

HHN

HOCHSCHULE HEILBRONN

TECHNIK

WIRTSCHAFT

INFORMATIK

Die Marke Schwäbisch Hall

Erste Ergebnisse eines Studienprojektes

Schwäbisch Hall, 20.04.11

Agenda

Zielsetzung der Studie

Konzeption der Studie

Auswertung der ersten Befragungsrunden

Weiteres Vorgehen

Ziel und Rahmen des Studienprojektes zur Marke Schwäbisch Hall

Ziel des Projektes



- ◆ Beantwortung der Frage, wie die Marke Schwäbisch Hall deutschlandweit wahrgenommen wird (Ist-Identität der Marke Schwäbisch Hall)
- ◆ Erstellung einer Vorschläges für die Soll-Identität der Marke Schwäbisch Hall (wie **soll** die Marke Schwäbisch Hall wahrgenommen werden)

Rahmen des Projektes



- ◆ Seminarprojekt des Studiengangs BWL, Marketing- und Medienmanagement von Oktober 2010 bis Februar 2011
- ◆ Bachelorthesis im Studiengang BWL, Marketing- und Medienmanagement (Frau Schäl) von März 2011 bis Juli 2011
- ◆ Abstimmung mit der Weiterentwicklung des Leitbildes der Stadt Schwäbisch Hall

Agenda

Zielsetzung der Studie

Konzeption der Studie

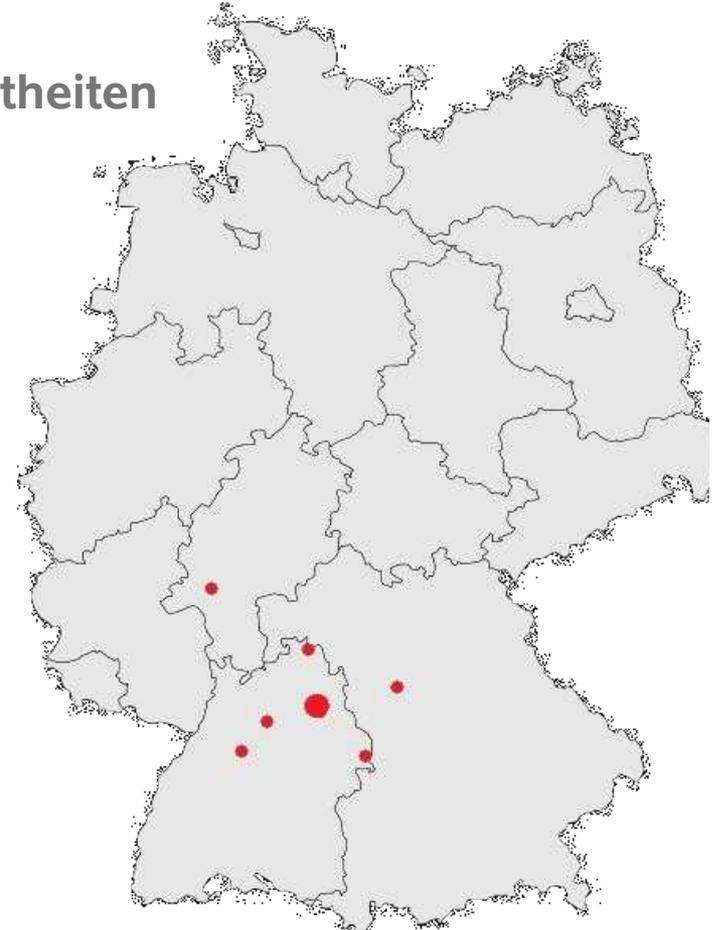
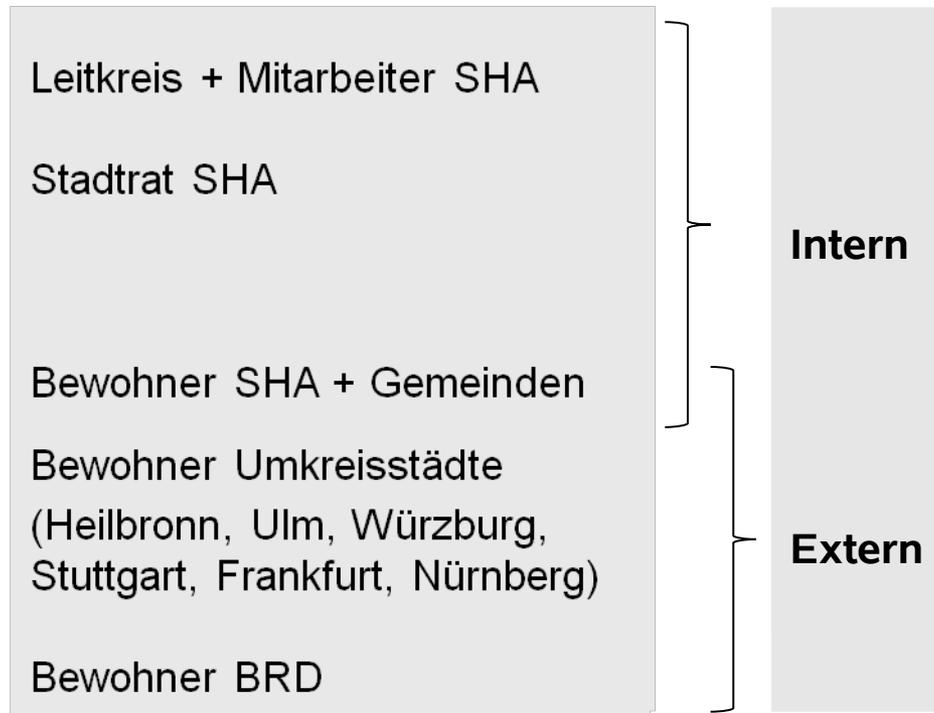
Auswertung der ersten Befragungsrunden

Weiteres Vorgehen

Konzeption

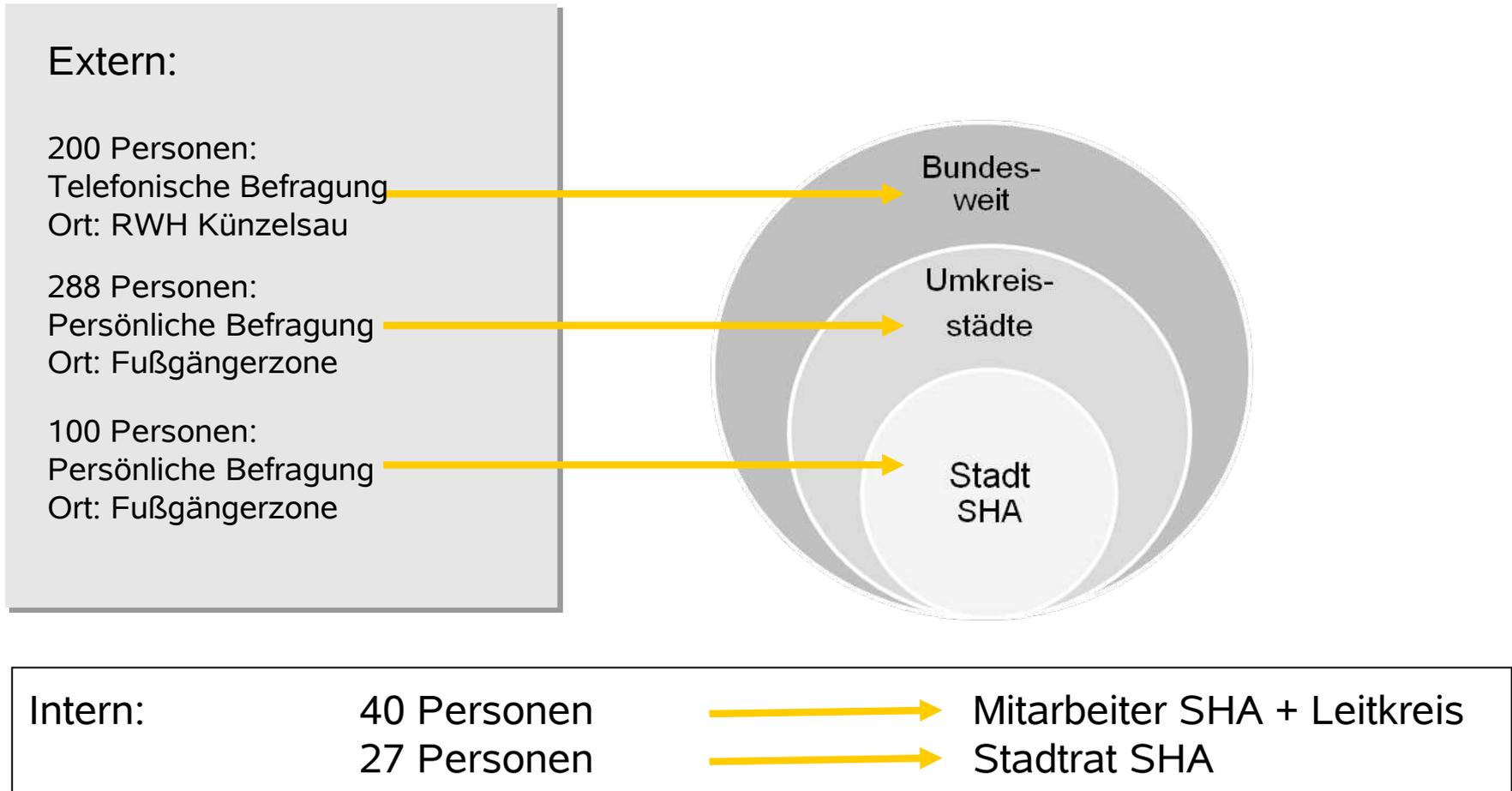
Grundgesamtheit = alle Menschen in Deutschland > 15 Jahre

Aufteilung der Grundgesamtheit in Teilgesamtheiten



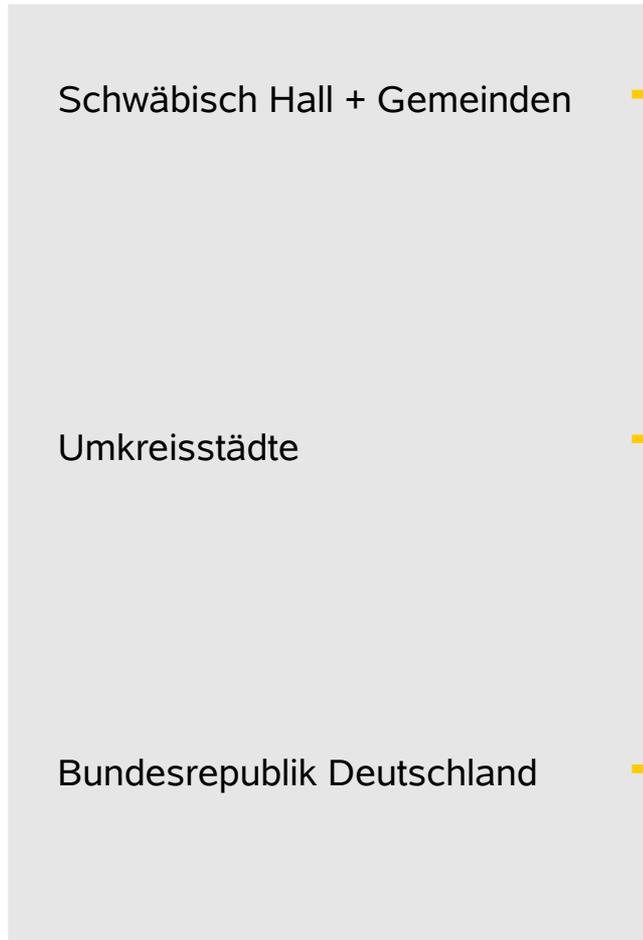
Konzeption

Quotenstichprobe, einheitliche Quotierung nach Alter und Geschlecht



Konzeption

Quotierung- Ausschnitte



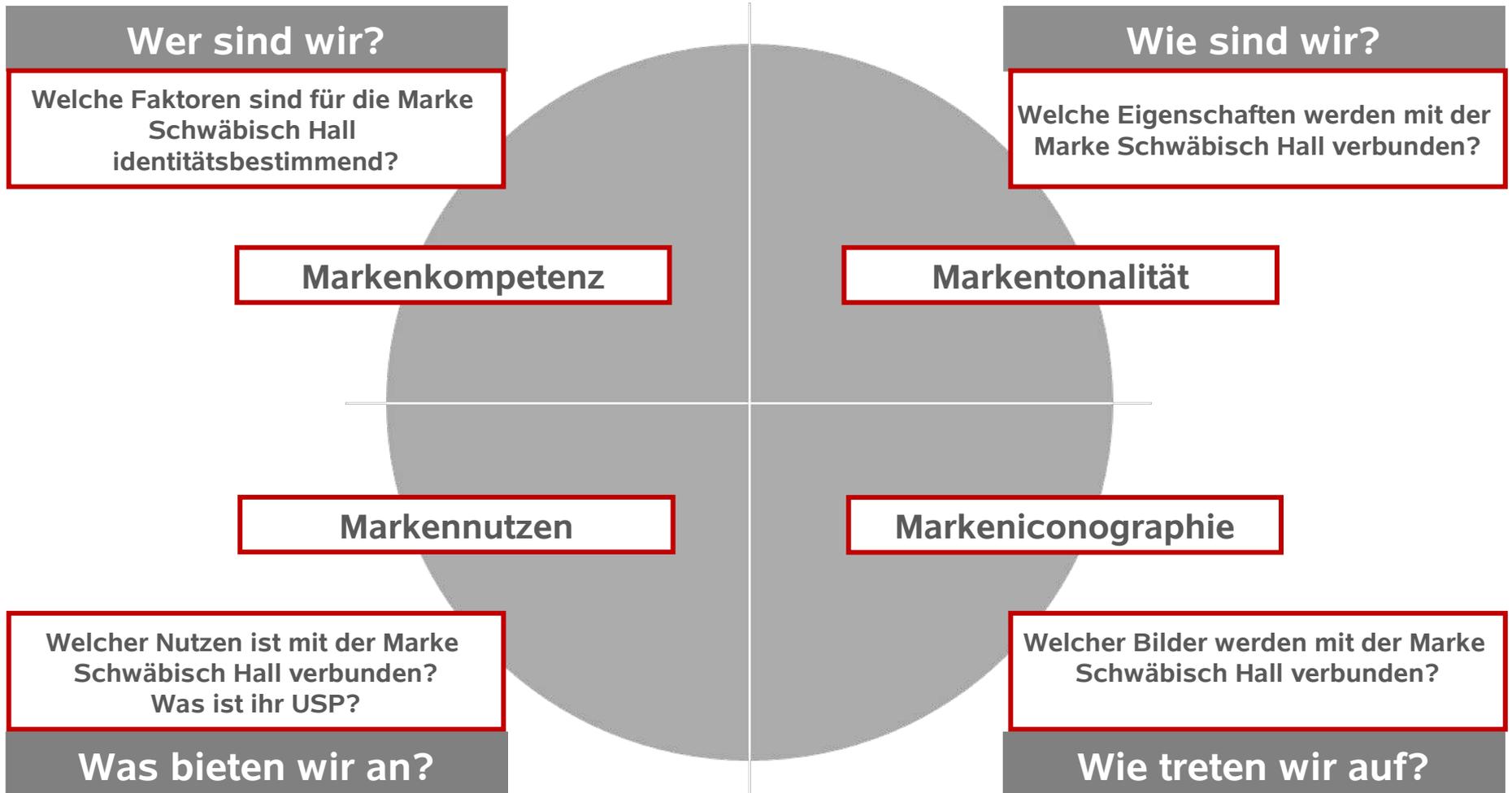
| Nr | Region | Absolut | Anteil an GG | Zu Befragten |
|----|--------|---------|--------------|--------------|
| GG | SHA | 31.274 | 100% | 100 |
| | 15-25 | 4.335 | 13,9 | 14 |
| | 26-40 | 6.804 | 21,8 | 22 |
| | 41-65 | 13.223 | 42,3 | 42 |
| | 65 + | 6.912 | 22,1 | 22 |

| | Region | Absolut | Anteil an GG | Befragte |
|----|-------------|-----------|--------------|----------|
| GG | alle Städte | 1.861.743 | 100% | 288 |
| GG | Heilbronn | 105.324 | 5,6% / 100% | 48 |
| | 15-25 | 14.022 | 13,3 | 7 |
| | 26-40 | 24.830 | 23,6 | 11 |
| | 40-65 | 41.578 | 39,5 | 19 |
| | 65 + | 24.894 | 23,6 | 11 |

| Nr | Region | Absolut | Anteil an GG | Befragte |
|----|-------------|------------|--------------|----------|
| GG | Deutschland | 71.059.675 | 100,00% | 200 |
| | 15-25 | 10.358.185 | 14,58% | 29 |
| | 26-45 | 22.825.514 | 32,12% | 64 |
| | 46-65 | 21.875.706 | 30,78% | 62 |
| | 65+ | 16.000.270 | 22,52% | 45 |

Konzeption

Das Markensteuerrad von icon added value als theoretischer Bezugsrahmen



Konzeption

Grundsätzlich einheitlicher, an die Teilgesamtheiten angepaßter Fragebogen

HTW
HOCHSCHULE HEILBRONN

Die Marke „Schwäbisch Hall“

Guten Tag. Ich bin Student(in) der Hochschule Heilbronn. Wir führen derzeit im Rahmen einer Seminararbeit eine Studie zur Marke „Schwäbisch Hall“ durch. Hätten Sie ca. 15 Minuten Zeit, uns bei der Befragung zu unterstützen?

A) Bekanntheit

b.) Sagt Ihnen Schwäbisch Hall etwas?

Ja Nein → Abbruch

c.) Was oder welche Bilder fallen Ihnen spontan ein, wenn Sie an Schwäbisch Hall denken?

Nichts Bausparkasse Stadt

Wenn Nichts oder Bausparkasse: Kennen Sie die STADT Schwäbisch Hall?

Ja Nein

Wenn Ja: Welche Bilder fallen Ihnen dazu ein?

d.) Wissen Sie, wo genau Schwäbisch Hall liegt?

Hilfe: Bundesland, Region, Städte in der Umgebung

e.) Wodurch ist Ihr Bild von Schwäbisch Hall am stärksten geprägt? (Mehrfachnennung möglich)

| | |
|------------------------|---------------------|
| (1) Eigener Besuch | (5) Ferienspektakel |
| (2) Bekannte/Verwandte | (6) TV-Sendungen |
| (3) Internet | (7) TV-/Radio-Spots |
| (4) Anzeigen/Plakate | (8) Andere |

Wenn andere: Wodurch sonst?

HTW
HOCHSCHULE HEILBRONN

Die Marke „Schwäbisch Hall“

Guten Tag. Ich bin Student(in) der Hochschule Heilbronn. Wir führen derzeit im Rahmen einer Seminararbeit eine Studie zur Marke „Schwäbisch Hall“ durch. Hätten Sie ca. 15 Minuten Zeit, uns bei der Befragung zu unterstützen?

a.) Wohnen Sie in Schwäbisch Hall oder im Umkreis?

Ja Nein → Abbruch!

1.) Ich möchte Sie nun bitten, Schwäbisch Hall bezüglich einiger Aspekte auf einer Skala von 1 (sehr zufrieden) bis 6 (sehr unzufrieden) zu bewerten. Dazwischen können Sie abstufen. Außerdem möchte ich wissen, wie wichtig Ihnen das jeweilige Kriterium bei einer Stadt grundsätzlich ist. Dazu verwenden wir die gleiche Skala von 1 (sehr wichtig) bis 6 (sehr unwichtig).

| Nr | Kriterium | Schwäbisch Hall | Wichtigkeit allgemein für eine Stadt | Beurteilung nicht möglich |
|----|--|-------------------------|--------------------------------------|---------------------------|
| 1 | Erreichbarkeit (ÖPNV, PKW, ...) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Parkplatzsituation | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Innenstadtdgestaltung | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Einkaufsmöglichkeiten | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Gastronomie-Vielfalt (Cafés, Restaurants, ...) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Kulturangebot (Museen, Theater, ...) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Freizeitangebot (Sport, Kino, ...) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |

I) Markentonantität + Markeniconographie

2.) Welche Eigenchaften bringen Sie mit Schwäbisch Hall spontan in Verbindung?

Hilfe: Beschreibende Adjektive wie freundlich, innovativ, modern, traditionell, ...

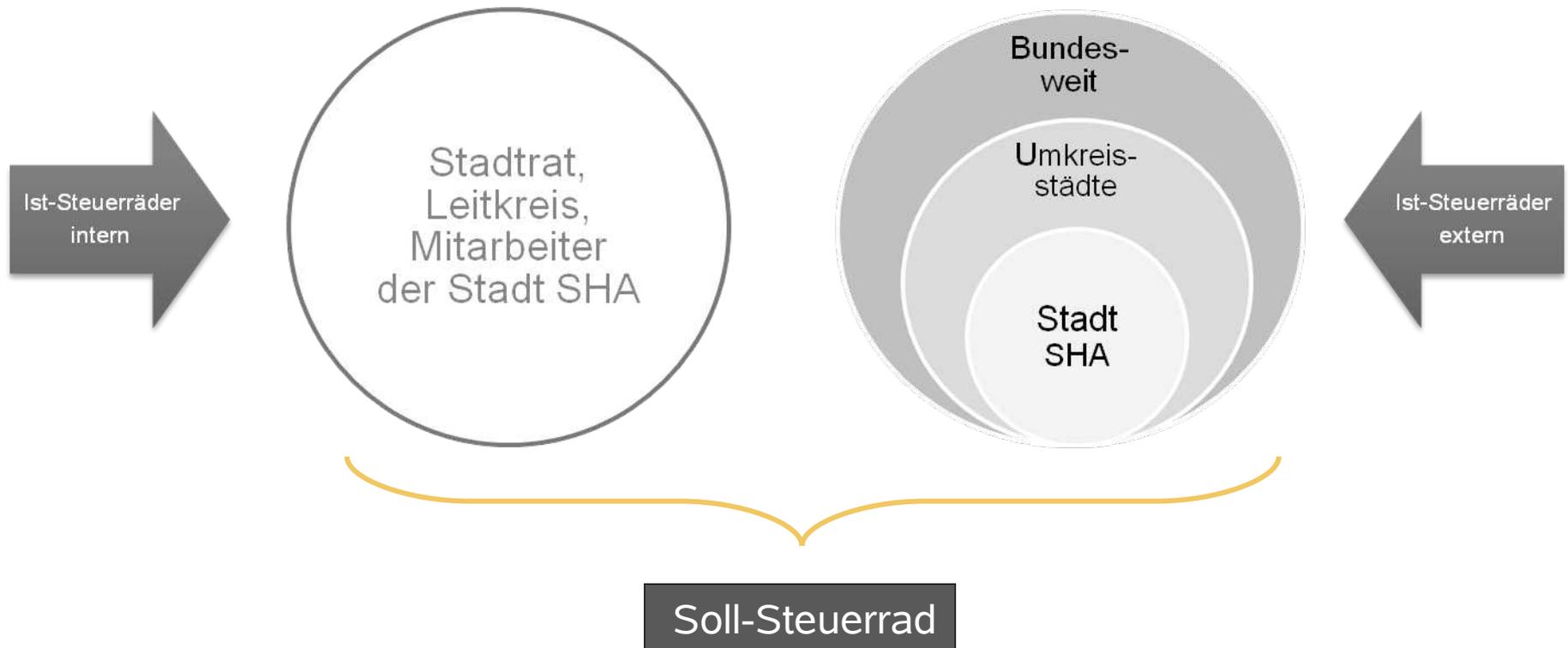
keine

3.) Im Folgenden geht es um die bildliche Vorstellung, also um ein inneres Bild, das man zum Beispiel von Menschen hat. Denken Sie einmal an Schauspieler: Für Charlie Chaplin ist der Hut, sein Schnurrbart und sein Anzug typisch. Für Humphrey Bogart ist der Tränchoat und der Hut typisch.

Wie ist es jetzt mit Schwäbisch Hall? Was ist Ihrer Meinung nach typisch für Schwäbisch Hall?

Konzeption

Vom Ist-Steuerrad aus verschiedenen Perspektiven zum Soll-Steuerrad



Konzeption

Bisheriger Zeitplan

| Projektfortschritt | Zeitlicher Ablauf |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">◆ Erarbeitung, Abstimmung und Test der Gesamtkonzeption◆ Befragung Leitkreis, Mitarbeiter und Bewohner SHA | <ul style="list-style-type: none">◆ Oktober – Dezember 2010◆ Januar 2011 |
| 1. Zwischenpräsentation Februar 2011 | |
| <ul style="list-style-type: none">◆ Befragung Stadtrat SHA | <ul style="list-style-type: none">◆ März/April 2011 |
| 2. Zwischenpräsentation April 2011 | |
| <ul style="list-style-type: none">◆ Befragung Umkreisstädte und Bewohner BRD◆ Gesamtauswertung der Ergebnisse◆ Erarbeitung und Abstimmung Soll-Steuerrad | <ul style="list-style-type: none">◆ Mai/Juni 2011◆ Juni/Juli 2011◆ Juli 2011 |
| Abschlußpräsentation Juli 2011 | |

Agenda

Zielsetzung der Studie

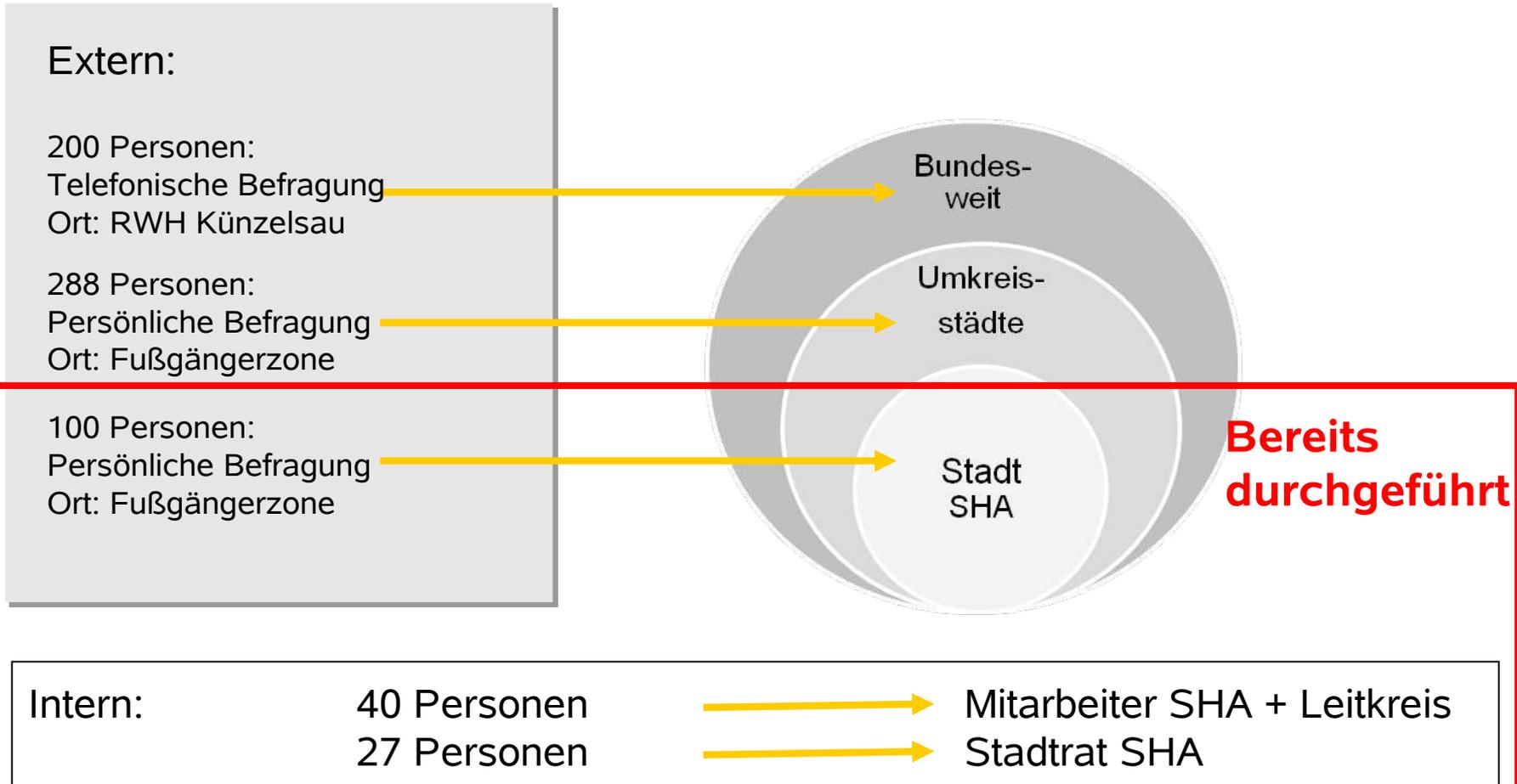
Konzeption der Studie

Auswertung der ersten Befragungsrunden

Weiteres Vorgehen

Konzeption

Quotenstichprobe, einheitliche Quotierung nach Alter und Geschlecht



Auswertung

Stichprobenstruktur (Bewohner und Mitarbeiter SHA)

| | Bewohner | | Mitarbeiter | |
|--------------------|-------------|---------|-------------|---------|
| Alter / GG | Zu Befragen | Befragt | Zu Befragen | Befragt |
| | | 100 | 103 | 40 |
| 15-25 Jahre | 14 | 14 | 5 | 16 |
| 26-40 Jahre | 22 | 22 | 8 | 7 |
| 41-65 Jahre | 42 | 52 | 27 | 17 |
| 65 Jahre und älter | 22 | 15 | 0 | 0 |
| Geschlecht / GG | Zu Befragen | Befragt | Zu Befragen | Befragt |
| | 100 | 103 | 40 | 40 |
| männlich | 48 | 45 | 14 | 10 |
| weiblich | 52 | 58 | 26 | 30 |

Auswertung

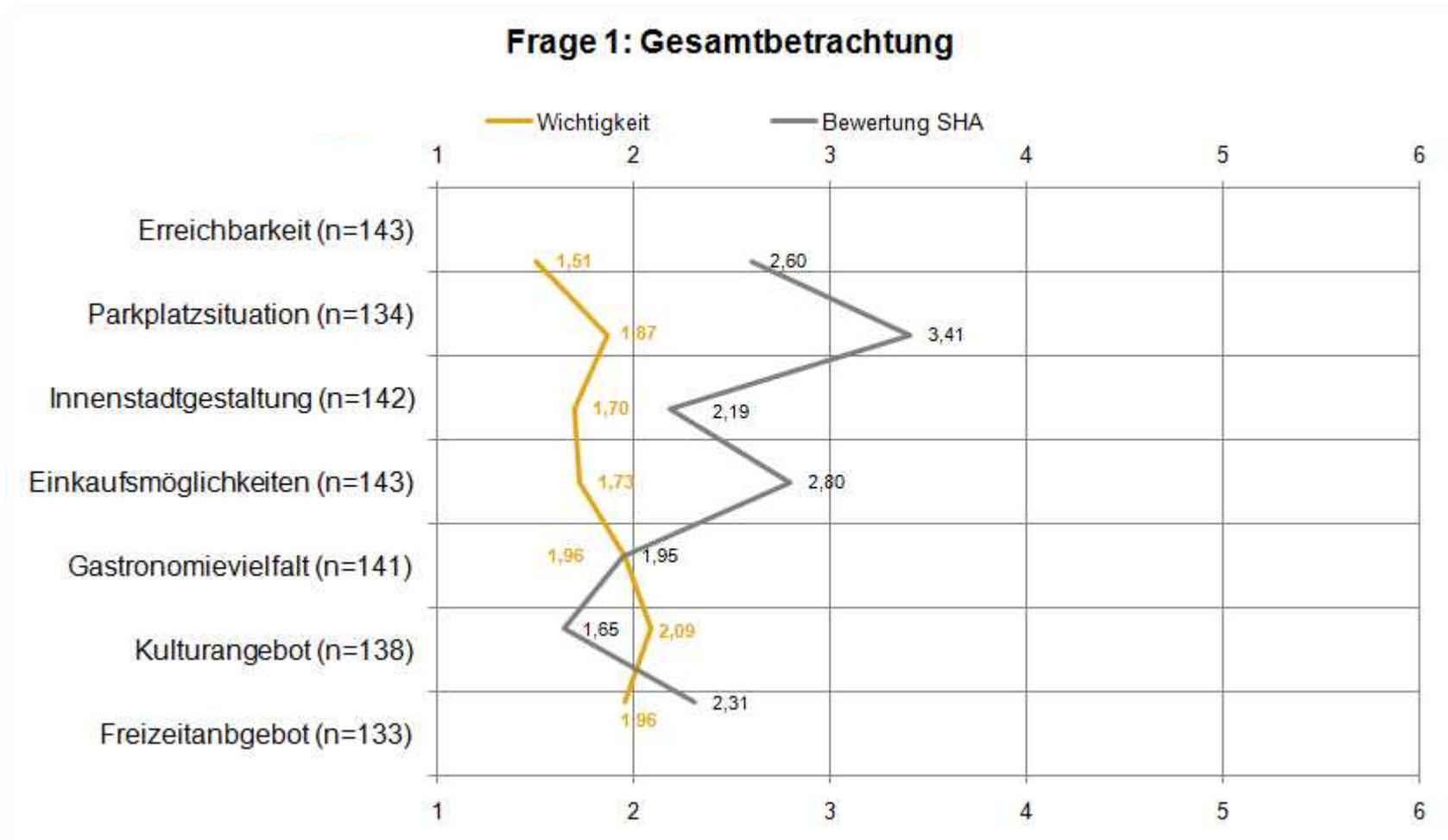
Bewertung der Stadt

1.) Ich möchte Sie nun bitten, Schwäbisch Hall bezüglich einiger Aspekte auf einer Skala von 1 (sehr zufrieden) bis 6 (sehr unzufrieden) zu bewerten. Dazwischen können Sie abstufen. Außerdem möchte ich wissen, wie wichtig Ihnen das jeweilige Kriterium bei einer Stadt grundsätzlich ist. Dazu verwenden wir die gleiche Skala von 1 (sehr wichtig) bis 6 (sehr unwichtig).

| Nr | Kriterium | Schwäbisch Hall | Wichtigkeit allgemein für eine Stadt | Beurteilung nicht möglich |
|----|---|-------------------------|--------------------------------------|---------------------------|
| 1 | Erreichbarkeit (ÖPNV, PKW, ..) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
| 2 | Parkplatzsituation | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
| 3 | Innenstadtgestaltung | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
| 4 | Einkaufsmöglichkeiten | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
| 5 | Gastronomie-Vielfalt (Cafés, Restaurants, ..) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
| 6 | Kulturangebot (Museen, Theater, ..) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
| 7 | Freizeitangebot (Sport, Kino, ..) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |

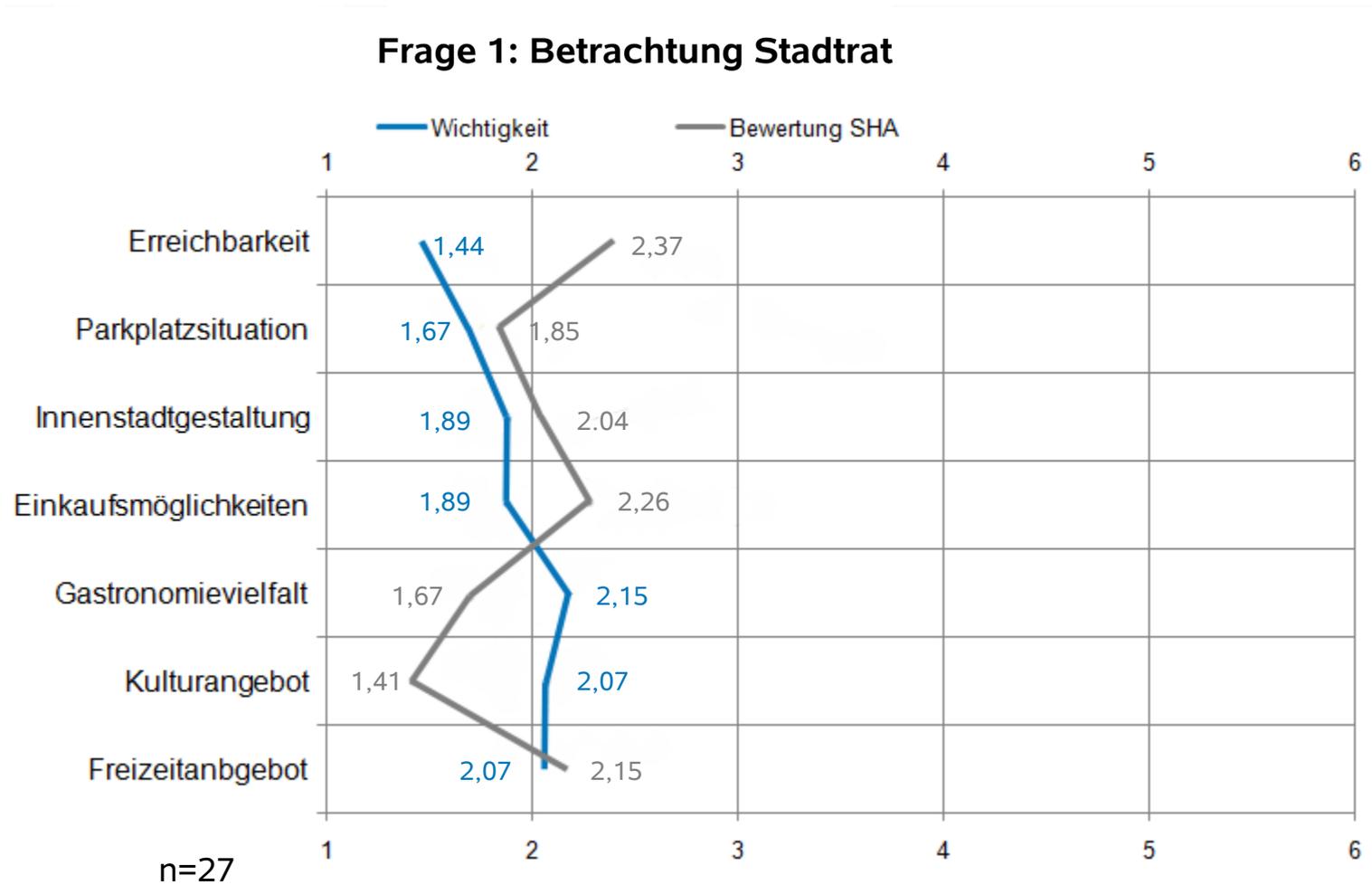
Auswertung

Bewertung der Stadt (Bewohner und Mitarbeiter SHA)



Auswertung

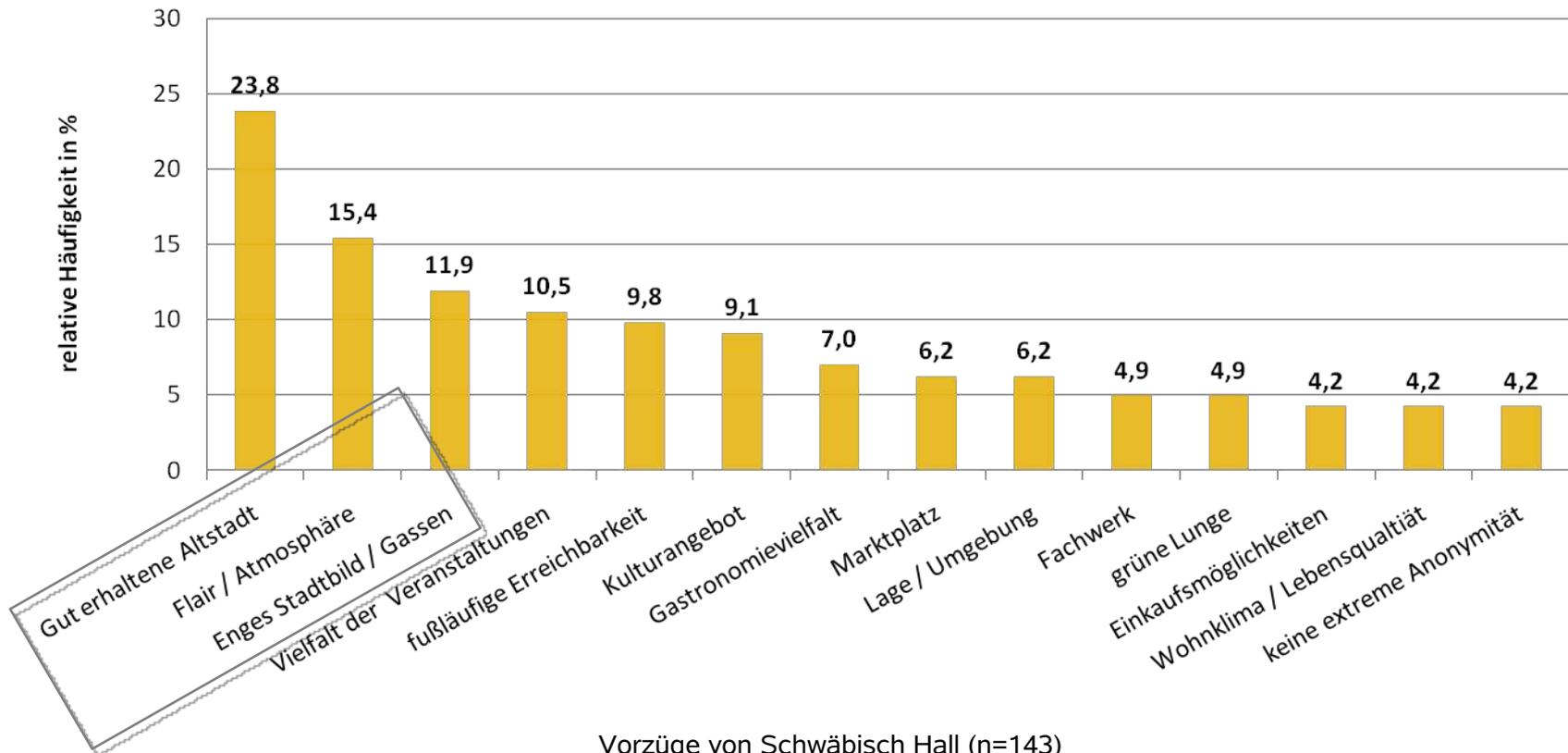
Bewertung der Stadt (Stadtrat)



Auswertung

Was gefällt Ihnen an Schwäbisch Hall am besten? (Bewohner und Mitarbeiter SHA)

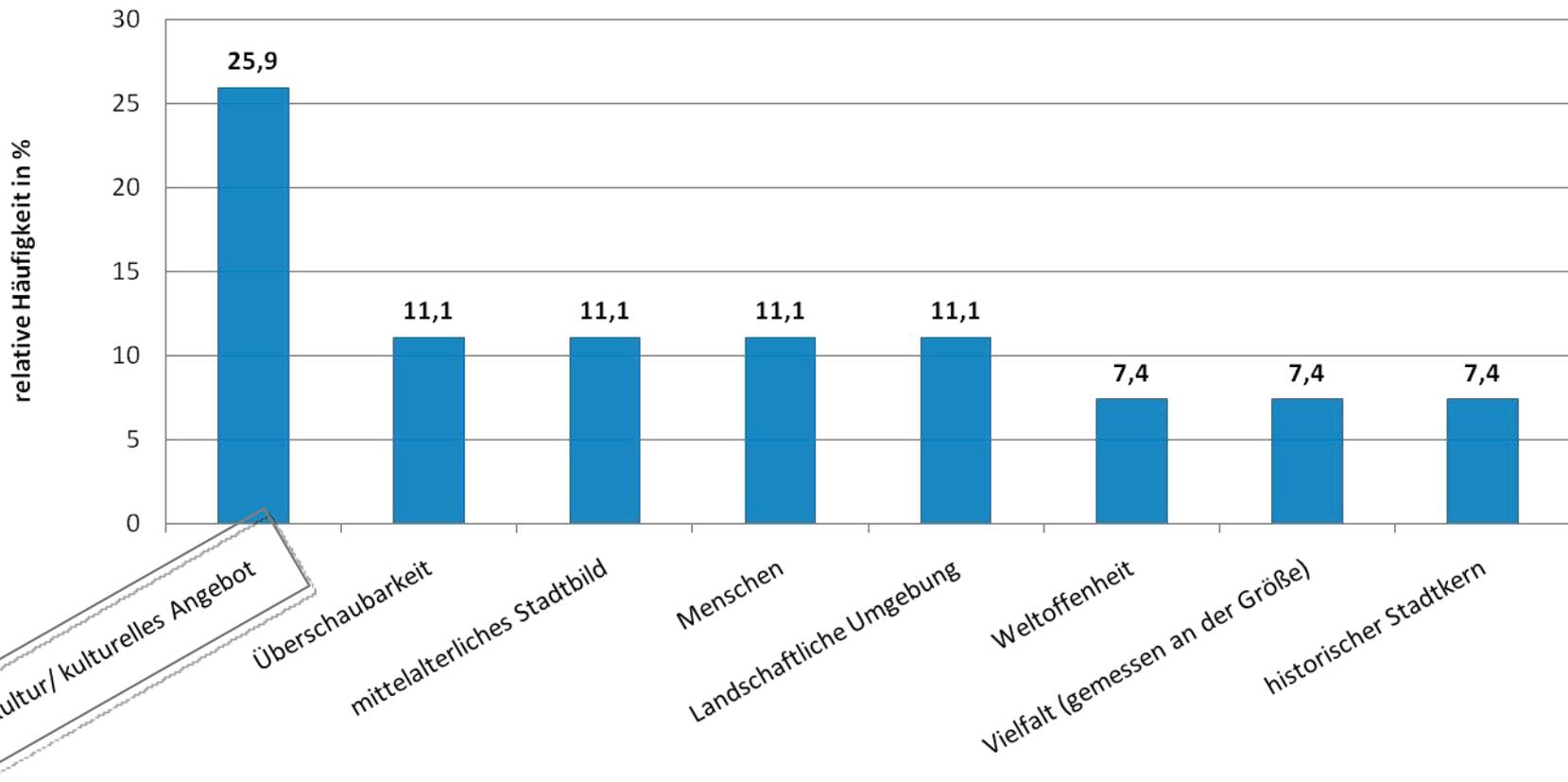
Frage 6: Vorzüge / Stärken



Auswertung

Was gefällt Ihnen an Schwäbisch Hall am besten? (Stadtrat)

Frage 6: Vorzüge / Stärken

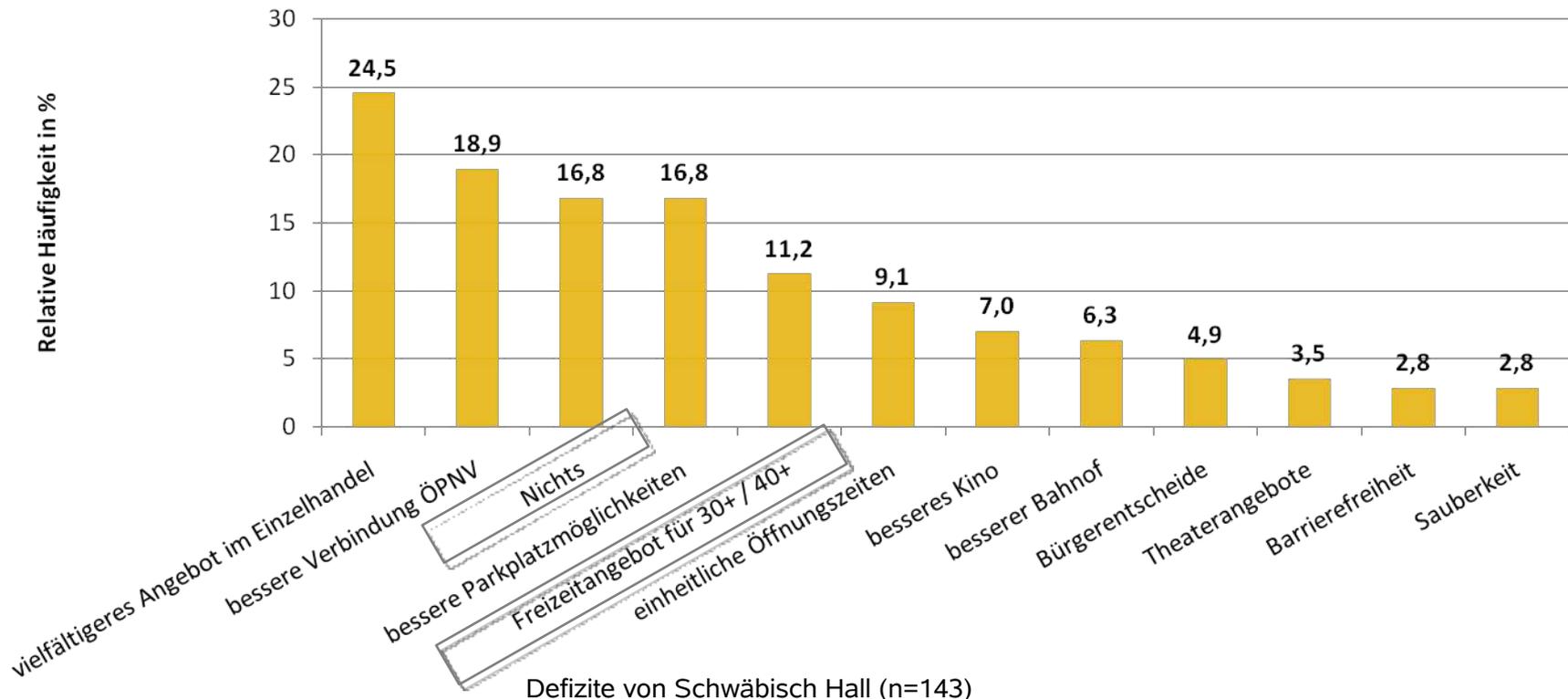


Vorzüge von Schwäbisch Hall (n=27)

Auswertung

Was vermissen Sie in Schwäbisch Hall? (Bewohner und Mitarbeiter SHA)

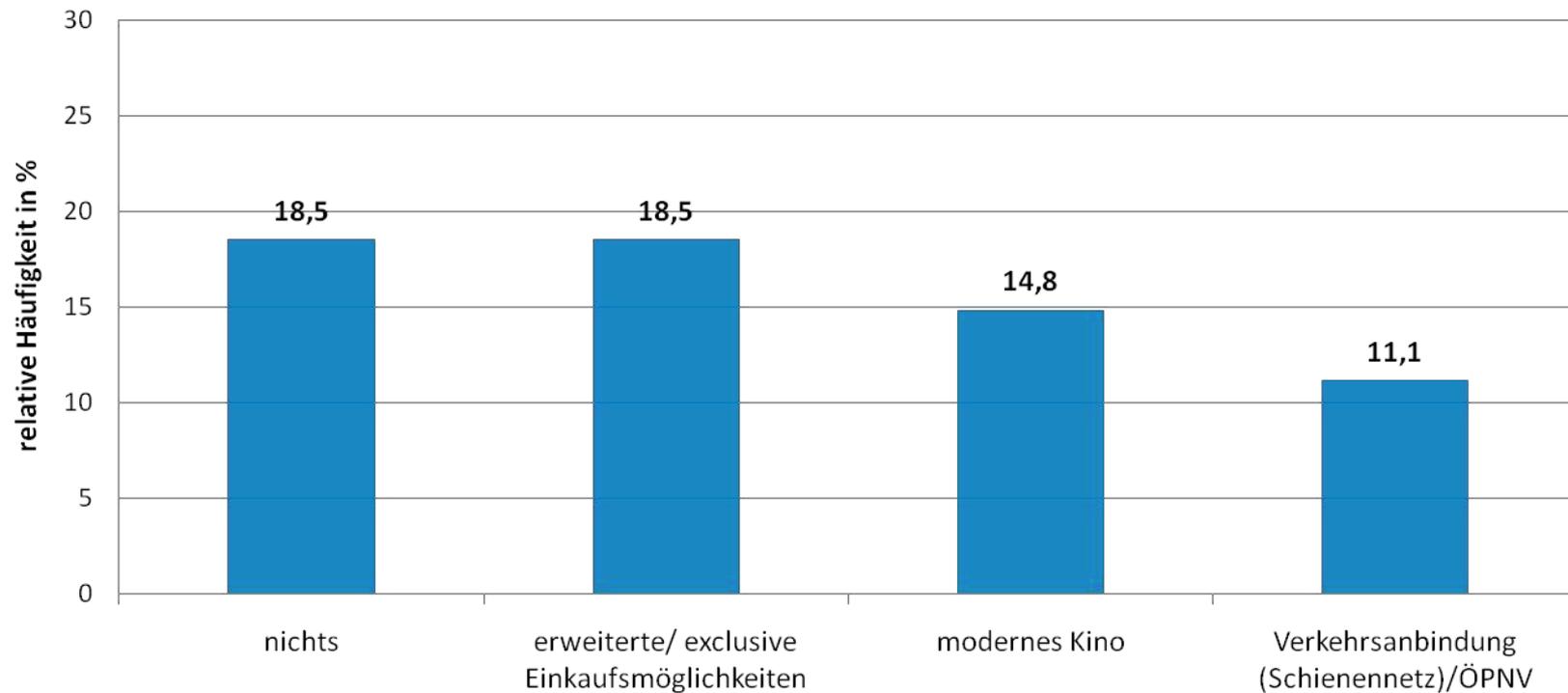
Frage 7: Defizite / Schwächen



Auswertung

Was vermissen Sie in Schwäbisch Hall? (Stadtrat)

Frage 7: Defizite / Schwächen



Defizite von Schwäbisch Hall (n=27)

Auswertung

Markennutzen

4.) Ich möchte Ihnen nun eine Liste mit Aussagen vorlesen. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, wie sehr Sie dieser zustimmen. Und zwar immer mit den bereits bekannten Abstufungen zwischen 1 und 6, wobei: 1 bedeutet: "trifft völlig zu" und 6 bedeutet: "trifft überhaupt nicht zu".

| Nr | Kriterium | Schwäbisch Hall | Beurteilung nicht möglich |
|----|--------------------------|-------------------------|---------------------------|
| 1 | Ich mag Schwäbisch Hall. | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |

Notiz: Warum?

...

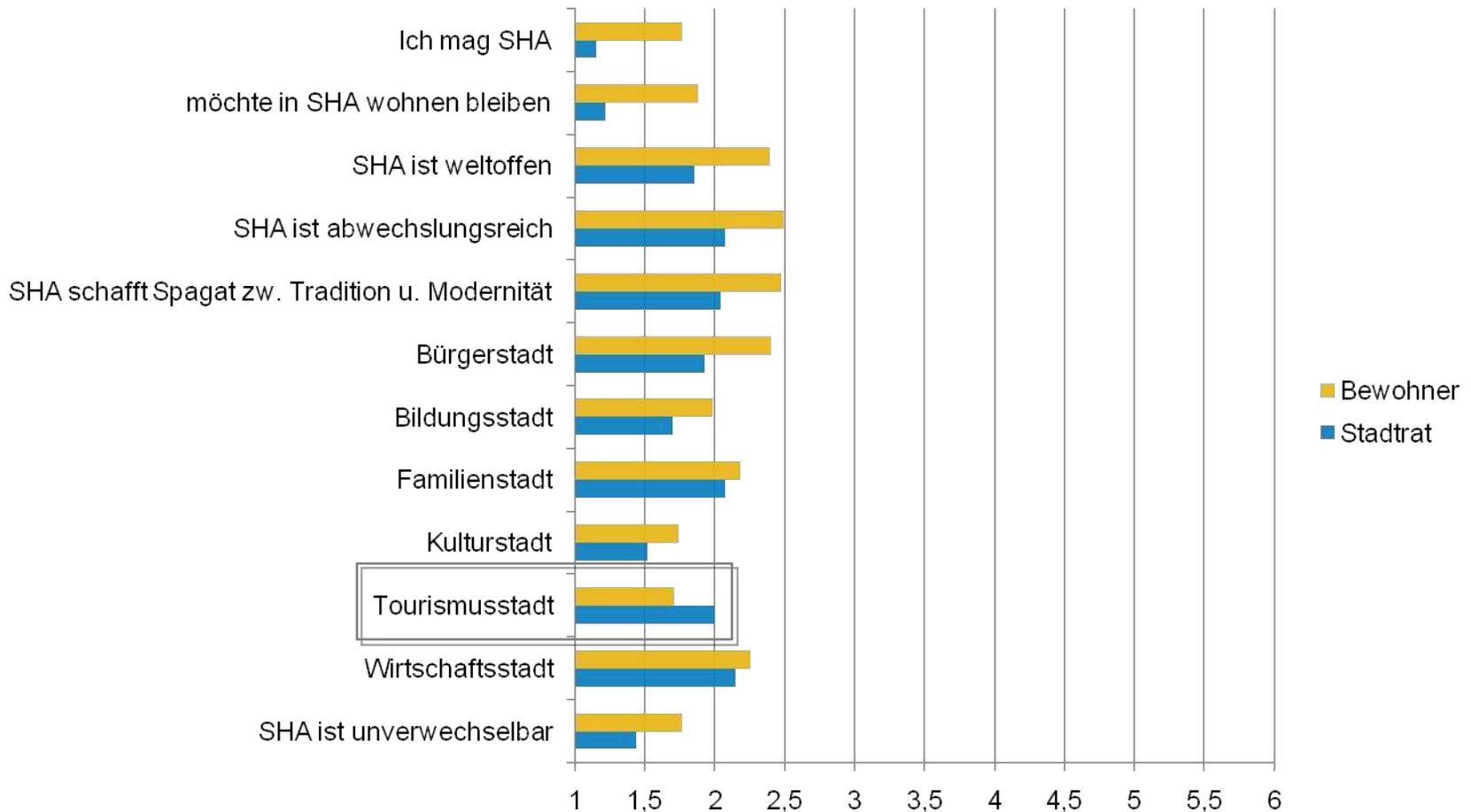
| | | | |
|---|---------------------------------------|-------------------------|--------------------------|
| 6 | Schwäbisch Hall ist eine Bürgerstadt. | (1) (2) (3) (4) (5) (6) | <input type="checkbox"/> |
|---|---------------------------------------|-------------------------|--------------------------|

Notiz: Warum?

...

Auswertung Markennutzen

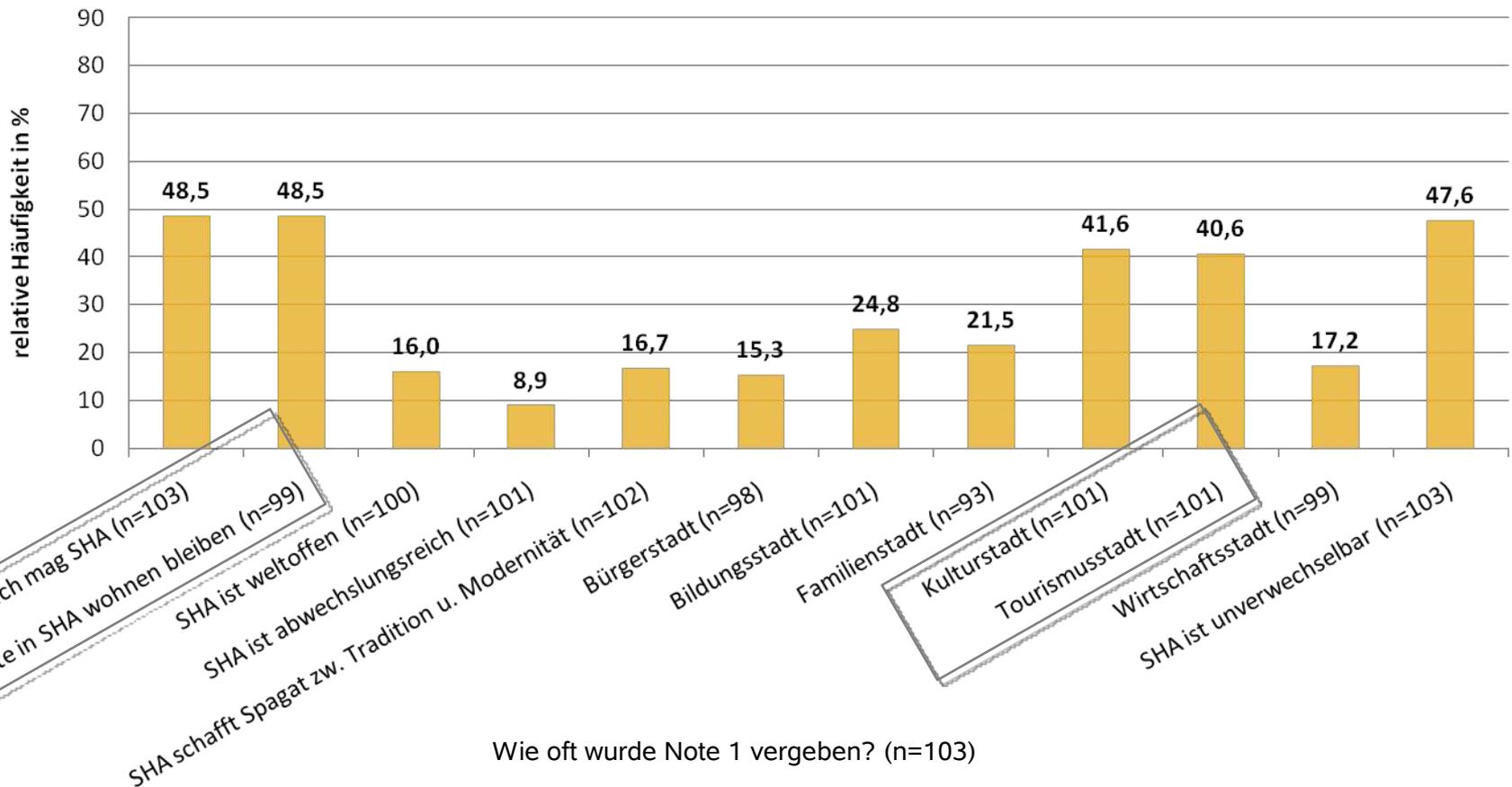
Frage 4: Mittelwerte



Auswertung

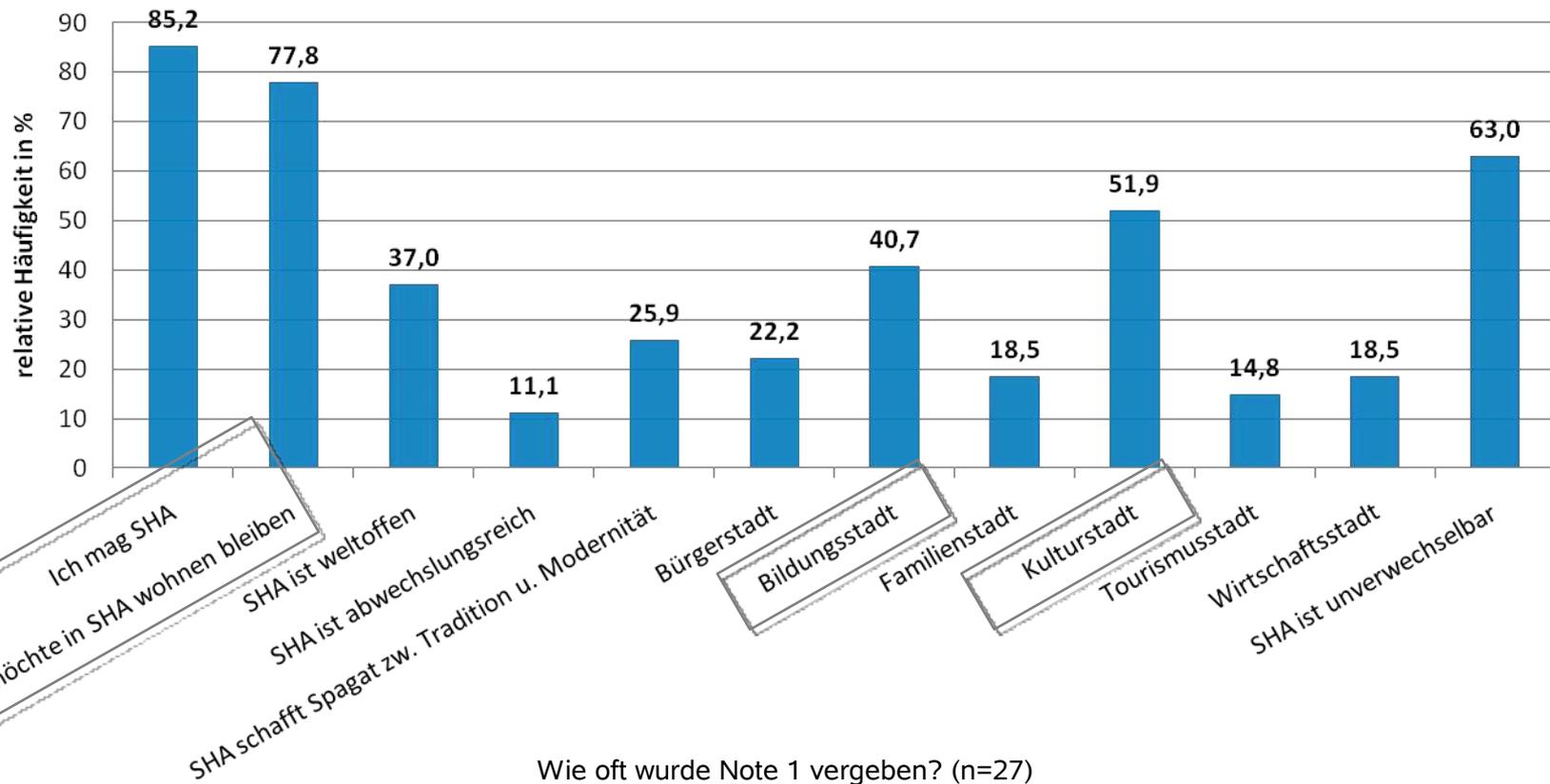
Markennutzen (Bewohner SHA)

Frage 4: Betrachtung Bewohner



Auswertung Markennutzen (Stadtrat)

Frage 4: Betrachtung Stadtrat



Auswertung

Unverwechselbarkeit (Bewohner und Mitarbeiter SHA)

5.) Mit welchen Städten würden Sie Schwäbisch Hall am ehesten vergleichen? Warum?

Rothenburg: historisches Stadtbild, Altstadt, Fachwerk, Fluss

Dinkelsbühl: Altstadt, Baustil, Größe

Tübingen: Studenten, Flair, Stadtbild

73,4% der Befragten gaben Vergleichsstädte an

Auswertung

Unverwechselbarkeit (Stadtrat)

5.) Mit welchen Städten würden Sie Schwäbisch Hall am ehesten vergleichen? Warum?

Rothenburg: historisches Stadtbild, Tradition, Altstadt
Dinkelsbühl: alte Traditionen werden gepflegt
Konstanz: modern
Esslingen: historisch, gute Einkaufsmöglichkeiten

74,1% der Befragten gaben Vergleichsstädte an

Auswertung

Markentonalität und Markeniconographie

2.) Welche Eigenschaften bringen Sie mit Schwäbisch Hall spontan in Verbindung?

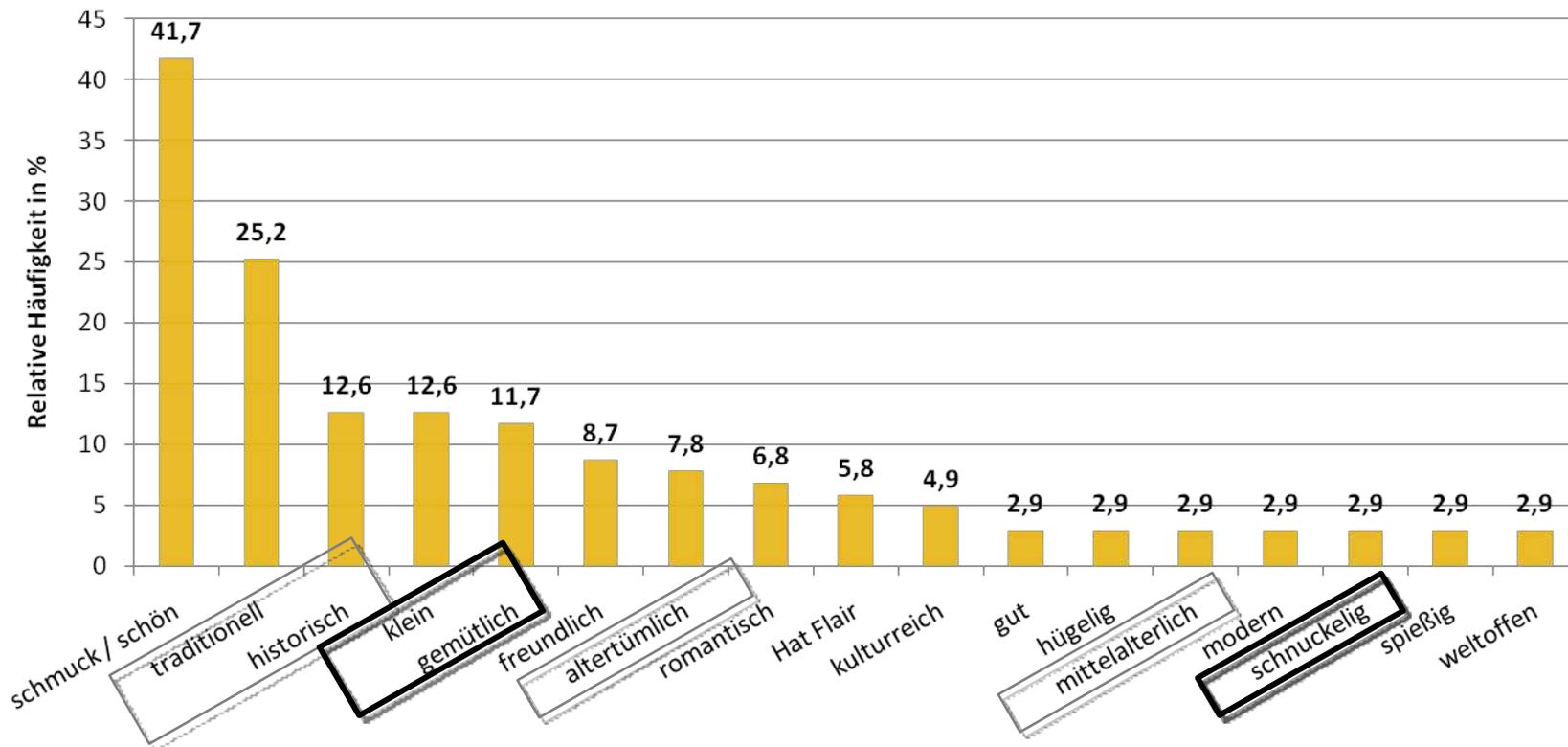
3.) Im Folgenden geht es um die bildliche Vorstellung, also um ein inneres Bild, das man zum Beispiel von Menschen hat. Denken Sie einmal an Schauspieler: Für Charlie Chaplin ist der Hut, sein Schnurrbart und sein Anzug typisch. Für Humphrey Bogart sind Trenchcoat und Hut typisch.

Wie ist es jetzt mit Schwäbisch Hall? Was ist Ihrer Meinung nach typisch für Schwäbisch Hall?

Auswertung

Markentonalität (Bewohner SHA)

Frage 2: Betrachtung Bewohner

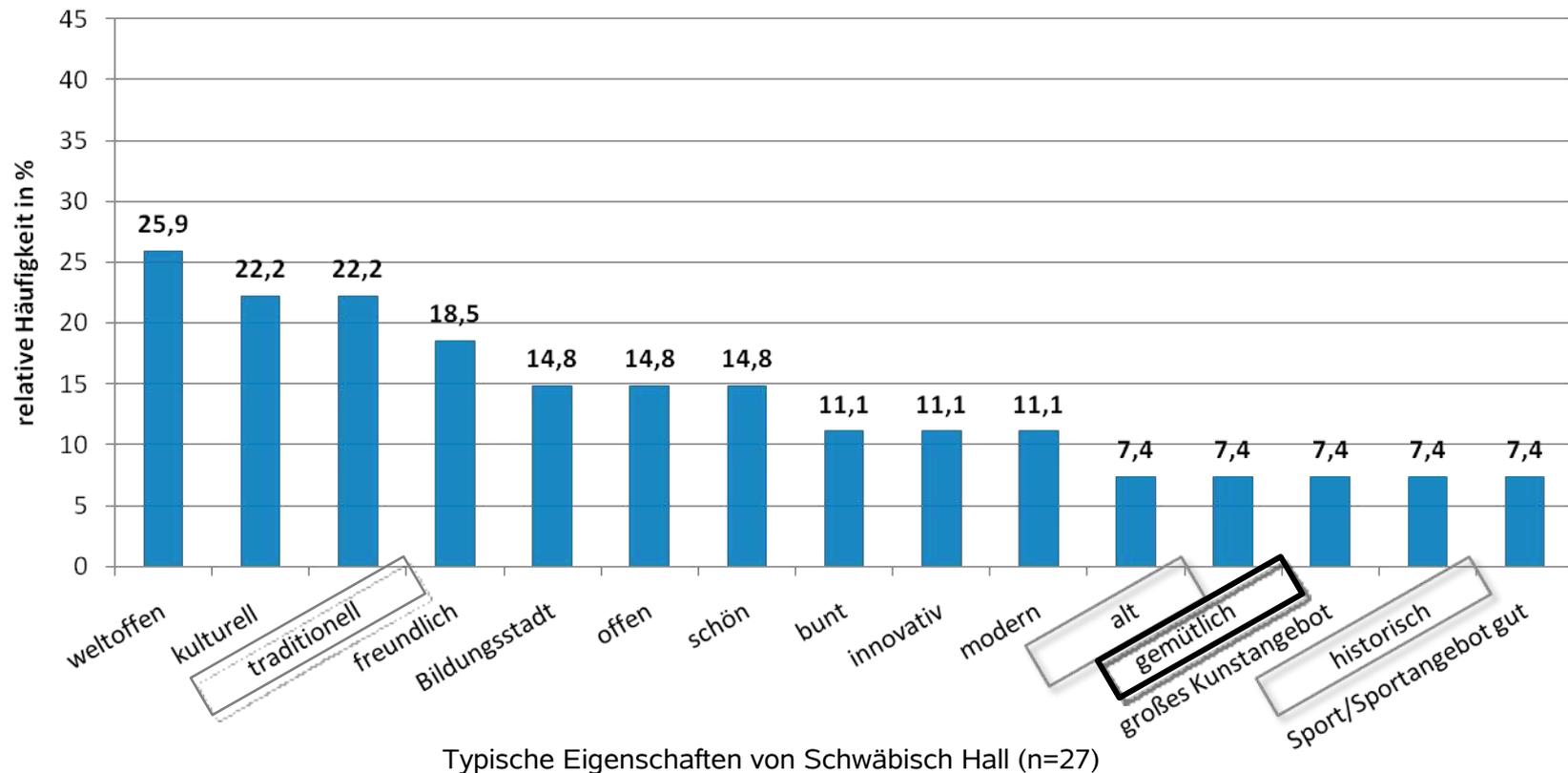


Typische Eigenschaften von Schwäbisch Hall (n=103)

Auswertung

Markentonalität (Stadtrat)

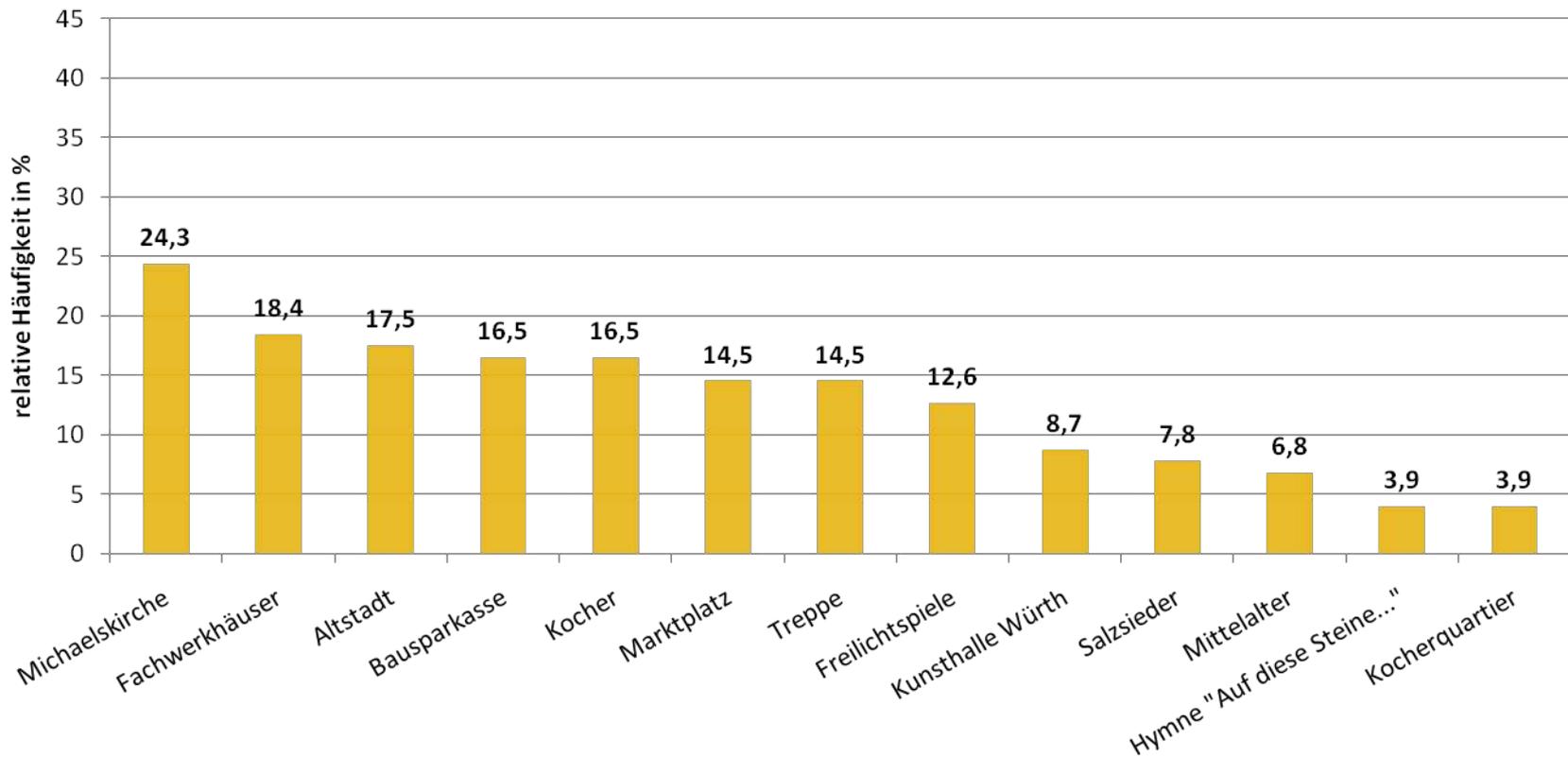
Frage 2: Betrachtung Stadtrat



Auswertung

Markeniconographie (Bewohner SHA)

Frage 3 Betrachtung Bewohner

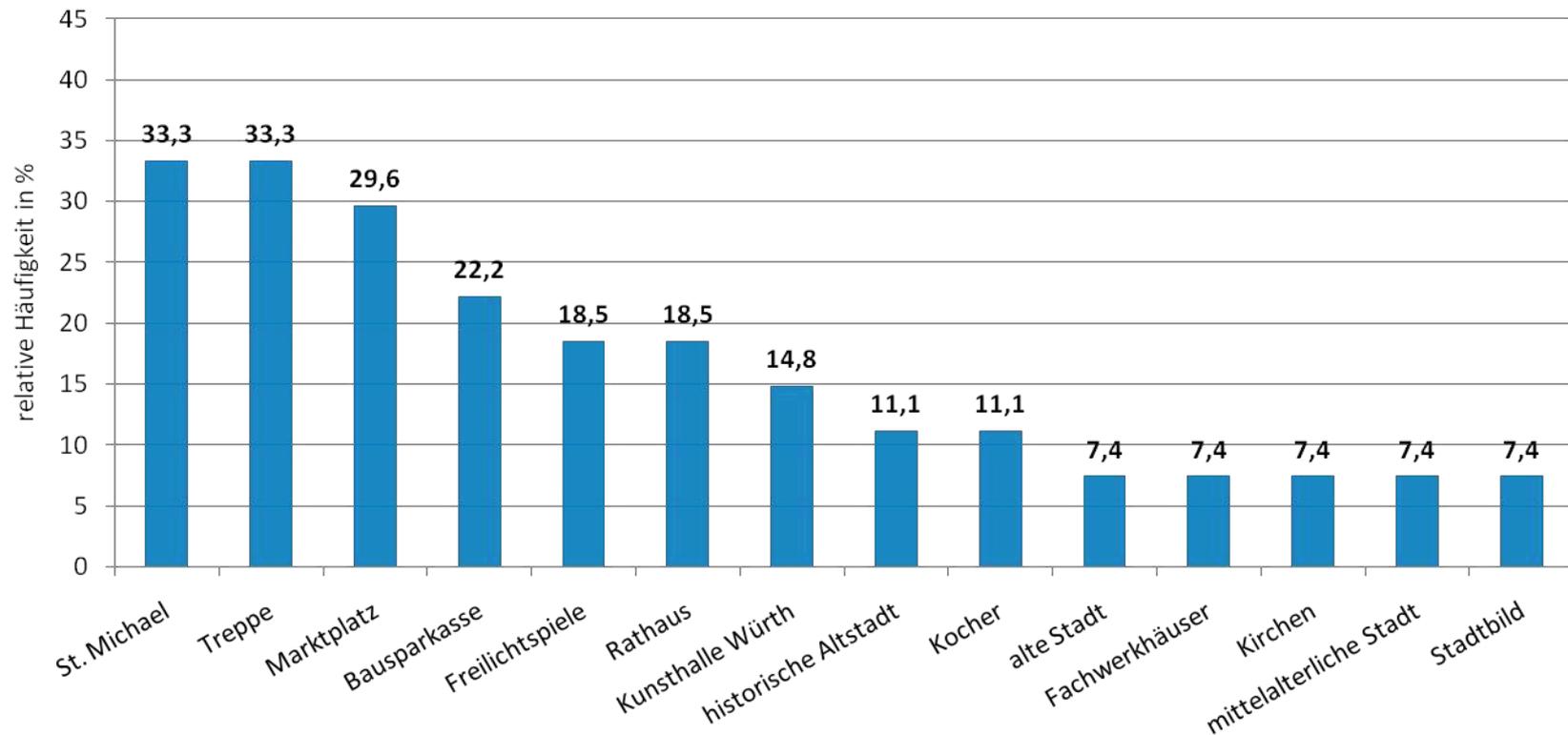


Typische Bilder von Schwäbisch Hall (n=103)

Auswertung

Markeniconographie (Stadtrat)

Frage 3: Betrachtung Stadtrat



Typische Bilder von Schwäbisch Hall (n=27)

Auswertung Markeniconographie



Auswertung

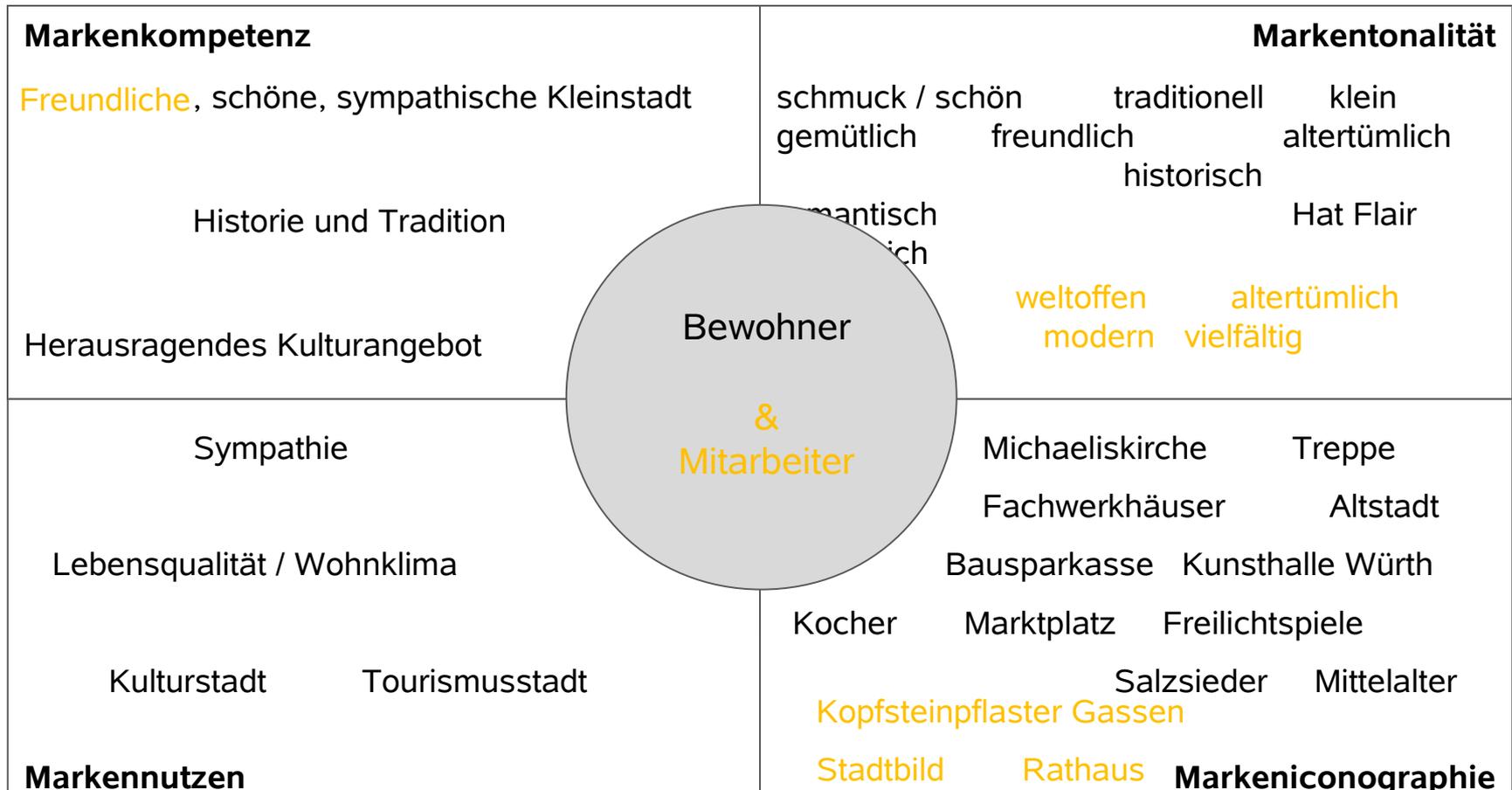
Markenkompetenz (Bewohner und Mitarbeiter SHA)

„Schwäbisch Hall ist eine freundliche und sympathische Kleinstadt, die stolz auf ihre Historie und Tradition ist.

Das herausragende Kulturangebot, beliebt bei Bewohnern und Touristen, macht Schwäbisch Hall so unverwechselbar.“

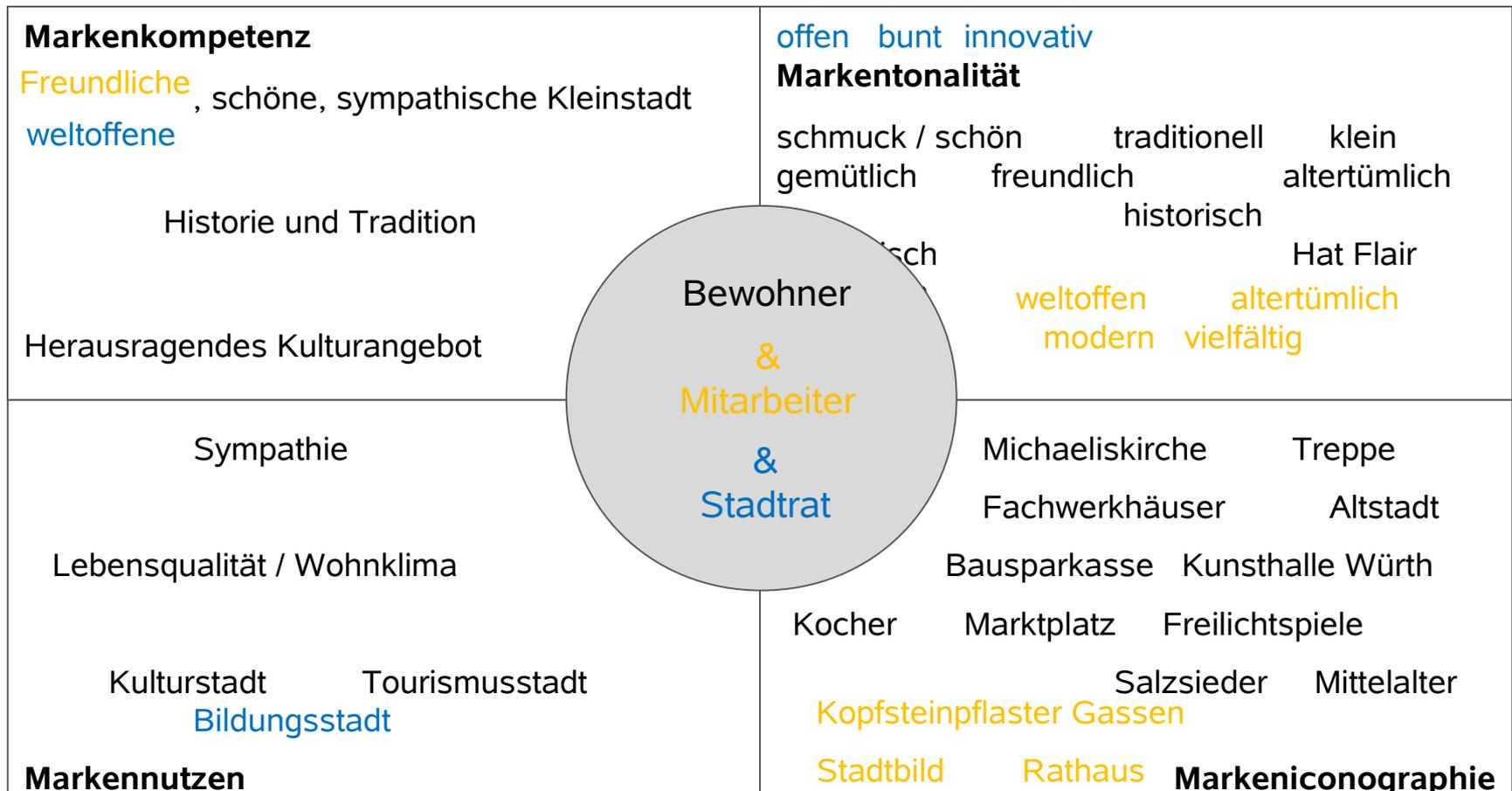
Auswertung- IST-Steuerrad

Sicht Bewohner + Mitarbeiter SHA



Auswertung- IST-Steuerrad

Sicht Bewohner + Mitarbeiter SHA + Stadtrat



Agenda

Zielsetzung der Studie

Konzeption der Studie

Auswertung der ersten Befragungsrunden

Weiteres Vorgehen

Konzeption

Weiteres Vorgehen

| Projektfortschritt | Zeitlicher Ablauf |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">◆ Erarbeitung, Abstimmung und Test der Gesamtkonzeption◆ Befragung Leitkreis, Mitarbeiter und Bewohner SHA | <ul style="list-style-type: none">◆ Oktober – Dezember 2010◆ Januar 2011 |
| 1. Zwischenpräsentation Februar 2011 | |
| <ul style="list-style-type: none">◆ Befragung Stadtrat SHA | <ul style="list-style-type: none">◆ März/April 2011 |
| 2. Zwischenpräsentation April 2011 | |
| <ul style="list-style-type: none">◆ Befragung Umkreisstädte und Bewohner BRD◆ Gesamtauswertung der Ergebnisse◆ Erarbeitung und Abstimmung Soll-Steuerrad | <ul style="list-style-type: none">◆ Mai/Juni 2011◆ Juni/Juli 2011◆ Juli 2011 |
| Abschlußpräsentation Juli 2011 | |



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit.