

Summary

Im Rahmen unserer Studienarbeit lag, wie bereits in Punkt 2 erwähnt, der Schwerpunkt auf der Steigerung des Bekanntheitsgrades des „Hügelrock Open Air“ für das Jahr 2019. Da Christian Henkel Teilhaber der COMA Festival KG ist, lag es für uns nah, dieses Projekt zu betreuen. Am Anfang fiel es uns schwer, unsere zahlreichen Ideen auf wenige Hauptpunkte zu komprimieren. Nachdem wir diese anfängliche Hürde überwunden hatten, fiel uns die Zusammenarbeit mit den Auftraggebern leicht.

Unser Hauptaugenmerk lag anfänglich auf dem Erarbeiten eines Konzeptes zu einem Bierpong-Turnier. Hierbei wollten wir viele erlernte Marketingmaßnahmen einbinden. Leider ließ sich dieses Vorhaben, wie bereits in Punkt 3.6 beschrieben, nicht umsetzen, wodurch wir viel Zeit verloren.

Wir konzentrierten uns ab diesem Zeitpunkt auf die Präsenz in den sozialen Medien, sowie auf Werbeauftritte bei ähnlichen Veranstaltungen. Auch hier konnten wir bereits erlerntes Wissen systematisch anwenden und positive Resultate erzielen. Dieser Erfolg spiegelte sich in den Statistiken der Facebookseite wieder.

Sowohl wir als Team, als auch die Auftraggeber sind mit den bisherigen Ergebnissen unserer Marketingstrategie sehr zufrieden, wobei sich die aktuellen Zahlen, mit denen der letzten Festivals nicht kongruent vergleichen lassen, da das Festival erst 2019 wieder stattfinden wird.

Es lässt sich jedoch sagen, dass bei Weiterführung unserer bisherigen Strategie mit einem weiteren Anstieg der Popularität zu rechnen ist. Dies wäre auch jene Empfehlung, welche wir dem Unternehmen zur weiteren Steigerung des Bekanntheitsgrades mit auf den Weg geben möchten.

Wir sind gespannt, wie die endgültigen Zahlen aussehen werden. Außerdem würden wir uns sehr darüber freuen, dieses Projekt an eine weitere Studiengruppe abzugeben.

