



Destinationsmarke Remagen

Ergebnisse einer Masterarbeit an der
Hochschule Koblenz

Gliederung

1.

Einführung

2.

Untersuchungskonzeption

3.

Ergebnisse

4.

Ausblick

5.

Fragen



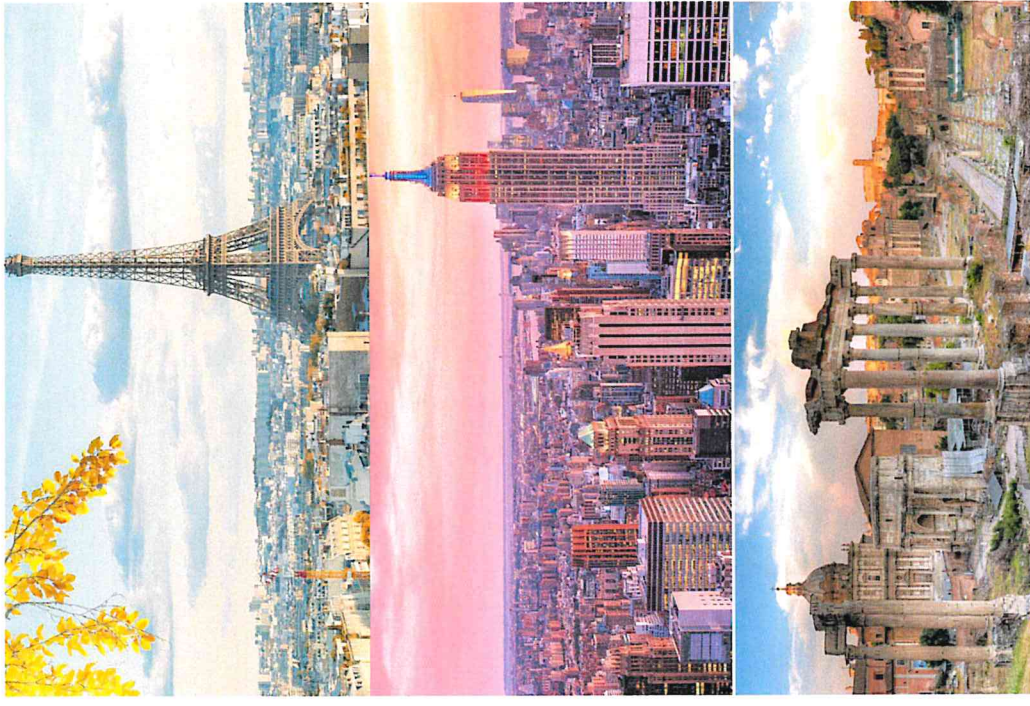


Einführung

- Die Stadt der Liebe?

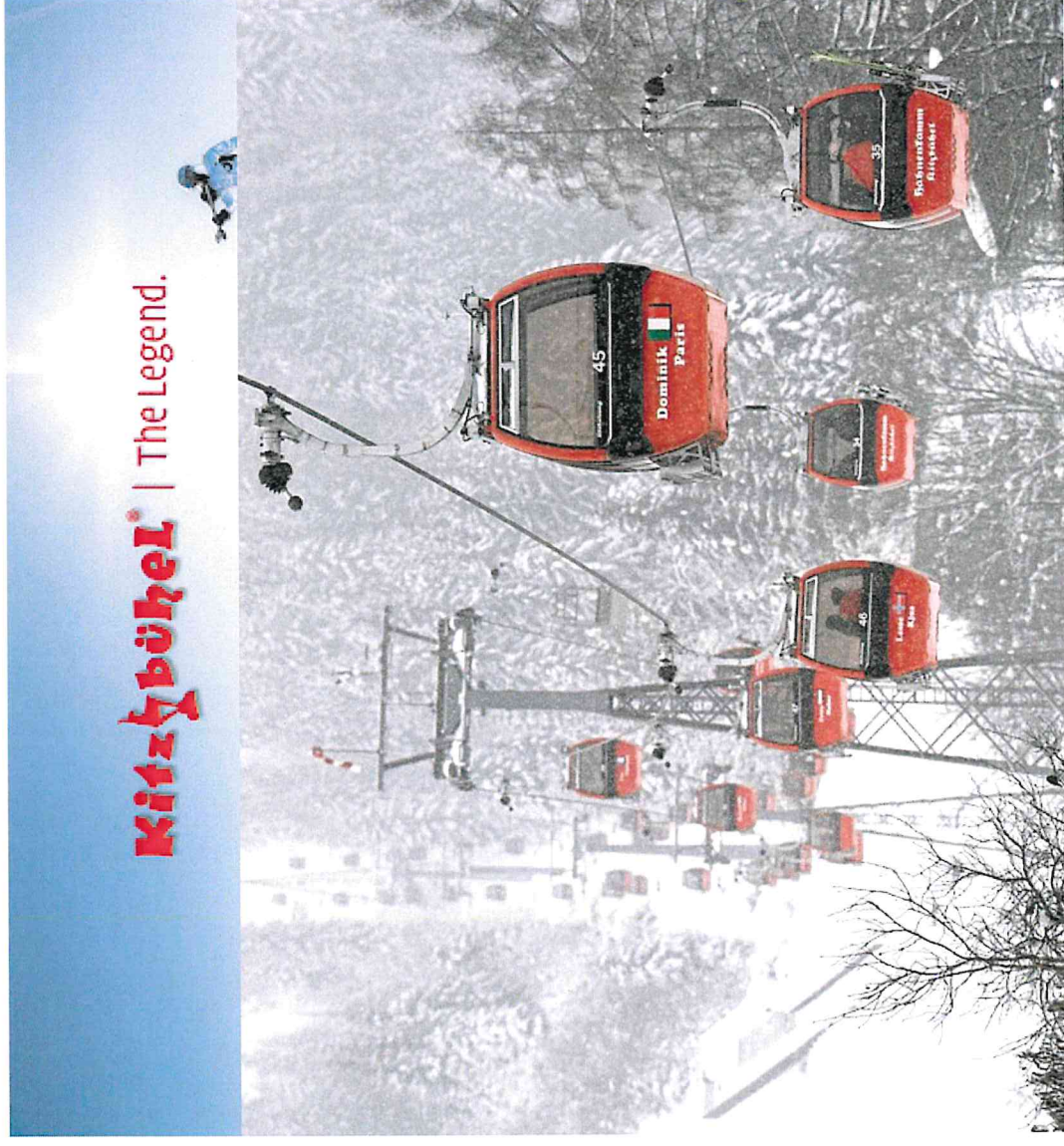
- Die Stadt, die niemals schläft?

- Die ewige Stadt?

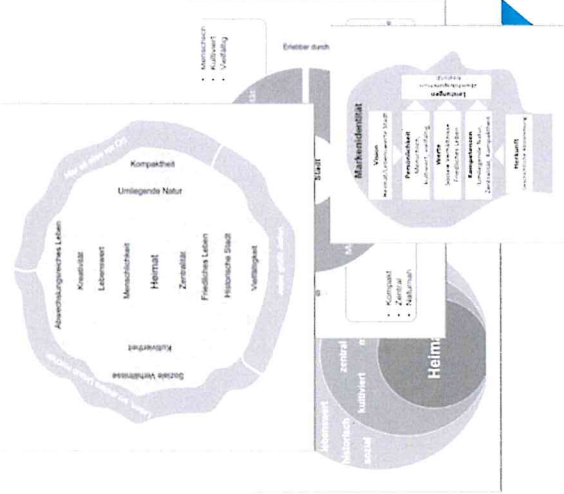


Einführung

- Marken sind „innere Bilder“
- Diese basieren auf tief in uns verwurzelten Erfahrungen
- Um Marken gezielt zu führen, muss man diese (positiven) Erfahrungen sichtbar machen, verstehen und gezielt verstärken



Interpretation



Fragebogen

- 75 Teilnehmer

- 7 Experteninterviews

- Projektzeitraum: Oktober 2019 bis Januar 2020

- Hunderte Seiten Interviewmaterial, gegliedert in 33 inhaltliche Kategorien

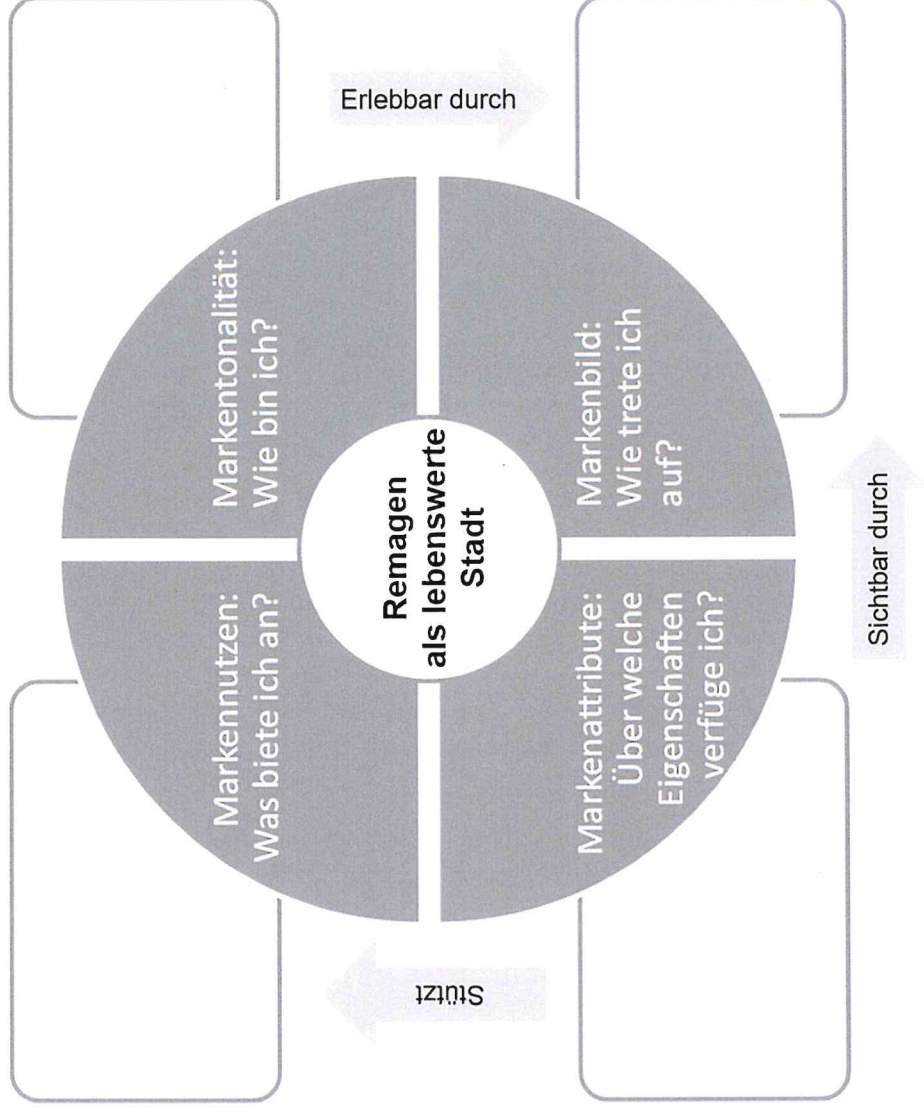
1. Was fällt Ihnen als erstes ein, wenn Sie an Remagen denken?
2. Was gefällt Ihnen gut an Remagen?
3. Welche Merkmale machen Ihrer Meinung nach Remagen aus?
4. Warum leben Sie in Remagen? / Wie kamen Sie darauf sich hier nieder zu lassen?
5. Was begeistert Sie besonders an Remagen?
6. Was unternehmen Sie am Wochenende / in Ihrer Freizeit in Remagen?
7. Warum verbringen Sie Ihr Wochenende in Remagen und nicht in einer anderen Stadt? (z.B. Koblenz)
8. Was zeigen Sie Ihren Gästen in Remagen, welche Geschichten erzählen Sie über die Stadt?
9. Welche Fortschritte hat Remagen besonders in letzter Zeit gemacht?
10. Was gefällt Ihnen an Remagen besser als an anderen Städten?

Heimat und zweite Heimat	Gute Anbindung und alles vor Ort	Kreativität und Kultiviertheit

Ergebnisse

Markensteuerrad Prof. Esch

- Einteilung in Nutzen und Emotion
- Beantwortet markenbezogene Fragen
- Zeigt Beziehungen der Merkmale auf

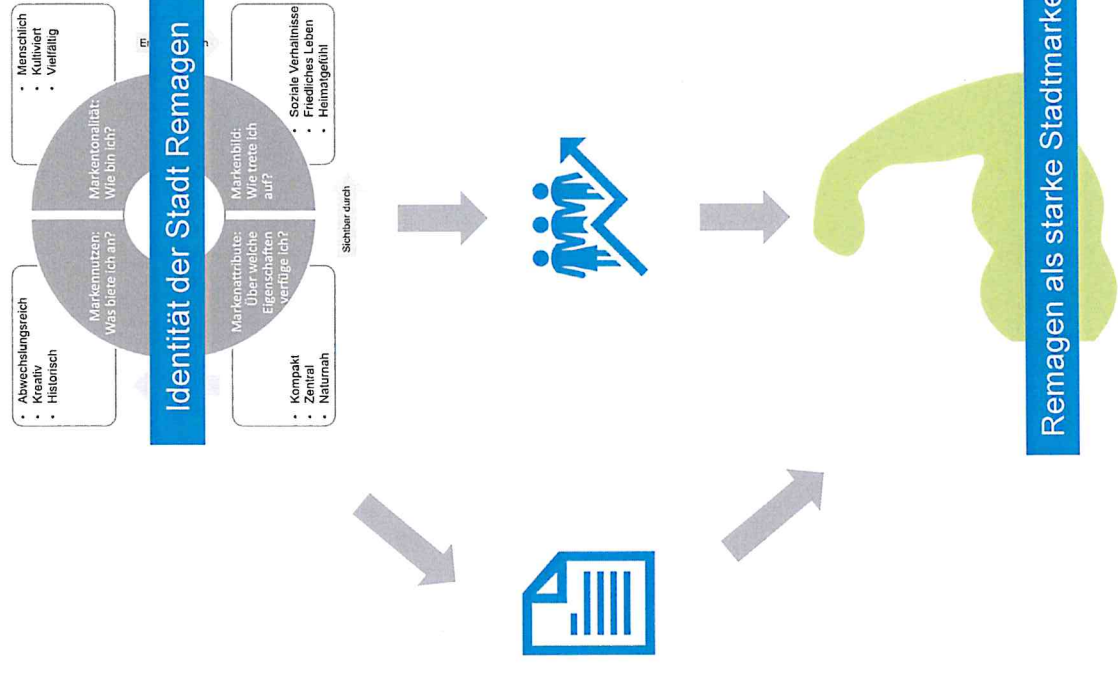


Remagen, die naturnahе, kreative und lebenswerte Stadt, in der man sich zuhause fühlt.

Ausblick

- Die Identität zeigt den realen Ist-Zustand
- Bietet Grundlage für weitere Marketing-Aktivitäten
- Bsp. Stadtmarketingkonzept, Imagekampagnen, Stadtleitkonzept etc.

- Bei Ausarbeitung der Konzepte auf Grundlage der Identität kann Remagen sich zur starken Stadtmarke entwickeln



Haben Sie noch Fragen?





**Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit!**

Prof. Dr. Holger J. Schmidt

E-Mail: hjschmidt@hs-koblenz.de

Anna Gnitecki

E-Mail: annagnitecki@gmx.de

Hochschule: University of Applied Sciences Koblenz

Datum: 10.03.2020