



# Gedanken zur Werbestrategie für 2025

„Ich wohne auch in  
Aplerbeck.  
Von einem Festival habe  
ich nichts mitbekommen.“  
-Amanda B.

Haben wir mit der richtigen  
Aufmachung geworben?

Prinzipiell ja, aber...

Neben dem QR-Code sollte es künftig  
auch häufiger eine sichtbare  
Veranstaltungsliste geben unmittelbar  
geben - das Plakat hat ja existiert.  
(Gilt nicht für Vorbeifahrt-Werbung)

Wir sollten über eine große Plakatwand  
nachdenken

Haben wir da geworben,  
wo wir die Leute antreffen?

Prinzipiell ja, aber...

Die Geschäfte sind nicht für alle  
Menschen der passende Infoprovider. →  
Außenwerbung

Menschen holen sich Infos auch aus  
sozialen Netzen. → Tik Tok, Instagram





# Vorschlag zu Druckstücken und -volumen

Artefakt	Auflage IST	Preis IST	Auflage SOLL	Preis SOLL
Flyer DIN A6 beidseitig 90g	2.000	28,29 €	3.000	37,49 €
Plakat DIN A4 hochformat 135 g	100	21,19 €	400	33,43 €
Plakat DIN A3 hochformat 170g	400	59,05 €	100	27,33 €
Plakat DIN A3 querformat 170g	0	0,00 €	50	20,12 €
Plakat DIN A2 querformat 170g	25	31,07 €	25	31,07 €
Flyer DIN A6 Forschergeist	1.500	27,67 €	1.500	27,67 €
Programmheft DIN A5 44-seitig 135 g	1.500	775,53 €	500	420,22 €
Allwetterplakat A1 hochformat beids.	0	0,00 €	30	314,92 €
<b>SUMME</b>		<b>942,80 €</b>		<b>912,25</b>



# Sonstige Gedanken

## Geringes Interesse an Band-Abenden

Konkurrenz bei den „Bands im Zelt“ war mit dem Bierfest zu groß.  
Die Location war schlecht erreichbar.  
Bands bringen offensichtlich keinen eigenen Fankreis mit.  
Das war wohl auch bei School of Rock so.

## Vorschlag 1:

Nur eine Band-Veranstaltung und die Bands spielen an sich kürzer:  
1 x 45 Minuten

Wir lassen fünf Bands spielen = 225 Minuten netto,  
→ bei Beginn 18:00 Uhr wären wir mit Wechselpause bei 22:00 Uhr

## Vorschlag 2:

Wäre eine Integration ins Bierfest und eine Bühne auf dem  
Marktplatz dafür denkbar?

## Werbung im angrenzenden Raum?

Wie groß ist das Besucherpotenzial im  
Stadtbezirk?  
Würde Werbung außerhalb des Stadtbezirks  
lohnend sein?

Wir müssen stärker darauf achten, dass keine  
kostenpflichtigen Angebote dabei sind.

Die Selbstorganisierten Events waren gut  
besucht (Jugendfreizeitstätte auch?) und  
liefen. → unbedingt beibehalten