

Fallstudie zur Vorbereitung auf die eidg. Marketingplanerprüfung FA

Bei nachstehender Fallstudie handelt es sich um die eidg.
Fallstudie zu den Marketingplaner-Prüfungen 2005

im Prüfungsfach

Verkaufsförderung

Zeit: 120 Minuten

Toscana

Zur Lösung der Fallstudie sind als Hilfsmittel ein Prüfungsordner, 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.

Diese Aufgabe umfasst 10 Seiten. Bitte kontrollieren Sie, ob Sie diese Aufgabe vollständig erhalten haben.

Tourismus in der Toscana

Ein Bekannter Ihrer Familie weiss um Ihre Ausbildung zum Marketingplaner. So bittet er Sie um Unterstützung für sein „Agriturismo“ in der Toscana (Agriturismo ist die Bezeichnung für ehemalige Bauernhöfe mit Wein- und Olivenölproduktionen, heute zu Ferienresidenzen umgebaut). Mit konkreten Verkaufsförderungs-Aktivitäten für den Markt Schweiz wollen Sie gemeinsam den Umsatz für die Saison 2005 steigern.

Villa a Sesta

Das Agriturismo besteht aus 10 Apartmentwohnungen, verteilt auf 2 Gebäude: Im Borgo befinden sich 6 Wohnungen, alle mit kleiner Terrasse oder Garten. In der Casa Palei befindet sich ein grosser Innenhof und die weiteren 4 Wohnungen. Alle Wohnungen sind geschmackvoll eingerichtet und die Möbel entsprechend dem toskanischen Landleben. Alle Apartments verfügen über eine eigene Küche und pro Schlafzimmer ein Badezimmer. Die modernen Badezimmer sind mit schönen italienischen Fliesen (Bodenplatten) ausgelegt. Die Wohnungen sind unterschiedlich von 2 bis 6 Personen bewohnbar. Zur Anlage gehören 2 Schwimmbäder mit einer traumhaften Sicht auf Siena.

Das Dorf Villa a Sesta besitzt neben 2 Restaurants ein kleines Café, in welchem einfache, toskanische Kost angeboten wird, sowie das mit einem Michelin Stern ausgezeichnete Erstklass Restaurant „La Bottega del 30“. Dieses betreibt eine Kochschule, die fast ausschliesslich von amerikanischen Gästen benutzt wird. Villa a Sesta produziert eigenen Rotwein „Chianti Classico“ und „Riserva“, sowie ein sehr beliebtes Olivenöl. Weiter befindet sich dort ein grosser Spielplatz mit einem Volleyball Netz. Im Dorf leben rund 60 Einheimische, vor allem ältere Leute.

Die Saison dauert von Anfang März bis und mit Ende Oktober, die Hauptsaison während den Monaten Juli und August.



Borgo



Villa a Sesta



Casa Palei

Villa a Sesta liegt rund 18 km nördlich von Siena, mitten im Chianti Classico Gebiet. Für Weinliebhaber ein prädestinierter Ausgangspunkt für zahlreiche Weingutsbesuche (Schloss Brolio, Dievole, Rietine, ect.).

Für Sportbegeisterte ist die Umgebung ein Paradies. Fahrradfahrer (Mountainbiking oder Strassentouren), Jogger und Wanderer kommen in den Genuss der traumhaften Landschaft. Weiter bestehen Reitmöglichkeiten und Heissluftballon-Fahrten.

Die Umgebung von Villa a Sesta

Die nächstgelegene Stadt (30 Minuten) ist Siena, das Herz der Toscana. Siena hat rund 50'000 Einwohner und lebt vor allem vom Tourismus. Sie bietet mit ihrer einzigartigen Bauweise aus dem Mittelalter zahlreiche Sehenswürdigkeiten. Kirchen und viele Ausstellungen verschiedener Museen machen Siena zu einer interessanten Destination.

Gerade im Sommer ist das Stadtmarketing von Siena sehr aktiv. So finden in den Monaten Juni, Juli und August zahlreiche Veranstaltungen statt: Verschiedene Konzerte (klassische Musik, Auftritte italienischer Popstars, Jazzwoche im August) sind meist kostenlos. Weiter verfügt Siena über ein Openair Kino in der Festung. Die Höhepunkte sind sicherlich die beiden berühmten Pferderennen (Palio) auf dem Hauptplatz, die jedes Jahr am 2. Juli und am 16. August von rund 40'000 Zuschauern (Einheimischen und Gästen) verfolgt werden.



Für Kunstliebhaber und Interessierte an Stadt und Land liegt Villa a Sesta für weitere Destinationen sehr zentral:

- Pisa 140 km
- Florenz 63 km
- Rom 240 km

Auch auf Wellness muss nicht verzichtet werden: In nächster Nähe befindet sich die „terme die Rapollano“, wo zusätzlich zu den Thermen klassische Massagen und ein türkisches Bad angeboten werden. Die Terme bietet während den Sommermonaten berühmte Opernaufführungen, was in diesem Ambiente ein ganz spezielles Erlebnis ist.

Der Markt und die Konkurrenz

Die Toscana erlebte in den vergangenen 10 Jahren einen richtigen Boom. In der letzten Zeit stagnierte der Markt und die Konkurrenz an Agriturismo Angeboten ist gewaltig gewachsen. Allein in der Toscana befinden sich rund 2'800 Angebote unterschiedlichster Qualität.

Das Kunden Portefeuille von Villa a Sesta

Die Gäste kommen meist aus der Schweiz, Deutschland und Amerika, ferner Frankreich und England. Der Anteil der Schweizer ist heute auf rund 50% gesunken.

Sind es in der Hochsaison meist Familien mit Kindern, ist die Nebensaison sehr beliebt bei kinderlosen Paaren, welche den Ort als Ausgangspunkt für Ausflüge nutzen, oder sich einfach am Pool erholen wollen. Viele Gäste schätzen auch, dass in Villa a Sesta Hunde willkommen sind, was in der Toscana sonst eher ein Problem ist.

Die meisten Gäste kommen mit dem Privatauto nach Villa a Sesta oder nehmen sich ein Mietauto am Flughafen von Florenz, Rom oder Pisa. Der öffentliche Verkehr ist nicht sehr gästefreundlich. Nach Siena fährt der Bus von Villa a Sesta beispielsweise gerade 2 Mal pro Tag, einer davon bereits morgens um 7 Uhr.

Die Umsätze von Villa a Sesta der vergangenen Jahre präsentiert sich wie folgt:

Jahr	Umsatz total in €	Ø- Kurs €	Umsatz total in CHF	davon Schweizer (Anzahl Personen)
2002	135'000	1.60	216'000	290
2003	115'000	1.55	178'250	250
2004	85'000	1.55	131'750	150

Verkaufsförderung

Ihr Freund organisiert vor Ort geführte Tages-Biketouren und Wanderungen mit kleineren Gruppen. Weiter findet jeweils in der Hauptsaison eine Weingustation vor Ort statt, die von fast allen Gästen besucht wird. Mit einem Unkostenbeitrag von € 10.— erhalten die Teilnehmer während der Führung durch das Weingut Insiderwissen über die Wein- und Oelproduktion von Villa a Sesta.

Werbung 2005

Ihr Bekannter wirbt in der Schweiz seit Jahren in verschiedenen Zeitungen und Zeitschriften mit Kleininseraten. Direktmarketing betreibt er nicht und bezüglich PR ist er nicht aktiv.

Das Werbebudget in Print für das Jahr 2005 beträgt: CHF 30'000.--. Vorgesehen sind die Printmedien-Titel Tages-Anzeiger, Sonntagszeitung und Annabelle mit jeweils einem Spalteninserat (Kleininserat): Toscana, Feriendomizil mit dem „Call-to-action“ www.toscanaferien.it

Das Internet (siehe Seite 6-9)

Der Internetauftritt (deutsch und englisch) ist seit Bestehen noch nie überarbeitet worden. Und trotzdem ist der Anteil der Buchungen über das Web in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Er besteht aus den folgenden Seiten:

- | | |
|-------------------------|---|
| Welcome-Einstiegsseite: | Sie beschreibt die Ferienanlage und zeigt das grosse Schwimmbad sowie eine Aufnahme des Borgo. |
| Wohnungsseite: | Sie erklärt die beiden Häuser und beschreibt im Detail jede Wohnung mit Angaben der nutzbaren Wohnfläche. |
| Informationsseite: | Sie enthält den Anfahrtsplan und Eckdaten zu An- und Abreise. |
| Preislisten-Seite: | Diese gibt Auskunft über die Preise und enthält ein Anfrage-Formular für Offerten und Reservationen. |

Abgerundet wird der Internetauftritt mit einer Photogalerie (siehe Anhang mit Screenshots).

Internet: Die Welcome-Einstiegsseite

Villa a Sesta

Ein antikes typisches Chianti-Weindorf wir zu neuem Leben erweckt. Der Besitzer des Weingutes Villa a Sesta hat das Borgo und die Casa Palei komplett im regionalen Stil renoviert. Die Wohnungen sind geschmackvoll eingerichtet und die Möbel, zum Teil antik, zum Teil modern, entsprechen dem toskanischen Landleben. Die modernen Badezimmer sind mit schönen italienischen Fliesen ausgelegt. In allen Apartments ist eine Waschmaschine vorhanden und die Wohnungen sind mit Zentralheizung ausgestattet.



Villa a Sesta bietet in zwei Komplexen, dem Borgo und der Casa Palei, zehn Ferienwohnungen. Vom Pool aus bietet sich ein zauberhafter Ausblick auf Siena, zwischen Weinbergen und Olivenhainen. Eine ganz spezielle Adresse im Herzen des Chianti Classico. Es erwartet Sie ein lebendiges Dorf in idealer Ausgangslage für Ausflüge, Wanderungen und kulinarischen Erlebnissen.

Internet: Die Wohnungsseite

Casa Palei

Frei stehendes Haus am Dorfrand mit herrlicher Sicht über die Rebberge Richtung Siena. Grosser Innenhof mit schattigen Sitzplätzen für alle drei Wohnungen im Haupthaus und die eine Wohnung im Nebenhaus.

Wohnung A

Ebenerdige 4-Zimmer-Wohnung mit direktem Zugang zum Sitzplatz im Hof, Wohnküche, drei Schlaf- und zwei Badezimmer; Wohnfläche 78 m²; geeignet für vier bis sechs Personen.

Wohnung B

3-Zimmer-Wohnung im ersten Stock, Wohnküche, zwei Schlaf- und zwei Badezimmer (Dusche/WC, Bad/WC), eigener Sitzplatz im Innenhof; Wohnfläche 52 m²; geeignet für zwei bis vier Personen.

Wohnung C

5-Zimmer-Wohnung im ersten Stock, sehr grosse Wohnküche, drei Schlaf- und zwei Badezimmer, im Wohnzimmer kann die Sitzgruppe in ein Doppelbett umgebaut werden, kleine Terrasse; Wohnfläche 90 m²; geeignet für vier bis acht Personen.

Nebenhaus D

Ebenerdige 3-Zimmer-Wohnung mit direktem Zugang zum Sitzplatz im Innenhof, Wohnküche, Badezimmer, Schlafzimmer, Galerie mit zwei Betten; Wohnfläche 52 m²; geeignet für zwei bis vier Personen.

Borgo

Borgo Nummer 2

Ebenerdiges Haus mit grossem Wohn-Esszimmer, Schlafzimmer mit Doppelbett, separater Küche, Badezimmer mit Dusche/WC und Gartensitzplatz; Wohnfläche 57 m²; geeignet für zwei Personen.

Borgo Nummer 3

Ebenerdiges 3-Zimmer-Appartement, Küche mit Esstisch, Wohnraum mit Terrasse, zwei Schlafzimmer, Badezimmer mit Dusche/WC; Wohnfläche 60 m²; geeignet für zwei bis vier Personen.





Borgo Nummer 4

4-Zimmer-Appartement im Hochparterre mit kleiner Terrasse, Wohnküche, drei Schlafzimmer, zwei Badezimmer (Dusche/WC und Bad/WC), Wohnfläche 98 m²; geeignet für vier bis sechs Personen.

Borgo Nummer 5

3-Zimmer-Appartement im Hochparterre, Wohnküche mit offenem Kamin, Schlafzimmer, Badezimmer, Galerie in der Dachschräge mit Schlaf- und Badezimmer, Gartensitzplatz im Innenhof; Wohnfläche 88 m²; geeignet für zwei bis vier Personen.

Borgo Nummer 6

4-Zimmer-Appartement im Hochparterre mit grosszügigen Räumen, Wohnküche, drei Schlaf- und drei Badezimmer; Wohnfläche 127 m²; geeignet für vier bis sechs Personen.



Internet: Die Preislisten-Seite

	<u>April/Mai/Oktober</u>	<u>Juni/September</u>	<u>Juli/August</u>
Borgo 1)			
2 Personen	€ 405.-	€ 459.-	€ 540.-
4 Personen	€ 604.-	€ 685.-	€ 805.-
Borgo 2)			
2 Personen	€ 499.-	€ 565.-	€ 665.-
Borgo 3)			
2 Personen	€ 394.-	€ 446.-	€ 525.-
4 Personen	€ 604.-	€ 685.-	€ 805.-
Borgo 4)			
4 Personen	€ 668.-	€ 757.-	€ 890.-
6 Personen	€ 767.-	€ 872.-	€ 1'025.-
Borgo 5)			
2 Personen	€ 409.-	€ 464.-	€ 545.-
4 Personen	€ 634.-	€ 719.-	€ 845.-
Borgo 6)			
4 Personen	€ 668.-	€ 757.-	€ 890.-
6 Personen	€ 767.-	€ 872.-	€ 1'025.-
Palei A)			
4 Personen	€ 668.-	€ 757.-	€ 890.-
6 Personen	€ 767.-	€ 872.-	€ 1'025.-
Palei B)			
2 Personen	€ 409.-	€ 464.-	€ 545.-
4 Personen	€ 634.-	€ 719.-	€ 845.-
Palei C)			
4 Personen	€ 668.-	€ 757.-	€ 890.-
6 Personen	€ 767.-	€ 872.-	€ 1'025.-
Palei D)			
2 Personen	€ 424.-	€ 481.-	€ 565.-
4 Personen	€ 510.-	€ 578.-	€ 680.-

Wochenpreise von Samstag zu Samstag inkl. Bett-, Badezimmer- und Küchenwäsche, Strom und Schwimmbadbenützung. Endreinigung € 35.- pro Wohnung pauschal, Hunde € 50.- pauschal. Ausserhalb der Monate Juli und August sind manchmal auch andere Zeitvereinbarungen möglich.

Aufgabe 1

7 Punkte

Beschreiben Sie detailliert 4 in Frage kommende Zielgruppen. Entscheiden Sie sich anschliessend für 2 mit dem grössten Potential für das Agriturismo und begründen Sie Ihren Zielgruppen-Entscheid.

Aufgabe 2

17 Punkte

Sie wissen, auf welche Werbemassnahmen Ihr Bekannter setzt und wie der Internetauftritt aussieht. Erarbeiten Sie für ihn ein komplettes Verkaufsförderungskonzept für das Internet mit 3 Massnahmen für die Gewinnung zusätzlicher Kunden aus der Schweiz. Für die Umsetzung haben Sie maximal CHF 15'000.- zur Verfügung.

Aufgabe 3

Die Saison 2005 hat begonnen und Ihr Bekannter meldet sich bei Ihnen. Er hat die Idee, den Gästen zu den bereits bestehenden Tagesprogrammen zusätzliche Aktivitäten anzubieten, um so seinen Umsatz zu erhöhen. Dazu bittet er Sie nochmals um Ihre wertvolle Mithilfe mit dem Angebot, Sie am Erfolg finanziell zu beteiligen.

Aufgabe 3a

12 Punkte

Erstellen Sie einen Ideenkatalog (6 Ideen) für die Verkaufsförderungsmassnahmen anhand des untenstehenden Rasters. Berechnen Sie jeweils auch Ihre geschätzten Umsätze pro Idee (für fehlende Angaben treffen Sie Annahmen).

Idee	Beschreibung	Umsatz / Rentabilität

Aufgabe 3b

8 Punkte

Entscheiden Sie sich für die 2 stärksten Ideen (aus 3a) und begründen Sie Ihre Wahl. Danach erarbeiten Sie, für die 2 ausgewählten Ideen je ein konkretes Tagesprogramm, welches so den Gästen präsentiert werden kann.

Aufgabe 4

6 Punkte

Damit der Erfolg der von Ihnen erarbeiteten Verkaufsförderungsmassnahmen (Aufg. 3b) gemessen werden kann, müssen die Ziele klar definiert werden. Formulieren Sie dazu je 1 quantitatives und 1 qualitatives Ziel.

Aufgabe 5

10 Punkte

Ihr Bekannter ist von Ihren 2 Verkaufsförderungsmassnahmen (aus Aufg. 3b) begeistert. Damit der Erfolg gemessen werden kann, erarbeiten Sie einen Kontrollplan mit 4 Kontrollkriterien pro Massnahme. Gestalten Sie ihn so, dass Informationen über mögliche Verbesserungen ersichtlich sind.

Punkteraster

Aufgabe 1	7 Punkte
Aufgabe 2	17 Punkte
Aufgabe 3a	12 Punkte
Aufgabe 3b	8 Punkte
Aufgabe 4	6 Punkte
Aufgabe 5	10 Punkte
Total	60 Punkte