

Fallstudie zur Vorbereitung auf die eidg. Marketingplanerprüfung FA

Bei nachstehender Fallstudie handelt es sich um
eine Adaption der eidg. Fallstudie zu den
Marketingplaner-Prüfungen 2007 „Werbung“

Neu: Integrierte Kommunikation

Zeit: 180 Minuten

VW Touran 2.0 Eco Fuel

Zur Lösung der Fallstudie sind als Hilfsmittel Schreibwaren und
Rechenmaschinen erlaubt.

Im Interesse der Lesbarkeit wurde darauf verzichtet, bei
Personenbezeichnungen jedes Mal auch die weibliche Form zu Schreiben.

Der Fallautor ist dem Schweizerischen Marketing Club bekannt. Das Copyright des
Originals liegt beim Fallautor.

Diese Aufgabe umfasst 8 Seiten. Bitte kontrollieren Sie, ob Sie diese
Aufgabe vollständig erhalten haben.

VW Touran EcoFuel: mit (Voll-) Gas voraus!



Ausgangslage

Erdgas ist ein natürlicher, umweltschonender Energieträger. Erdgas wird aus der Erde gefördert und durch ein unterirdisches Leitungssystem direkt zum Kunden transportiert. Mit Erdgas lässt sich heizen, Wasser erwärmen, kochen, grillieren, kühlen, Strom produzieren und Auto fahren.

In Zeiten hoher Mobilität erreichen die verkehrsbedingten Emissionen (insbesondere in städtischen Agglomerationen) hohe Belastungswerte. Gegenwärtig bietet sich Erdgas als einziger echter und wirtschaftlicher Problemlöser an.

Erdgas stellt damit eine sinnvolle und äusserst umweltfreundliche Alternative zu anderen Treibstoffen dar. Aufgrund seiner Eigenschaften birgt Erdgas nachweislich ein hohes Umweltpotenzial in sich und kann direkt auch im mobilen Bereich zur Reduktion von Russ-, Stickoxid-, CO₂- und Kohlenwasserstoff-Belastungen beitragen. Erdgasbetriebene Fahrzeuge geben 60 - 95 % weniger Schadstoffe an die Luft ab als Benzin und Dieselfahrzeuge.

Derzeit befindet sich der Markt für Erdgas-Fahrzeuge noch im Aufbau: Ende Januar 2006 verkehrten auf Schweizer Strassen 2'075 Erdgas-Fahrzeuge. Nr. 1 ist derzeit Fiat mit 705, gefolgt von Opel mit 584 und Volvo mit 225 verkauften Fahrzeugen. Im Vergleich: Ende 2005 waren in der Schweiz insgesamt 5'368'728 Fahrzeuge eingelöst.

AMAG und Volkswagen

Das Schweizer Unternehmen AMAG importiert und vertreibt Automobile der Marken VW, SEAT, Skoda, Audi, Porsche sowie VW-Nutzfahrzeuge. Mit einem Marktanteil von 21 % ist AMAG in der Schweiz Marktführer. Zur Gruppe gehört unter anderem auch die Mietwagenfirma Europcar. Zudem betreibt AMAG diverse öffentliche Parkhäuser. Die Gruppe beschäftigt zurzeit rund 3'350 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In allen drei Landesteilen verfügt AMAG über einen ungestützten Bekanntheitsgrad von über 80 % und hervorragende Imagewerte.

Jährlich werden in der Schweiz knapp 280'000 neue Personenwagen verkauft, davon rund 30'000 Volkswagen. Damit ist VW mit einem Marktanteil von knapp 11 % in der Schweiz die Nr. 1. Die Marke weist einen ungestützten Bekanntheitsgrad von 95 % auf, ebenso hervorragend präsentieren sich die Imagewerte von VW. Dies überträgt sich entsprechend auf den Preis: VW-Fahrzeuge sind im Schnitt 3 - 5 % teurer als vergleichbare Konkurrenzprodukte.

Das Vertriebssystem

Das VW-Sortiment wird in der Schweiz von 120 A-Händlern (davon 40 AMAG-Filialen) sowie 240 Servicepartnern vertrieben und betreut. Sechs VW-Regionalleiter der AMAG besuchen die A-Händler zwei Mal monatlich. Zusätzlich werden deren Markenverantwortliche zwei bis drei Mal jährlich zu einer VW-Markentagung eingeladen. Die Servicepartner sind hauptsächlich auf den Werkstattbetrieb ausgerichtet und tragen zum Absatz der Marke VW nur gerade 20 % bei. Die Servicepartner werden von den VW Regionalleitern ein Mal pro Jahr besucht und einmal jährlich zu einer Partnertagung eingeladen.

Der Erdgas-VW Touran

Im Juli 2003 in der Schweiz eingeführt, hat der VW Touran in kürzester Zeit die Marktführerposition im Markt der so genannten "Multi Purpose Vehicles" (Mehrzweckautos) im Segment der Kompakt-Klasse eingenommen. Der VW Touran ist ein ebenso komfortabler wie vielseitiger Kompaktvan. Mit bis zu sieben Sitzen und einem großzügigen Raumangebot bietet er jede Menge Platz für alles und jeden. Dank seines durchdachten Innenraumkonzeptes mit verschiebbaren, mehrfach klappbaren und herausnehmbaren Einzelsitzen, seinem umfassenden Komfortangebot und seinem attraktiven Design ist er das optimale Fahrzeug für Familien, Vielfahrer und Freizeitfahrer.

Dieses außerordentlich erfolgreiche VW-Modell soll nun die Basis für eine weitere Erfolgsgeschichte legen: den Touran 2.0 EcoFuel. Nachdem im Februar 2007 die Automobilfachpresse mit dem Touran 2.0 EcoFuel einen ersten Kontakt und Probefahrten durchführen können, soll das neue Modell anfangs März 2007 am Automobilsalon in Genf dem breiten Publikum vorgestellt werden.

Ausschliesslich mit Erdgas betrieben, dessen Tank eine Reichweite von ca. 600 km erlaubt, verfügt das attraktive Fahrzeug nur über einen kleinen Benzin-Nottank, falls ausnahmsweise keine Erdgastankstelle in der Nähe zu finden sein sollte. Ansonsten entsprechen Ausrüstungs- und Ausstattungsvarianten des Touran 2.0 EcoFuel den bekannten Benzin- und Dieselmotoren: Conceptline, Traveller, Trendline, Highline.

Folgende zusätzliche Vorteile sprechen für den VW Touran 2.0 EcoFuel:

- Deutlich reduzierter Schadstoffausstoss
- 50 % geringere Geräuschemissionen im Vergleich zu Diesel
- Geringerer Ausstoss von Stickoxiden (NOx) und Kohlenmonoxid (CO)
- Kaum messbare Partikelemissionen
- 25 % niedriger CO₂-Ausstoss
- Keine Benzolemissionen

Der VW Touran 2.0 EcoFuel ist bereits ab CHF 34'270.-- erhältlich. Die schweizerische Erdgasvereinigung unterstützt den Kauf von Erdgas-Fahrzeugen zusätzlich mit ca. CHF 3'000.--. Damit entspricht der Verkaufspreis des VW Touran 2.0 EcoFuel ungefähr einem Benzinmodell, bzw. liegt sogar etwas darunter.

Fazit: Der VW Touran 2.0 EcoFuel erfüllt als ökologischer, flexibler Allrounder die Bedürfnisse der Käufer, die ihr Leben aktiv und abwechslungsreich gestalten möchten; es ist das hochwertigste Fahrzeug seiner Klasse und überzeugt mit einem einzigartigen Konzept, welches an Flexibilität und Variabilität nicht zu überbieten ist. Dies verschafft diesem neuen Modell von Volkswagen eine hervorragende Ausgangslage, besonders unter Berücksichtigung der Rangfolge von Kaufgründen bei "Multi Purpose Vehicles":

1. Funktionalität / Variabilität	62 %
2. Raumangebot / Grösse	33 %
3. Design	29 %
4. Preis / Gegenwert	28 %
5. Bedienung / Komfort	21 %
6. Praktisch allgemein	16 %

Die Zielgruppen

Grundsätzlich ist festzustellen, dass bei den Autokäufern die Markentreue und sogar auch die Treue zum Modell abnehmen. Dies bedeutet, dass nicht nur die Marke deutlich häufiger als früher gewechselt wird, sondern auch das Modell: Ein Cabriolet folgt auf den Kompaktwagen, anschliessend wird ein Kombi gekauft, etc, Ausserdem hat das Medium Internet deutlich dazu beigetragen, dass die Käufer heute mit klaren Vorstellungen zu Modell, Ausstattung und Preis den Händlern gegenüber treten und damit wesentlich weniger Beratung benötigen als früher.

Bis zum heutigen Tag sind vor allem öffentliche Verwaltungen und Behörden Hauptabnehmer von Erdgas-Fahrzeugen. Ebenso Unternehmen, welche sich in unterschiedlicher Form mit dem Thema Ökologie auseinandersetzen und Erdgas-Fahrzeuge vorwiegend aus Imagegründen beschaffen.

Neu sollen nun Privatpersonen motiviert werden, einen Touran 2.0 EcoFuel zu beschaffen. Noch existieren hemmende Faktoren, wie ein verhältnismässig kleines Erdgasversorgungsnetz. Dieses Tankstellennetz wird von der Erdgasindustrie allerdings derzeit mit grossem Aufwand ausgebaut. Bereits seit Ende 2006 stehen den Erdgas Automobilisten ca. 100 Tankstellen in der Schweiz zur Verfügung, Tendenz stark zunehmend. Dasselbe gilt für das benachbarte Ausland. Solche Hemmungen gilt es, verbunden mit der Beschreibung der vielfältigen Vorzüge des Touran 2,0 EcoFuel, kommunikativ abzubauen.

Aufgabenstellung

Die ersten VW Touran 2.0 EcoFuel werden im Juli 2007 im Handel platziert. Vor den Sommerferien müssen sämtliche Massnahmen zu Gunsten des Handels abgeschlossen sein. Anfangs September 2007 soll der Start der Endverbraucher-Kommunikation erfolgen.

Als Kommunikationsmanager der Marke Volkswagen bei AMAG sind sie beauftragt, ein Kommunikationskonzept zur Lancierung des Touran 2.0 EcoFuel zu entwickeln. Ziel ist es, innerhalb Jahresfrist die Nummer 1 im Segment der Erdgas-Fahrzeuge zu werden und damit die starken Mitbewerber Fiat und Opel deutlich zu distanzieren. Diese beiden Marken sind in den Köpfen der bisherigen Erdgasfahrzeug-Nutzer gut verankert. Insbesondere von Fiat ist bekannt, dass das Unternehmen nach einer erfolgten aggressiven Markteinführung eine neue Kommunikationskampagne realisieren wird.

Struktur: Für die Entwicklung des Kommunikationskonzeptes zur Lancierung des Touran 2.0 EcoFuel stehen Ihnen die verschiedenen Kommunikationsabteilungen der AMAG zur Verfügung.

Zur Realisierung steht Ihnen ein Gesamtbudget von CHF 950'000.- zur Verfügung. Aus diesem Budget sind auch Massnahmen zu finanzieren, welche auf den Handel ausgerichtet sind.

Aufgabe 1a

6 Punkte

Nennen und beschreiben Sie 4 relevante Zielgruppen, welche Sie bearbeiten wollen.

Aufgabe 1b

6 Punkte

Beschreiben Sie die Zielgruppe der Endgebraucher nach den Ihrer Ansicht nach relevanten Kriterien. Achten Sie insbesondere darauf, dass Sie die Zielgruppe in Bezug auf Einstellung, Motive und Bedürfnisse möglichst bildhaft beschreiben.

Aufgabe 2

6 Punkte

Beschreiben Sie die Zielsetzungen, welche mit dieser Kampagne erreicht werden sollen. Beschränken Sie sich dabei auf die Zielgruppe der Endgebraucher und achten Sie insbesondere auf Relevanz, Aussagekraft und Messbarkeit der beschriebenen Ziele.

Aufgabe 3**11 Punkte**

Formulieren Sie die Copy-Plattform für die von Ihnen in Aufgabe 1b definierte Zielgruppe. Strukturieren Sie Ihre Antworten nach folgenden Punkten:

- Strategische Schwerpunkte
- Haupt- und Nebenbotschaft
- Positionierung
- USP / UAP
- Consumer Benefit / Product Benefit

Aufgabe 4**11 Punkte**

Beschreiben Sie die Mediastrategie und entwickeln Sie einen Mediaplan. Verzichten Sie auf eine Beschreibung der Mediazielgruppe und die Entwicklung des Intermediavergleichs. Wählen Sie die Ihrer Ansicht nach relevanten Medien und begründen Sie Ihre Entscheidung.

Aufgabe 5**10 Punkte**

In Ihrer Funktion als Kommunikationsmanager der Marke Volkswagen bei AMAG sind sie bestrebt, den Gedanken der integrierten Kommunikation umzusetzen. Im Rahmen der Lancierung des neuen VW Touran 2.0 EcoFuel machen sie sich auch Gedanken zum Planungsmodell der IK. Welches Modell entspricht Ihrer Situation? Beschreiben und begründen Sie Ihre Wahl!

Aufgabe 6**12 Punkte**

Wie könnte eine inhaltliche, formale und zeitliche Integration der in Aufgabe 4 eingesetzten Massnahmen aussehen?

Aufgabe 7**8 Punkte**

Zeigen Sie mögliche Gefahren / Barrieren zur Umsetzung der Integrierten Kommunikation auf.

Aufgabe 8**11 Punkte**

Beschreiben Sie, mit welchen absatzfördernden Massnahmen Sie den Handel bearbeiten wollen. Diese sollen insbesondere dazu dienen, die Verkäufer zu motivieren und heutigen Fiat- und Opel-Fahrern den Touran 2.0 EcoFuel zu verkaufen. Begründen Sie Ihre Entscheide.

Aufgabe 9**4 Punkte**

Erstellen Sie einen realistischen Zeitplan für die Kommunikationsmassnahmen.

Aufgabe 10**7 Punkte**

Erstellen Sie ein vollständiges und detailliertes Budget für Konzeption und Realisierung sämtlicher beschriebenen Kommunikationsmassnahmen.

Aufgabe 11**8 Punkte**

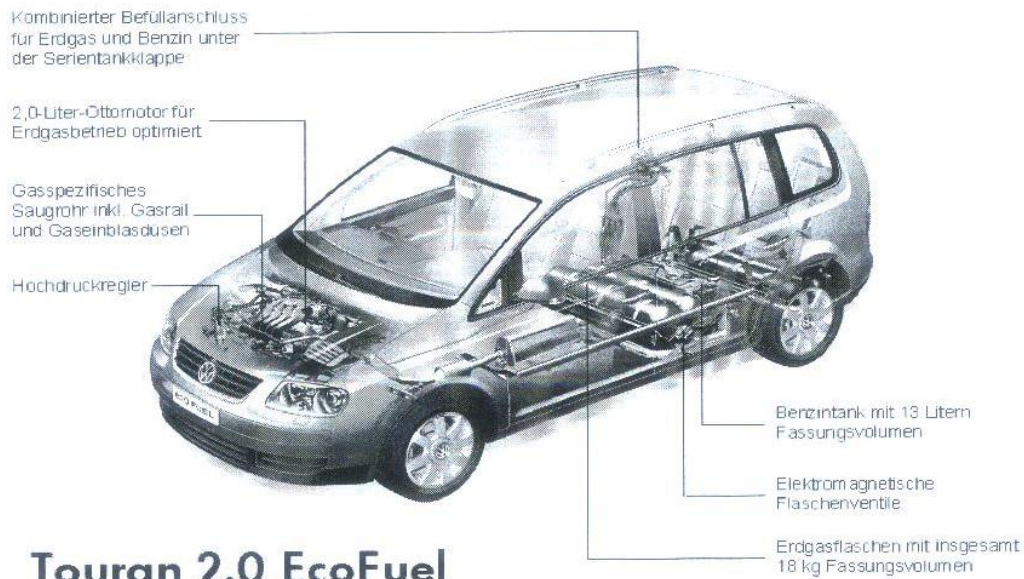
Im Rahmen der Kommunikationsplanung zur Lancierung des neuen VW Touran 2.0 EcoFuel machen Sie sich auch Gedanken über ein mögliches Sponsoringengagement. Um die entsprechende Abteilung mit einem konkreten Auftrag zur Erarbeitung eines Sponsoringkonzepts beauftragen zu können, machen Sie sich vorab Gedanken über mögliche, sinnvolle und erfolgsversprechende Sponsoringobjekte. Erstellen Sie zu diesem Zweck einen Kriterienkatalog, nach welchem die Auswahl der Projekte erfolgen soll.

Punkteraster

Aufgabe 1a	6 Punkte
Aufgabe 1b	6 Punkte
Aufgabe 2	6 Punkte
Aufgabe 3	11 Punkte
Aufgabe 4	11 Punkte
Aufgabe 5	10 Punkte
Aufgabe 6	12 Punkte
Aufgabe 7	8 Punkte
Aufgabe 8	11 Punkte
Aufgabe 9	4 Punkte
Aufgabe 10	7 Punkte
Aufgabe 11	8 Punkte

Total**100 Punkte**

Anhang 1: Factsheet VW Touran 2.0 EcoFuel



Touran 2.0 EcoFuel



Facts and Figures

- Dimensionen: Länge 4'391 mm, Breite 1'794 mm, Höhe 1'635 mm. Kofferraum min. 6951, max. 1'989
- Motor: 4 Zylinder, 1'978 ccm Hubraum
- Leistung: Erdgas 80 kW/109 PS, Benzin 75 kW/102 PS
- Kraftstoffverbrauch: 8.6 m³ Erdgas, 8.61 Benzin
- Fahrleistung: Höchstgeschwindigkeit 180 km/h
- Gewicht: Leergewicht 1'713 kg, Nutzlast 467 kg, zulässiges Gesamtgewicht 2'180 kg
- CO₂-Emissionen: Erdgas 155 g/km, Benzin 196 g/km
- Richtpreis Grundausstattung: VW Touran 2.0 EcoFuel Conceptline: CHF 34'270.- inkl. MwSt.