

Tue Gutes und sprich darüber

Ein Blick hinter die Kulissen der Werbung der Sektion Bern – oder auch: Jahresbericht Marketing 2018

Letztes Jahr war für die Werbung der VFB-Sektion Bern recht intensiv. Dies hat mich dazu bewogen ausnahmsweise mal einen Jahresbericht zu verfassen um Euch zu zeigen was bei der Werbung hinter den Kulissen noch so läuft:



Letztes Jahr war die Sektion Bern des VFB mit 14 Werbeständen in der Region präsent. Wobei man den Stand beim Treberwurstessen in Twann, an der HV in Aarberg und am Quartierflohmarkt bei mir zu Hause nicht richtig zählen darf. Zusätzlich habe ich uns fürs Jubiläum 100 Jahre Bipper-Lisi in Niederbipp und den Maimarkt in Interlaken angemeldet – an beiden Anlässen hatte es jedoch leider keinen Platz für uns.

Somit war wir an 11 (z.T. mehrtägigen) Märkten und

Ausstellungen zugegen (Total 16 Tage):

- Brügg, Modellbahnbörse, 1 Tag
- Thun, Nachtmarkt, 1 Tag
- Grosshöchstetten, Feierabendmarkt, 1 Tag
- Büren a.A., Maimarkt, 1 Tag
- Biel, Monatsmarkt, 1 Tag
- Brienz, Dampftage, 3 Tage
- Lyss, Dampftage, 2 Tage
- Bümpliz, Stöckackerfest, 1 Tag
- Huttwil, Dampftage, 2 Tage
- Roggwil, Modellbahnausstellung, 2 Tage
- Ipsach, Modellbahnbörse, 1 Tag



Bei den Auftritten versuche ich jeweils nebst einer geografischen Streuung auch einen Mix zwischen Fachpublikum (Dampftage und Fachausstellungen) und einem breitem Publikum (Monats- und ähnliche Märkte) zu finden.

Die Ziele dieser Werbeauftritte sind:

- Mitglieder für unseren Verein finden (letztes Jahr hat zweimal je eine Person die ausgefüllte Mitgliederkarte direkt am Stand abgegeben – auch für mich ein Novum).
- Unsere Bahn bekannt machen – hierfür eignen sich die



Publikumsmärkte wie Büren, Biel, Thun oder Bümpliz besonders gut.

- Fahrgäste für eine Furkafahrt gewinnen – hier ist es jedoch schade dass wir keine Fahrten direkt am Stand verkaufen dürfen – mancher Funken dürfte hier leider wieder erloschen sein.
- Souvenirs der DFB ‚unter die Leute bringen‘: So gingen letztes Jahr z.B. 149 Pakete Teigwaren, 44 Kalender, 31 Taschen und Rucksäcke und vieles mehr über den Markttisch.
- Geld für die DFB AG (Lieferantin der Souvenirs) und unseren Verein einnehmen: So haben wir im Souvenirshop der DFB für fast Fr. 3'000.- Waren bezogen. Für ‚uns‘ blieben unter dem Strich nebst ca. Fr. 1'100.- vom Verkauf auch Fr. 277.60 an Spenden ‚hängen‘. Hiervon wurden u.a. die Marktausgaben (zwischen Fr. 0.-- und 200.--) und die Kosten und Spesen von verschiedenen Anlässen (HV, Helfer Anlass, Besichtigung Zuckerfabrik, Vorstandssitzungen) getragen.

An diesen 11 Märkten teilnehmen hiess u.a. je 11-mal:

- Teilnahme anfragen und buchen
- Helfer suchen
- Allfälliges Material nachbestellen
- Kleingeld und Kontrollliste bereitstellen
- Am Morgen das Material und falls nötig den Stand ins Auto verladen
- Zum Marktort fahren – Standort suchen
- Ausladen – Auto parkieren
- Stand aufbauen und einrichten
- Verkaufen, Beraten, Leute anquatschen, Reden, Reden, Reden
- Standkosten (Platzmiete, Stand, Werbebeitrag, usw.) bezahlen
- Alles zusammenräumen, Auto holen, Material verladen
- Heimfahren, Material versorgen, Abrechnung erstellen



Zum Glück durfte ich an einzelnen Tagen auf die Mithilfe von Bollingers, Theo, Erika, Pierre und Ursula zählen – besten Dank. Für weitere Helfer/innen hätte es noch Platz.

Abschliessend für 2018 möchte ich allen Helferinnen und Helfern für Ihre Unterstützung herzlich danken und alle künftige Helfer/innen ermuntern den Schritt an die Werbefront zu wagen – auf Werbung zu verzichten ist wie die Uhr anzuhalten um Zeit zu sparen und führt unweigerlich zu einer steten Abnahme unserer Mitgliederzahlen.

Zum Schluss wage ich noch einen Blick in die Zauberkuugel – sprich in die Zukunft:

Werbeauftritte:

Für dieses Jahr sind – nebst Treberwurstessen und HV – wiederum 10 Werbestände geplant (einzelne können noch spontan dazukommen). Einzelheiten findet Ihr im Jahresprogramm (die bestätigten Werbeauftritte findet man ebenfalls in der Agenda auf unserer Homepage).

Werbekost:

Unser aktueller Werbekost ist zum Transport recht sperrig und mit dem Plastikfoliendach auch nicht sehr repräsentativ. An den Brienzer Dampftagen konnten wir ein Partyzelt mit Festtisch mieten (siehe 2. diesem Bericht). Zusätzlich habe ich in einem Bericht in den Sektionsnachrichten das neue Werbezelt der Aargauer gesehen.



Dies hat mich auf die Idee gebracht vom bestehenden Stand den Tisch (2.5 x 1.05m) umzubauen (Alfred Schönthal hat dies verdankenswerterweise bereits erledigt) und als Oberbau ein 3x3m grosses Partyzelt zu beschaffen. Dies sieht recht professionell aus und bietet maximale Flexibilität. Ein entsprechender Betrag ist im Budget vorgesehen.



Material:



Natürlich wird nebst einem Platz an einem Markt, einem Stand, einem Zelt und Personal auch Material benötigt: Was verkauft wird braucht nicht nur den Blick in die Kristallkugel, sondern noch eine gehörige Portion



‚Kaffeersatzlesen‘. Mal macht buchstäblich das Kleinvieh den Mist, und mal wollen alle Baseballcaps oder Magnete. So muss man immer von allem etwas da haben. Dazu kommen noch ca. 6'000 Fahrpläne und diverse Unterlagen, Flyer und Prospekte (fürs ganze Jahr) und das ‚übliche Standmaterial‘ (Dekomaterial, Prospektständer, Packmaterial, Schnur, usw. usw.).



Abschliessend bleibt mir nochmals allen zu danken welche im Marketing mitgeholfen haben.
PS: Der nächste Stand ist am 17.3. in Belp

*Euer Vizepräsident und Marketingleiter
Thomas Gehri*