



Fallstudie Marketingfachleute FA

Adaption des Marketingplanerfalles 2006
im Prüfungsfach

Marketing-Konzept

Zeit: 180 Minuten

PROCAP

Zur Lösung der Fallstudie sind als Hilfsmittel Schreibwaren
und Taschenrechner ohne Textspeicherfunktion erlaubt.

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

Diese Aufgabe umfasst 9 Seiten. Bitte kontrollieren Sie, ob Sie diese Aufgabe
vollständig erhalten haben.

Procap

Procap, der Schweizerische Invaliden-Verband, ist die grösste Selbsthilfeorganisation für Menschen mit Handicap in der Schweiz. Procap wurde vor 75 Jahren gegründet und zählt heute gegen 20'000 Mitglieder in 54 regionalen Sektionen. Das Durchschnittsalter ihrer Mitglieder von 57 Jahren (Eintritt ab ca. 45-jährig) ist relativ hoch. Sie ist vorwiegend in ländlichen Gebieten erfolgreich tätig und gut verankert.

Procap ist ein gemeinnütziger Verein. 110'000 Spenderinnen und Spender unterstützen die Organisation finanziell. Das Zentralsekretariat befindet sich in Olten.

Procap versteht sich als Plattform, welche Menschen mit und ohne Handicap zusammen bringt und den Dialog fördert. Sie sucht nach tragfähigen Lösungen in der Gesellschaftspolitik und kämpft entschlossen für die Anliegen von Behinderten. Die wichtigsten Dienstleistungen sind wie folgt:

- Kontakte und Beratung in 54 regionalen Sektionen in der ganzen Schweiz. Procap steht allen Menschen mit Handicap offen - ganz unabhängig von ihrem Alter oder von der Art ihrer Behinderung. Procap sieht sich als Bindeglied zwischen Gleichgesinnten.
- Rechtsschutz in sämtlichen Fragen der Sozialversicherung: Sich im Dschungel der Sozialversicherungsgesetze zu Recht zu finden, ist für Laien schwierig. Menschen mit Behinderung finden in Procap die kompetente Partnerin.
- Beratung im behindertengerechten Bauen und Vermittlung von rollstuhlgängigem Wohnraum: Procap räumt Hindernisse aus dem Weg. Damit sich Menschen mit einer Behinderung zu Hause und im öffentlichen Raum frei bewegen können.
- Sportkurse: Bewegung ist für jeden Menschen wichtig. Darum motiviert Procap ihre Mitglieder, im Rahmen der Interessen und Möglichkeiten sportlich aktiv zu sein.
- Kurse in allen Belangen der Selbsthilfe.
- Procap Reisen für Ferien trotz Handicap: Reisen heisst Abstand nehmen vom Alltag. Procap bietet umfassende Beratung und Hilfe bei der Planung, damit unerwünschte Überraschungen erspart bleiben.
- Die 5 Mal pro Jahr erscheinende Mitgliederzeitung mit aktuellen Themen zu Leben mit Behinderung.

Diese Arbeiten werden koordiniert und ausgeführt durch nachstehende Bereiche und Mitarbeitende:

- Zentralvorstand mit 9 Personen (arbeiten ehrenamtlich)
- Zentralsekretariat mit 4 Mitarbeitenden (inkl. 1 Ausbildungsplatz)
- Rechtsschutzabteilung mit 16 Mitarbeitenden
- Sportabteilung mit 5 Mitarbeitenden
- Reisebüro mit 5 Mitarbeitenden
- Beratung für Bauen und Wohnen mit 5 Mitarbeitenden
- Beratung für Bildung und Betreuung der Sektionen mit 2 Mitarbeitenden
- Marketing und Kommunikation mit 8 Mitarbeitenden
- Finanzen und Administration mit 3 Mitarbeitenden
- Sekretariat Westschweiz in Biel mit 6 Mitarbeitenden

Insgesamt entspricht dies 34 Vollzeitstellen (Teilzeitstellen umgerechnet auf Vollzeitstellen), ohne Zentralvorstand. Über 1'200 freiwillige Mitarbeitende sind in den Sektionen zusätzlich tätig, die über 54'000 Stunden Freiwilligenarbeit pro Jahr leisten.

Die erwähnten Dienstleistungen sind für die Mitglieder von Procap grundsätzlich kostenlos. Sie bezahlen einzig für die Mitgliedschaft je nach Sektion einen jährlichen Betrag von CHF 30.-- bis CHF 80.--. Neumitglieder müssen im ersten Jahr für die Bearbeitung eines Rechtsschutzdossiers eine einmalige Gebühr von CHF 300.-- bezahlen.

Auszug aus der Jahresrechnung

Der **Gesamtaufwand** betrug im letzten Jahr CHF 5.679 Mio. Dieser Betrag setzt sich zusammen aus:

	in Tausend CHF
-Personalaufwand	3'719
-Beiträge und Unterstützungen	450
-Sach-, Verwaltungs-und Raumaufwand	1'060
-Abschreibung und Unterhalt	280
-übriger Betriebsaufwand	170

Der Personalaufwand setzt sich zu 80 % aus Personalkosten für die Beratung und Betreuung von Menschen mit einer Behinderung zusammen. Die übrigen Kosten sind allgemeine Verwaltungskosten.

Der **Ertrag** setzt sich im Wesentlichen zusammen aus:

	in Tausend CHF
-Beiträge von der Invalidenversicherung (IV)	2'440
-Beiträge von Kantonen	60
-Einnahmen aus dem Reisebüro	44
-Finanzerträge	14
-Mitgliederbeiträge (Anteil von den Sektionen)	583
-Ertrag aus Zahnbürstenabonnement 1)	15
-Projektsponsoring 2)	0
-Erträge aus Spendenmailings	366
-Legate 3)	335
-Sammeln von Fremdwährungen 4)	1'026

Aus dem Fonds zur Erfüllung der Verbandszwecke musste im Jahr 2004 ein Verlust von CHF 120'000.-- gedeckt werden. Die Differenz zwischen den oben erwähnten Erträgen und den Gesamtkosten setzt sich zusammen aus Erträgen von Bildungskursen, Parteient-schädigungen des Rechtsdienstes etc.

1) Als Beispiel einer nicht alltäglichen Mailingaktion wird auf Seite 6 das Zahnbürsten Abonnement näher beschrieben.

2) Zur Erläuterung hier ein Beispiel aus dem Jubiläumsjahr: Procap hat aus einem Kurzge-schichtenwettbewerb, der Mitte 2004 durchgeführt worden ist , rund 50 "Geschichten mit Handicap" in einem Jubiläumsbüchlein zusammengefasst. Das Büchlein konnte nur produziert werden, weil Stiftungen und Gönner insgesamt rund CHF 25'000.- zweckbestimmt spendeten. Für Procap ist diese Einnahmequelle neu und wird erst seit Ende 2004 systematischer genutzt. Gemäss einer Marktstudie ist dieser Bereich ein Wachstumsmarkt.

3) Legate sind rechtsverbindliche Schenkungen, die erst nach dem Tod des Legatgebers empfangen werden können und den Pflichtteil der Erben nicht verletzen dürfen. Legate sind nicht planbare Einkünfte, die von einem Jahr auf das nächste extrem schwanken können. Gemäss einer Marktstudie ist auch dieser Bereich ein Wachstumsbereich.

4) Procap sammelt mit Erfolg Fremdgeld. Dieses oft nach den Ferien übrig bleibende Münzen- und Notengeld kann in einen eigens dazu kreierte Umschlag oder in eine andere Verpackung gesteckt werden. Jede SBB-Wechselstube und jede Filiale der Raiffeisenbank nimmt dieses Geld entgegen. Natürlich kann es auch direkt Procap geschickt werden. Nach Einführung des Euro wurde im Gegenwert von gegen CHF 3 Mio. Geld abgegeben oder eingeschickt. Ende 2004 sind die Restbestände aus der Zeit der Euroeinführung abgebaut. Die Einnahmen werden drastisch sinken, wenn die Aktion nicht neu lanciert werden kann.

Mitgliedschaften

- Solidarmitglieder sind Menschen ohne Behinderung, welche den Verband aus Solidarität unterstützen.
- Aktivmitglieder sind alle Menschen mit Handicap, unabhängig der Art ihrer Behinderung.

Sektion Grischun

Eine der grössten der 54 Sektionen ist die Sektion "Grischun" mit dem Sekretariat in Chur. 6 Teilzeitarbeitende (230 Stellenprozent) und 30 Freiwillige betreuen 1'095 Aktivmitglieder. In der Sektion sind zudem 551 Solidarmitglieder in den Adresslisten geführt. Die Sektion bietet einen umfassenden Beratungsdienst:

Für Solidarmitglieder sind dies:

- Rechtsberatung in den Bereichen der Sozialversicherungen im Falle einer Behinderung und Wechsel zur Aktivmitgliedschaft.
- Die Teilnahme an Sektionsveranstaltungen und Ausflügen zu Selbstkosten. Regelmässige Information durch die Verbandszeitung.

Für Aktivmitglieder sind dies:

- regionale Beratungsstelle für Fragen im Zusammenhang mit Behinderungen
- Rechtsberatung in den Bereichen der Sozialversicherungen
- Interessenvertretung
- Ausflüge und Freizeitaktivitäten
- Kurse, Ferien und Freizeitangebote
- Finanzielle Unterstützung in Notfällen
- Regelmässige Informationen durch die Verbands- und die Procap-Zeitung
- Ermässigung auf Angebote von Procap Reisen

Solidar- wie Aktivmitglieder bezahlen CHF 40.-- Mitgliederbeitrag pro Jahr.

Mailingaktion: Zahnbürsten-Abonnement

Procap und Trisa lancierten ein Zahnbürstenabonnement. Damit lassen sich die Abonnenten alle 3 Monate eine neue Qualitätszahnbürste nach Hause schicken. Mit dem Abonnement wird gleichzeitig auch für Mitmenschen etwas Gutes getan. Dank der Partnerschaft mit Trisa fließt von jedem Abonnement eine Spende direkt in konkrete Projekte zugunsten behinderter Menschen in der Schweiz.

Die Abonnemente lassen sich individuell zusammenstellen:

Abo-Typ	Anzahl Bürsten pro Jahr	Abo-Betrag in CHF
1 Erwachsener	4	40.--
2 Erwachsene	8	70.--
1 Kind	4	30 --
2 Kinder	8	50.--
1 Erwachsener + 1 Kind	8	60.--
2 Erwachsene + 1 Kind	12	90.--
1 Erwachsener + 2 Kinder	12	80.--
2 Erwachsene + 2 Kinder	16	110.--

Es stehen jeweils 2 verschiedene Härtegrade zur Verfügung.

Procap kauft die Zahnbürste für CHF 2.-- ein. Porto und Verpackung (als Brief) sind in obigen Abo-Beträgen eingerechnet. Die Sektionen bekommen für Bestellungen aus ihrer Region CHF 10.-- für Neuabonnenten und CHF 5.-- in den Folgejahren.

Im Startjahr 2004 wurden in der ganzen Schweiz 350 Abonnemente für den Eigengebrauch und 120 Geschenkabonnemente gekauft. Schwierigkeiten zeigen sich nun im zweiten Jahr, weil doch einige Abonnenten ihr Abo nicht weiterführen. Zudem kann die Anzahl Abonnemente nicht wesentlich erhöht werden, so dass der enorme Zeitaufwand für die Aufbereitung der Bestellungen in einem schlechten Verhältnis zu den Erträgen steht.

Sie sind seit Januar 2006 Mitglied des Marketing-Teams bei Procap. Bitte lösen Sie die nachstehenden Aufgaben aus dieser Sicht.

Aufgabe 1 **12 Punkte**

Erstellen Sie eine Zusammenfassung mit den wichtigsten Punkten und Elementen für das Marketing. Beschränken Sie sich möglichst auf eine A4-Seite.

Aufgabe 2 **18 Punkte**

Machen Sie eine klassische SWOT-Analyse von Procap. Begründen Sie und leiten Sie weitere notwendige Schritte daraus ab. Es werden je 2 Kriterien erwartet.

Aufgabe 3 **12 Punkte**

Kommentieren Sie den Namen „Procap“, Beurteilen Sie seine Stärken und Schwächen. Begründen Sie Ihre Beurteilung.

Aufgabe 4 **20 Punkte**

Erstellen Sie für die Sektion Procap Grischun ein Konzept zur Steigerung der Anzahl Solidarmitglieder.

Aufgabe 5 **14 Punkte**

Stellen Sie Kriterien zur Beurteilung der Zahnbürsten-Abonnements-Kampagne auf. Begründen Sie die Wahl Ihrer gewählten Kriterien. Nehmen Sie die für Sie wichtigsten 5 Kriterien heraus und beurteilen Sie die Kampagne.

Aufgabe 6 **24 Punkte**

Erstellen Sie detailliert ein Konzept zur Erreichung einer um 25% höheren Anzahl Zahnbürsten-Abonnements innerhalb eines Jahres. Legen Sie den Schwerpunkt auf die Massnahmen und die Umsetzung.

Beilage 1: Markt der Behindertenorganisationen

In der Schweiz leben ungefähr 700'000 körperlich, psychisch und geistig Behinderte Menschen. Davon sind ca. 70'000 bis 90'000 Mitglied oder Kunde einer Organisation.

Organisation	Organisation und Leistungsprofil	Image	Abgrenzung zu Procap
Pro Infirmis	Führende Behindertenorganisation der Schweiz - jährlich 18'000 Klientinnen und Klienten - umfassende Beratung: Recht, Soziales, Bauen usw. - Dienstleistungen werden von Fachleuten erbracht - Dienstleistungen sind grundsätzlich kostenlos - Jahresbudget über 60 Millionen	- hoher Bekanntheitsgrad - Marktleader - Imagekampagne "Wir lassen uns nicht behindern" - sorgt für Aufsehen	- macht fast alles, was Procap-Profis machen - keine Sektionen und Ehrenamtlichen - keine Mitgliedschaften - Verwechslungsgefahr stark - grosse Medienpräsenz - sehr aktives Fundraising: Mailings, Lastschriftverfahren usw.: ca. CHF 15 Mio. pro Jahr
Schweizerische Paraplegiker Stiftung	Paraplegiker-Stiftung, Paraplegiker-Zentrum und Paraplegiker-Vereinigung wirken in der Leistungskette zusammen mit dem Ziel der Rehabilitation und lebenslangen Begleitung Querschnittgelähmter - über eine Million Gönner - Mitglieder der Gönnervereinigung erhalten CHF 150'000.-- im Falle einer Querschnittlähmung	- hoher Bekanntheitsgrad - grosse Sympathien - junge Unfall-opfer quasi als Vorzeige-Behinderte	- viele Überschneidungen mit Procap-Dienstleistungen, aber auf Rollstuhl-Behinderte beschränkt - ausgebautes, aggressives Fundraising
insieme Schweizerische Vereinigung der Elternvereine für Menschen mit einer geistigen Behinderung	Privater Verein, vertritt die Interessen geistig behinderter Menschen - regionale Gruppen mit Ehrenamtlichen - Träger der Fachstelle „Lebensräume...“	- moderner Auftritt - relativ gute Medienpräsenz. respektive Aufmerksamkeit	- eigene PR und Zeitschrift - Mitgliedschaft - Fundraising
PLUSPORT Behindertensport Schweiz	Dachverband des Schweizerischen Behindertensportes - breit gefächertes Angebot an Sportmöglichkeiten ; schwergewichtig Breitensport - Alle Behinderungen, jedes Alter - 85 Sportgruppen		- Procap Sport ist Kollektivmitglied - Partnerschaft zum Teil mit Spannungen - gemeinsame Leiterausbildung
Schweizerische Stiftung Pro Mente Sana	Stiftung ist im Interesse psychisch, kranker und behinderter Menschen tätig - Lobbying - telefonische Beratung - Rechtsberatung		- eigene Zeitschrift und PR - Gönnerwerbung - Fundraising

Beilage 2: Datensammlung

Wohnbevölkerung Kanton Graubünden

Haushalttyp	Personen
Einpersonenhaushalte	28'246
Paare ohne Kinder	42'712
Paare mit Kindern	88'146
Einelternhaushalte	9'845
Einzelperson mit Eltern(-teil)	1'692
Nichtfamilienhaushalte mit Verwandten	1'275
Nichtfamilienhaushalte Nicht-Verwandter	2'221
Anstalten	4'603
Andere Kollektivhaushalte	3'983
Sammelhaushalte	4'335
Wohnbevölkerung insgesamt	187'058

Wohnbevölkerung nach Alter, Kanton Graubünden und Schweiz.

Alter	Personen in Graubünden	Personen in der Schweiz
Jünger als 1 Jahr	1'749	69'043
1 bis 4 Jahre alt	7'828	318'145
5 bis 9 Jahre alt	10'822	427'105
10 bis 14 Jahre alt	11'517	430'367
15 bis 19 Jahre alt	11'671	420'953
20 bis 24 Jahre alt	11'003	431'272
25 bis 29 Jahre alt	12'085	488'872
30 bis 34 Jahre alt	15'049	591'426
35 bis 39 Jahre alt	15'651	629'489
40 bis 44 Jahre alt	14'486	565'875
45 bis 49 Jahre alt	13'209	504'882
50 bis 54 Jahre alt	12'675	496'241
55 bis 59 Jahre alt	10'948	444'040
60 bis 64 Jahre alt	9'150	351'294
65 bis 69 Jahre alt	8'053	314'099
70 bis 74 Jahre alt	7'134	274'959
75 bis 79 Jahre alt	5'968	231'061
80 bis 84 Jahre alt	4'231	152'688
85 bis 89 Jahre alt	2'604	97'520
90 bis 94 Jahre alt	1'005	39'856
95 bis 99 Jahre alt	207	8'036
100 bis 104 Jahre alt	12	767
105 Jahre und mehr	1	20
Wohnbevölkerung insgesamt	187'058	7'288'010