

Bad Ischl kontrolliert das Wetter

In Bad Ischl werden erstmals Frequenzdaten mit Daten aus aktuellen Wettermessungen kombiniert.

In Bad Ischl wurde im November 2009 eine moderne Frequenzmessanlage in Betrieb genommen. Als erste Stadt Österreichs entschied sich der Ort im Salzkammergut, aktuelle Messwerte einer Wetterstation in die Personenzählung einfließen zu lassen. Aus den Ergebnissen dieser Untersuchung werden im Laufe des Jahres wichtige Erkenntnisse über die Verhaltensänderung der PassantInnen bei unterschiedlichen Wetterlagen erwartet.

Permanente Frequenzzählungen liefern wichtige Daten zur Erfassung von KundInnenströmen, die wiederum wichtige Kennzahlen für die Ansiedelung neuer Gewerbe- und Handelsbetriebe darstellen. Zusätzlich bilden sie die Grundlage für die Analyse von innerstädtischen Aktionen und Veranstaltungen wie etwa Märkte, Umzüge, Events, etc. Hier spielt die Kombination aus den Daten der Frequenzzählung und den Wetterdaten eine wichtige Rolle.

Wetter spielt wichtige Rolle bei Veranstaltungen

Stichhaltige Rückschlüsse auf den Erfolg solcher Veranstaltungen können nur unter Berücksichtigung und Einbindung von Wetterdaten gemacht werden. Erich Fasching, Geschäftsführer des Stadtmarketing in Bad Ischl ist von der Wichtigkeit der Berücksichtigung der Wetterdaten überzeugt: „Eine Analyse ohne eine Einbindung von Wetterdaten würde verwässerte Ergebnisse liefern.“

Stellt man sich eine Freiluftveranstaltung vor, während der es regnet, wären die Ergebnisse der Frequenzzählung innerhalb des Zeitraumes der Veranstaltung in einem völlig anderen Kontext zu betrachten als bei Schönwetter. Würde man desweiteren Rückschlüsse auf den Erfolg dieser Veranstaltung nur auf Grund des schlechten Wetters treffen, wäre auch dieses Ergebnis wenig aussagekräftig, da ein Referenzwert fehlen würde. Nur durch den Vergleich mit den Frequenzzahlen anderer Regentage kann eine sinnvolle Aussage über das Event und dessen Erfolg getroffen werden. Ebenso könnte ein heißer Sommertag in einer Seenregion zum Baden verlocken und eine sinkende innerstädtische Frequenz zur Folge haben.

Erich Fasching: „Umgekehrt erhoffen wir uns anhand der kombinierten Daten natürlich auch Rückschlüsse darauf, ob typische Sehenswürdigkeiten bei Schlechtwetter auch wirklich zusätzliche Frequenz bringen. In diesem Zusammenhang seien die Kaiservilla, das Café Zauner oder die Lehárvilla genannt.“

Aus der Evaluierung dieser Datenkombinationen können dann eventuell spezifische Marketingmaßnahmen abgeleitet werden.

Die Sammlung der Wetterdaten sollte grundsätzlich standardisiert und permanent erfolgen. Details spielen eine große Rolle, beispielsweise kann Bewölkung, an einem sonst warmen Sommertag, bereits weniger Badegäste und mehr StadtbesucherInnen zur Folge haben. Lückenhafte oder ungenaue Wetterdaten würden deshalb abermals zu trügerischen, und mitunter falschen Aussagen führen.

Über das Stadtmarketing Bad Ischl

Die Stadtverwaltung Bad Ischl, der Tourismusverband sowie zahlreiche Wirtschaftsbetriebe finanzieren eine eigene Stadtmanagement-Gesellschaft. In der derzeitigen Ausbauphase arbeiten im Stadtmanagement 2 Personen, in einem von allen Akteuren der Stadt gemeinsam definierten Aufgabengebiet aus Stadtentwicklung und Stadtmarketingaktivitäten am weiteren Aufschwung der

Stadt. Das Stadtmarketing Bad Ischl versteht sich deshalb unter anderem als Bindeglied zwischen Stadtverwaltung, Tourismus und der Wirtschaft.

Links: www.kaiserstadt.info (ab 1.2.2010) / www.teamschaffner.at