

GETRÄNKESPEZIALISTEN FEILEN AN IHREM PROFIL

>> von Patrick Schlender > Im Rahmen der Projektarbeit im Fach Verkaufsförderung erstellten die Studierenden des 8. Semesters Werbung unter der Leitung von Professor Dieter Pflaum für Gefako, einen Getränkefachgroßhändler mit ca. 130 Mitgliedern in Baden-Württemberg und Bayern, ein neues Kommunikationskonzept. Das Thema lautete: Neupositionierung des Getränkefachgroßhändlers Gefako unter Einbeziehung der „Tour de Ländle“.

Im ersten Teil der Studie ging es um die Neupositionierung der Marke; mit anderen Worten: wie kann sich Gefako stärker als bisher von den Mitbewerbern abgrenzen? Wie lässt sich der Markenkern besser gestalten und kommunizieren? Die Studenten erarbeiteten drei Lösungsmöglichkeiten und entwickelten dazu verschiedene Verkaufsförderungsmaßnahmen.

Bei der Analyse der vorhandenen Marktforschungsdaten identifizierten die Studenten und Studentinnen drei Positionierungsmöglichkeiten für die Marke Gefako:

1. Nähe zum Wohnort

Überarbeitung des Logos mit Ergänzung um den Hinweis: „Gefako – in Ihrer Nähe“ und Entwicklung eines regionalen Gefako-Laufes mit der Gewinnchance auf Getränkegutscheine.

2. Beratungskompetenz

Die Beratungskompetenz der Gefako-Händler sollte zum einen durch eine auffällige Printkampagne und zum anderen durch ein interaktives Getränkeportal herausgestellt werden, das z.B. ein Wein- und Bierlexikon, Cocktail- und Kochrezepte und schließlich Kooperationsmöglichkeiten mit Reiseveranstaltern für Wein- und Bierreisen oder auch Brauereiführungen bieten könnte.

3. „Wir-Gefühl“

Die Aktion zur Entwicklung und Stärkung des „Wir-Gefühls“ gefiel dem Geschäftsführer, Franz Demattio und der Marketingleiterin Anja Buckenmaier am besten. Bei diesen Aktionen sollen dem Endverbraucher verschiedene Getränkepakete zur Verfügung gestellt werden, die je nach Bedarf und Haushaltsgröße unterschiedlich zusammen gestellt sein können.

Im zweiten Teil der Studie ging es um so genannte „Guerilla-Aktionen“. Es handelt sich dabei um „Überraschungen“, die dazu beitragen sollen, Gefako bei der Übertragung der Tour de Ländle ins Fernsehen zu bringen. Neben einem interessanten Luftballon-Gewinnspiel wurde auch der Einsatz eines prominenten Radfahrers vorgeschlagen, der einen Teil der „Tour de Ländle“ als Sympathieträger für GEFAKO mitfährt; die Wahl fiel auf den Moderator, Animator und Sänger Florian Silbereisen. Ferner sollen Einräder zum Einsatz kommen, deren Fahrer Kostüme tragen, die wie Bubbles des Gefako-Logos aussehen. Die Einräder begleiten die Tour auf einer kurzen Strecke mit und erregen durch diesen Überraschungseffekt eine hohe Aufmerksamkeit.

Die Präsentation hat Herrn Demattio, Frau Buckenmaier und auch Herrn Ackermann vom Gefako-Fachgroßhandel aus Königsbach-Stein sehr gut gefallen: „Wir werden sicher einige Aktionen daraus realisieren und würden es begrüßen, wenn Studentinnen und Studenten bei der Umsetzung der ausgewählten Aktionen mitwirken würden.“

Patrick Schlender

studiert Werbung im 8. Semester.

Die Gefako-Werbespezialisten:
Lisa Tsvetkova, Professor Dieter Pflaum, Judith Fischer, Stefanie Fischer, Sandra Burkhardt, Caroline Zimmer, Sarah Wilde, Andreas Deuchler und Patrick Schlender.

