

## Ein neuer Marketing-Budgetierungsprozess für die Niederösterreich Werbung

Utl.: Die Verteilung des Marketingbudgets ist für jedes Unternehmen von essentieller Bedeutung. Wie viel investiere ich in jeden Markt, um den größtmöglichen Nutzen zu erzielen? =

Wien (TP/OTS) - Die Niederösterreich Werbung verwendet ab heuer für diese wichtige Entscheidung das GMPI Modell, welches von MANOVA im Auftrag der Österreich Werbung entwickelt wurde.

Die zukünftigen Budgets werden damit in einem mehrstufigen Prozess evaluiert und effektiver auf die einzelnen Märkte verteilt. Um Besonderheiten des niederösterreichischen Tourismus wie den Ausflugs-tourismus zu berücksichtigen, passte MANOVA das ursprüngliche Modell an die spezifischen Anforderungen an.

Die Niederösterreich Werbung profitiert dadurch von einem direkt nachvollziehbaren Budgetverteilungsindikator, der nicht wie bisher allein auf Nächtigungs-zahlen basiert, wodurch sich Märkte wesentlich objektiver und zukunftsorientierter beurteilen lassen.

Somit lassen sich Fragen, ob die Werbemittel auf dem jeweiligen Markt effektiv eingesetzt wurden, wie hoch die zukünftigen Chancen in einzelnen Märkten sind und wie das Budget verteilt werden soll nachvollziehbar beantworten. So kann schließlich das zentrale Problem der effektivsten Budgetverteilung gelöst werden.

Die Niederösterreich Werbung hat mit MANOVA einen kompetenten Partner gefunden, um ein für alle Beteiligten transparentes Modell zu entwickeln, das es ermöglicht, jeden Budgetbeschluss auch in Zukunft eindeutig und einheitlich zu argumentieren und in weitere Folge zu evaluieren.

### Rückfragehinweis:

Philipp Nowotny

MANOVA GmbH

Trautsongasse 8

A-1080 Wien

Tel.: +43 (0)1 710 75 35 12

philipp.nowotny@manova.at

<http://www.manova.at>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/4978/aom>

\*\*\* TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT \*\*\*

TPT0003 2011-03-29/11:43

291143 Mär 11

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20110329\\_TPT0003](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20110329_TPT0003)