

Ottostadtkampagne 2019

MMKT GmSH

Anlage 2

otto macht mode – 9. Fashion-Show

- 19. Januar 2019 in Berlin zur Fashion-Week in der Landesvertretung Sachsen-Anhalt
- Zur Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Partnerland Botschaft der Arabischen Republik Ägypten
- Publikum: nationale und internationale Gäste aus Politik, Wirtschaft, Medien sowie diplomatische Vertretungen in Berlin
- Durchführungskosten: 5.000 EUR netto



otto reitet

- Termine: 27.4. | 30.5. | 22.6. | 7.9. | 9.11.2019
- Durchführungskosten: 6.000 EUR netto



Kaiser-Otto-Fest

- Medienpartnerschaft SAW
- Radiospots bei Radio Brocken
- Plakatkampagne Umland / Überregional
- Anzeigen im Generalanzeiger (Gesamtausgabe), Subway Niedersachsen
- Onlinewerbung in der BILD Online im Monat August
- Onlinewerbung, Social Media
- Durchführungskosten: 34.827,73 EUR netto



Plakat- /Titelmotiv 2019

Kaiser-Otto-Fest



Radiowerbung

- **Sendeplatz SAW**

Montag bis Freitag vom 26.08. – 30.08.2019

11 Schaltungen in der Zeit von 8:55 bis 19:55, 20 Sekunden Spots

zusätzlich Präsentation: Der radio SAW-Service..... wird präsentiert vom Kaiser-Otto-Fest, dem Mittelalterspektakel im Magdeburger Domviertel vom 30. August bis 1. September.

www.kaiserottofest.de

Onlinewerbung und Berichterstattung

auf www.radiosaw.de

- **Sendeplatz Radio Brocken**

Montag bis Samstag vom 27.08. – 01.09.2019

18 Schaltungen von 07:00 bis 18:00, 20 Sekunden Spot

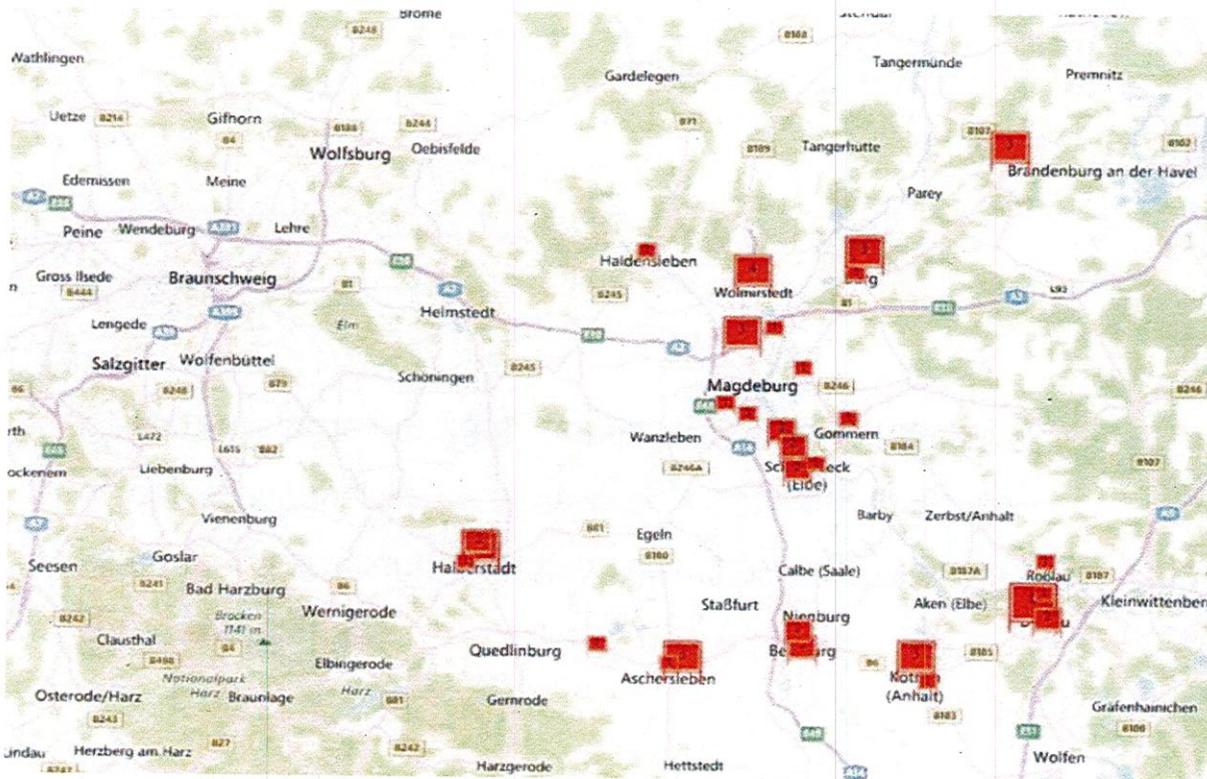


Kaiser-Otto-Fest



Mapping, diverse Orte, Dekade 23 / 20.8.-2.9.2019

Plakatwerbung



18/1 Plakatierung und CLP Flächen
an 42 Standorten in Sachsen-
Anhalt / Niedersachsen

A1 Plakate an 875 Standorten in
Sachsen-Anhalt / Niedersachsen
19.8. – 1.9.19

Kaiser-Otto-Fest

- **Generalanzeiger**

Gesamtausgabe am 21.8. 2spaltig x 120 mm, Titelseite

Gesamtausgabe am 24.8. 2spaltig x 100 mm, Innenteil

Gesamtausgabe am 28.8. 2spaltig x 120 mm, Titelseite

- **Subway**

Ausgabe August 2019 | ¼ Seite



Anzeigen



Kaiser-Otto-Fest



Onlinewerbung

Auswertung Facebook-Aktivitäten

Community-Kennzahlen facebook/kaiserottofest

03. Juli 2019

- 👍 3.584 Personen gefällt das
- 📡 3.668 Personen haben das abonniert
- 📍 3.430 Personen waren hier

03. September 2019

- 👍 3.888 Personen gefällt das
- 📡 3.986 Personen haben das abonniert
- 📍 3.822 Personen waren hier

Kennzahlen Kampagnenzeitraum 03. Juli bis 02. September 2019

Facebook-Page

Anzahl Posts: 19
Impressionen: 543.109
Reichweite: 407.485
organisch: 104.155 | bezahlt: 305.553 | viral: 70.150
Reaktionen: 15.752
Klicks Ticket-Link: 2.152

Facebook-Event-Seite

Reichweite: 150.635
bezahlt: 59.984
Antworten: 6.749
Klicks Ticket-Link: 825

Instagram

Fans (3.9.): 237
Anzahl Posts: 17
Impressionen: 5.900
Reichweite: 3.600
Engagement: 549 (8,5 %)

Kaiser-Otto-Fest



FacebookAds

Hauptzielgruppe (85% Anzeigen-Budget)

Deutschland

Magdeburg, Saxony-Anhalt +80km

Nebenzzielgruppe (15% Anzeigen-Budget)

Deutschland

- Hanover, Niedersachsen +55km
- Leipzig, Sachsen +40km
- Potsdam, Drandenburg +25km
- Schwarzenburg, Brandenburg +56km

Ergebnisse

Reichweite: Die Anzahl der Personen, die deine Werbeanzeigen mindestens einmal gesehen haben. Die Reichweite unterscheidet sich von Impressionen, denn letztere können auch mehrere Aufrufe der Werbeanzeigen durch dieselbe Person umfassen.
114.176
 Frequenz: 2,88

Impressionen: So oft erschienen deine Werbeanzeigen auf dem Bildschirm.
329.339

Beitragsinteraktionen: Die Gesamtanzahl der Handlungen, die Personen in Zusammenhang mit Werbeanzeigen ausführen.
16.970

Kosten-Aufstellung

Kampagnenname	angestrebtes Ergebnis	Ergebnisse	Reichweite	Impressionen	Frequenz	Kosten pro Ergebnis
KOF19 Eventpromo	Veranstaltungszu-/absagen	1.679	59.984	198.244	3,30	0,34 €
KOF19 Beiträge	Beitragsinteraktionen	9.866	46.912	92.026	1,96	0,04 €
KOF19 Insta Interaktionen	Beitragsinteraktionen	4.855	7.696	26.004	3,38	0,04 €
KOF19 Insta Markenbekanntheit	Steigerung der Werbeerinnerung	570	10.258	13.065	1,27	0,04 €

Onlinewerbung

Gesamtstädtisches Marketingkonzept



- Kick-Off Veranstaltung, 18.2.19 mit Entscheidern aus Stadt und Wirtschaft
- Bestandsaufnahme mit Umfragen und Einzelgesprächen
- Beauftragung Studie DESTINATION BRAND – Markenstärke Magdeburgs (*liegt vor*)
- Ausschreibung und Beauftragung einer Agentur für die Prozessbegleitung und Präsentation
Beauftragung an Institut für Integriertes Design Bremen – iid, am 11.7.19
- Zielgruppen-Clustering und 4 Workshoptermine Anfang Dezember
- Abschlusspräsentation und Markenkonzentriert strukturiert nach Zielgruppen
- Durchführungskosten: 63.500 EUR netto