

Fallstudie Blausee

Der Blausee ist ein bekanntes Ausflugsziel im Kandertal im Berner Oberland. Das Angebot umfasst Bootsfahrten, romantische Spazierwanderwege, Picknickplätze, Kinderspielplätze und ein gepflegtes Restaurant mit 17 Gästebetten. Einzigartig ist die Menükarte mit der bis über die Landesgrenze hinaus bekannten "Blausee-Forelle".

Jeweils von Mitte Oktober bis Mitte November wird der Blausee leergefischt. Zum "Leerfischen" pilgern jeweils Hunderte von Hobby- und "Möchte-gern-Fischern" an den Blausee. Jung und Alt können ohne ein Patent so viele Fische aus dem Wasser ziehen wie nur möglich. Die gefischten Fische werden gewogen und pro Kilo Lebendgewicht bezahlt der erfolgreiche Fischer einen Preis.

1. Situationsanalyse

1.1. Mitbewerbersituation

Der Blausee ist in der Schweiz der einzige Betrieb, welcher ein "Leerfischen" als professionelles Geschäft betreibt. Daher sind für diesen Event kaum Mitbewerber vorhanden. Als Mitbewerber müssen aus aktueller Sicht wohl andere, bekannte Ausflugsziele der Schweiz und des nahen Auslands bezeichnet werden.

1.2. Chancen

Verkehrstechnisch gut gelegen, nahe der Zentren Thun und Bern. Mitglied der neuen Marketingdestination "Ferienregion Lötschberg" mit den Partnern BLS, (Bern-Lötschberg-Simplonbahn) Kandersteg Tourismus und Lötschental Tourismus

Der Blausee liegt idyllisch in einer einmaligen Naturlandschaft.

1.3. Stärken

- Der Blausee ist bereits bekannt und genießt einen guten Ruf als Ausflugsziel und Restaurantbetrieb
- Aufgestellte motivierte Mitarbeiter

1.4. Schwächen

Bis heute eher passiver Marktauftritt.

2. Budget

Das Werbe- und Verkaufsförderungsbudget darf den Maximalbetrag von Fr. 50'000.-nicht überschreiten.

Für den einzigartigen Event "Leerfischen" (siehe Zeitungsartikel) wurde in der Vergangenheit kaum Werbung betrieben. Sie werden vom Geschäftsführer als Marketingverantwortliche(r) angestellt. Sie sollen nun für das "Leerfischen" im nächsten Jahr (Herbst t-0) eine Werbeplanung (-konzept) zusammenstellen (Aufgabe 1 bis 2). Die anderen Aufgaben beziehen sich auf das Restaurant und das Ausflugsziel Blausee.

Aufgaben:

1. Zielgebilde

- 1.1. Definieren Sie fallbezogen die Werbeziele für den Event "Leerfischen" .
- 1.2. Nennen Sie mindestens 3 mögliche Zielgruppen (wem) für die "Leerfischaktion". Segmentieren Sie die Zielgruppen so genau wie nur möglich. Gewichten Sie die Zielgruppen und begründen Sie Ihren Entscheid.
- 1.3. Wo definieren Sie den Zielraum (wo?) Begründen Sie Ihren Entscheid.

2. Massnahmen

- 2.1. Welche Werbe- oder/und Verkaufsförderungsmassnahmen (Werbe- oder Verkaufsförderungsmitteln) sehen Sie. Machen Sie einen Intermediavergleich.
- 2.2. Alle Marketingaktivitäten müssen nach erfolgter Umsetzung kontrolliert und gemessen werden können. Nennen Sie Kontrollmöglichkeiten. (4 Punkte)

3. Leistung/Preis

- 3.1. Der Blausee hat auch einen 2-Sternhotelbetrieb mit insgesamt 38 Betten (8 EZ und 15 DZ). Preis: Zimmer Frühstück Fr. 70.00 pro Person, Halbpensionszuschlag Fr. 25.--, Einzelzimmerzuschlag Fr. 15.-. Welche möglichen Preisdifferenzierungen stehen Ihnen zur Verfügung, um die vorhandenen Kapazitäten über den Preis besser auslasten zu können? Nennen Sie drei wichtige Preisdifferenzierungen und begründen Sie.
- 3.2. Nennen Sie geeignete Distributionsmöglichkeiten und beschreiben und begründen Sie diese.

4. Inserat

- 4.1. Sie schalten ein Inserat für das Ausflugsrestaurant Blausee. Die Grösse des Inserates entspricht einer viertel Zeitungsseite 4-farbig. Sie auf was bei der Inseratengestaltung zu achten ist. Für das Gespräch mit dem Graphiker entwickeln Sie einen Vorschlag. Formulieren Sie textliche Komponenten im Inserat. Begründen Sie Ihre Antwort.