmarkt“ weckt andere Erwartungen



B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Ist-Situation Kronberg

- Hohe Fluktuation: 15% der Kronberger Bürger wechseln pro Jahr – 1.400 Zuzüge, 1.200 Fortzüge !
- Das vielfältige Angebot Kronbergs ist nicht hinreichend bekannt
- Die hohe Kaufkraft verbleibt nicht in ausreichendem Maße in Kronberg
- Als ein Hauptgrund für Geschäftsaufgaben wird vom lokalen Einzelhandel die mangelnde Kundenfrequenz in Kronberg genannt.



B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Unsere Ziele

Der Herbstmarkt lockt ca. 10.000 Besucher und ist eines der größten Feste in der Stadt.

Wir wollen

- mehr Kronberger als Teilnehmer gewinnen
- Teilnahmegebühren senken
- Attraktivität der Veranstaltung erhöhen
- die Besucherzahlen steigern
- das breite, attraktive, einmalige Angebot in unserer Stadt bekanntmachen
- die Bürger über die Angebotsvielfalt informieren, damit sie ihren Bedarf zunehmend in Kronberg decken
- eine attraktive Veranstaltung für die ganze Familie und Besucher aus Kronberg und der nahen Umgebung bieten

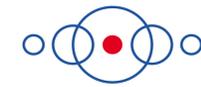


B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN
Kronberg im Taunus e.V.

Positionierung

- Zeigen, was es in Kronberg alles gibt
- Ein Fest, das Kronberger Wirtschaft und Kultur miteinander verbindet
- Von Kronbergern für Kronberg und die Region
- Große Informationsplattform für Bürger und Neubürger



B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Die Idee

Kronberg stellt sich vor



B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Das Konzept

- Viele Kronberger, Schönberger und Oberhöchstädter Handwerker, Einzelhändler, Gastronomen und Unternehmer zeigen ihr vielfältiges Angebot
- Wir feiern die ganze Stadt: Das Festgebiet soll vom Berliner Platz bis zur Burg und vom der Gaststätte „Zum Weinberg“ bis zu Möbel Kulemann gehen
- Die Anbieter werden nach Kategorie oder Themen gruppiert (Cluster) > das ist leichter kommunizierbar und für den Besucher übersichtlicher
- Die Kronberger Gastronomie zeigt ihr kulinarisches Können in der ganzen Stadt
- Alle Kronberger Vereine / Schulen / Kirchen werden mit einbezogen
- Der Neubürgerempfang wird eingebunden
- Jeder Teilnehmer bietet eine A(ttra)ktion, die direkt mit seinem Gewerk/Unternehmen/Verein zu tun hat



B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN
Kronberg im Taunus e.V.

Was ist eine „Attraktion“?

- Zum jeweiligen Geschäft/Tätigkeit des Teilnehmers passend
- Zeigen Sie das, was Sie ohnehin tun/verkaufen/herstellen
- Im/Vorm Ladengeschäft oder auf dem Marktgelände
- Wird kostenlos oder max. zu Selbstkosten angeboten
- Kein Verkauf/Angebot von Speisen/Getränken (sofern nicht zum Geschäft gehörend), da dies die Kronberger Gastronomie abdeckt
- Orga-Team ist Ansprechpartner für Ideen, Kooperationen

- Beispiele: Porzellanmalen, Modenschau, Sinne testen, Schiefer bearbeiten, Fitness-Parcour, Kinderprogramm



B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Highlights-Ideen

Samstag

- 15:00 Uhr: Eröffnung durch die Kronberger Handwerker
- Stimmung auf allen Bühnen
- Bis 22:00 Uhr: Late Night Shopping

Sonntag

- Gastronomietafel (200 Plätze)
- Parade durch die Stadt (Thema Internationalität)
- Stadtgeläut



B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Geplante Marketing-Maßnahmen

- Pressearbeit und –anzeigen
- Straßenbanner und große Werbeflächen
- Flyer und Plakate
- Erkennungszeichen („Ich bin dabei“), bereits im Vorfeld
- Textbausteine zur Verwendung in Newslettern etc.
- Onlinemarketing, SEO – Suchmaschinenoptimierung
- Werbemittel Bierdeckel, Postkarten, Aufkleber (zur richtigen Zeit am richtigen Ort)
- Virales Marketing (Facebook, Xing, Twitter ...)



B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Ein neuer Name: kronberg|er|leben

- macht deutlich, dass das Konzept erweitert wurde
-Kronberg stellt sich vor- (es ist kein „Markt“)
- Der Untertitel „Herbstmarkt 2.0“ schlägt die Brücke zum bisherigen Namen
- weckt Emotionen
- bringt neue Aufmerksamkeit
- ist Aufhänger für Pressearbeit



B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN
Kronberg im Taunus e.V.

Was ist neu?

- Der Ansatz „Kronberg stellt sich vor“ (keine Gewerbeausstellung)
- Größeres Festgebiet, Einbeziehung der Seitenstraßen, deutliche Kennzeichnung (zB Markierung auf der Straße, Band um das Festgebiet)
- Umfassender: Einbeziehung von Schönberg und Oberhöchststadt, von Vereinen und Schulen/Kirchen
- Highlights (Ideen): Eröffnung, Gastronomie-Tafel, Late-Night-Shopping, Stadtgeläut
- Mögliche Bühnen: Berliner Platz, Recepturhof, Burg, Rathaus, Zehntscheune, Park
- „Aufgeräumt“: übersichtliche Anordnung und Leitsystem (Schilder, Flyer, evtl. Guides)
- Interne statt externe Attraktionen





B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN
Kronberg im Taunus e.V.

Warum sollten alle mitmachen?

- Das Konzept wirkt, wenn viele mitmachen
- Leisten Sie Ihren unternehmerischen Beitrag für die Attraktivität Kronbergs und aller Anbieter
- Repräsentieren Sie Kronbergs Vielfalt - Sie sind ein Teil davon!
- Tragen Sie dazu bei, dass Kronberg in die Köpfe der Kunden und ins Gespräch kommt
- Stellen Sie sich, Ihre Neuheiten und Produkte vor
- Informieren Sie die Öffentlichkeit fachgerecht
- Zeigen Sie Servicewillen
- Präsentieren Sie ein lebendiges Kronberg
- Zusammen sind wir stark – leben Sie den Kooperationsgedanken
- Und es wird Spaß machen!



B·D·S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Der Mehrwert – das ist drin!

- Zeigen, dass es Sie gibt > höheren Bekanntheitsgrad generieren, insbes. bei Neubürgern
- mit Kunden, Bürgern ins Gespräch kommen / im Gespräch bleiben
- neue Kunden / Mitglieder gewinnen
- Kundenbindung und -pflege
- Innovation durch Kooperation (wir unterstützen Sie gerne bei möglichen Attraktionen)
- Präsentation in Flyer/Stadtplan und Webseite
- Erkennungszeichen – so geben Sie sich als Teilnehmer zu erkennen und machen schon frühzeitig Ihre Kunden und Bürger auf das Fest aufmerksam



B·D·S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Budget

- Die Teilnehmergebühren wurden um rund 1/3 gesenkt
- Wir rechnen mit 100 Teilnehmern
- Wir haben das Budget um 10% ggüb 2012 erhöht
- in 2012 wurden 36% für externe Attraktionen ausgegeben; dies nutzen wir nun für mehr Marketing
- 24% sind unvermeidbare Kosten (Gebühren, Sicherheit, Mieten etc.)
- Wenn sich weniger als 100 Teilnehmer anmelden, werden wir das Budget um 1/3 senken und somit Verlust minimieren
- Wenn sich deutlich mehr als 100 Teilnehmer anmelden, erstatten wir Überschuss anteilig zurück



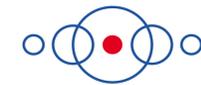
B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Facebook Geschlossene Gruppe

- Für Teilnehmer, die Facebook-Nutzer sind
- Man kann der Gruppe nur auf Einladung/nach Freigabe beitreten
- Inhalte sind nur für Mitglieder der Gruppe sichtbar
- Man erhält automatisch alle neuen Veröffentlichungen auf der eigenen Facebook-Startseite
- Für Nachrichten, Fotos, Veranstaltungshinweise, Dateien (Formulare, Satzung etc.), Umfragen
- Nutzbar z.B. als Tauschbörse, Erfahrungsaustausch, Best Practice
- <https://www.facebook.com/groups/kronbergerleben/>



B•D•S

BUND DER SELBSTÄNDIGEN

Kronberg im Taunus e.V.

Das Projektteam steht Ihnen zur Verfügung

- Per E-Mail: info@bds-kronberg.de
- Hotline: 0152 5425 2583
- Facebook: