

Moderne Analyse-Tools helfen dem Innenstadthandel Umsätze anzukurbeln.

Die traditionelle Dachmarke „Leibnitz lädt ein“, ein seit 30 Jahren bestehendes Wirtschaftskonzept, geht digital. Mit aktuell 65 Mitgliedsbetrieben strebt „Leibnitz lädt ein“ an, die Innenstadtwirtschaft zu beleben und mittlerweile sind die einzelnen Läden und Geschäfte auch über einfache Mausclicks erreichbar

„Leibnitz lädt ein“ fungiert als Stadtmarketing-Organisation und hat sich der Förderung des Einkaufs bei den Leibnitzer Innenstadthändlern verschrieben. Dazu zählen Wirtschaftstreibende aus Leibnitz, der steirischen Bezirkshauptstadt, die mit verschiedensten Maßnahmen wie Veranstaltungen, Aktionen, einem Kinder-Express und diversen Märkten ihre Kunden animieren, in Leibnitz einzukaufen. Dadurch wird nicht nur der Handel angekurbelt, sondern auch der Ortskern durch diese Aktivitäten attraktiver und eine größere Identifikation der Bürger mit der Innenstadt erreicht.



Doch auch in den eher kleinen und beschaulichen Innenstädten in Österreich schreitet die Digitalisierung voran und so hat sich „Leibnitz lädt ein“ im Sommer 2020 zu einer Zusammenarbeit mit A1 Österreich entschieden. Ziel ist die digitale Auswertung, also das komplette Innenstadt Monitoring mittels anonymer Besucherströme über 12 Monate. Durch detaillierte Analysen wie beispielsweise,

woher die Kunden kommen, an welchem Punkt sie am besten beworben werden können, aber auch über die Verweildauer in der Innenstadt, können nicht nur gezielte Marketing Maßnahmen getroffen werden, sondern wird auch die Effizienz und der Erfolg laufender Aktionen gemessen.

„Die Zeiten, in gewissen Bereichen aus dem Bauch heraus Entscheidungen treffen zu müssen, sind mit diesen digitalen Möglichkeiten endgültig Geschichte,“ Fritz Parmetler, Wirtschaftspionier und Obmann von „Leibnitz lädt ein“.

Das ursprünglich klassische Zählsystem soll durch moderne Analysemöglichkeiten ersetzt werden. A1 liefert die entsprechenden digitalen Tools und bietet der Marketing-Organisation durch Einblicke in Einzugsgebiet, Besucherstruktur, tageszeitlichen und saisonalen Veränderungen, sowie Erfolgskontrolle von Maßnahmen eine Reihe innovativer Ansätze. Anhand anonymer Echtzeiten können so anonyme Besucherdaten inklusive der Touristendaten flächendeckend im gesamten Innenstadtbereich erstellt werden. Und zwar rund um die Uhr, an 365 Tagen im Jahr. Es ist sogar ein Rückblick auf vergangene Monate möglich, und diese Infos sind vor allem in Hinblick auf die aktuelle Covid-19 Lage und die damit verbundenen unterschiedlichen Besucherströme und Umsatzzahlen spannend. Durch die objektiven Analysen anonymer Daten gibt es auch keine verzerrenden Ergebnisse, wie es beispielsweise bei echten Befragungen der Fall ist.

Durch die zielgenaue Analyse dieser wichtigen anonymen Kundendaten haben die Marketiers der Leibnitzer Wirtschaftstreibenden genauen Einblick in abgelaufene Handelsaktionen und können zukünftig noch konkreter und wirksamer ihre Marketingaktionen wie beispielsweise die diesjährigen „Wahnsinnstage“ konzipieren und durchführen.

