

Checkliste Geldauflagenmarketing

- Analyse des regionalen Marktes für Geldauflagen
- Entscheidung der Leitung, sich in diesem Feld zu engagieren
- Benennung eines Beauftragten für Geldauflagenmarketing
- Eröffnung eines eigenen Kontos für die Zuweisungen
- Eintrag in die regionale oder überregionale „Bußgeldliste“
- Stakeholdernalyse: Kontakte zu Zuweisern in der eigenen Organisation
- Festlegung der Verwaltungsabläufe
- Druck von Überweisungsträgern und Adressetiketten
- Strategie für eine regelmäßige Information und Bindung der Zuweiser
- Erste Evaluation nach den ersten beiden Jahren
- Aktualisierung des Eintrags in die „Bußgeldliste“