

Aufgabenblatt zum Prüfungsstück II**Prüfungsbereich 1: Projektplanung und Konzeption****Prüfungsstück II (W3-Qualifikation W23): Kommunikationsplanung und Erfolgskontrolle****(Prüfungszeit: 2,0 Stunden)****Situation**

Ihre Werbeagentur hat den Gartenmöbelhersteller PEWO GmbH als neuen Kunden gewonnen. Das Unternehmen möchte mittelfristig den Absatz in Deutschland deutlich steigern und seinen Marktanteil auf 15 % ausbauen. Außerdem soll die Markenbekanntheit in der Zielgruppe von derzeit 23 % auf 35 % steigen. Um diese Ziele zu stützen, hat die PEWO GmbH Ihre Agentur mit der Entwicklung eines Werbekonzeptes beauftragt und stellt für den Werbemittelinsatz 3 Mio. EUR zur Verfügung. Die Werbekampagne soll für ein Jahr angelegt werden.

Produkt- und Unternehmensinformation

Die PEWO GmbH produziert hochpreisige Gartenmöbel und vertreibt diese europaweit.

Als der Architekt Peter Wolf 2008 neue Gartenmöbel für den Eigengebrauch suchte, entstand die Idee, eine Möbelerie für den Außenbereich zu entwerfen. Sie sollte sowohl den eigenen Designansprüchen als auch den Anforderungen eines hochwertigen Produkts entsprechen: der perfekten Synthese von Form und Funktion und der Vermittlung von Entspannung und Lebensqualität. So gründete er die PEWO GmbH und entwickelte eine hochwertige Kunstfaser, die PEWO-Faser, welche viele positive Eigenschaften in sich vereint. Sie ist wind- und wetterfest, umweltfreundlich, flexibel und sieht gut aus.

Neben dem hohen Qualitätsanspruch bestimmen heute Ergonomie, Haltbarkeit und ein gradliniges Design die Produktphilosophie der PEWO GmbH.

Marktinformation

Laut einer BBE-Studie wächst das Marktvolumen für Garden-Living-Produkte jährlich. Immer mehr Investitionen fließen in die Ausstattung von Garten, Balkon und Terrasse. So stieg der Markt für Gartenmöbel/-dekoration und Licht von 2006 bis 2013 um 46,6 %.

Die Gründe für zunehmendes „Garden-Living“ sind vielfältig. Grundsätzlich wird „Draußen sein“ von den meisten Menschen mit positiven Erfahrungen verknüpft und der Garten von den Deutschen als zweitliebstes Hobby (hinter Sport) genannt.

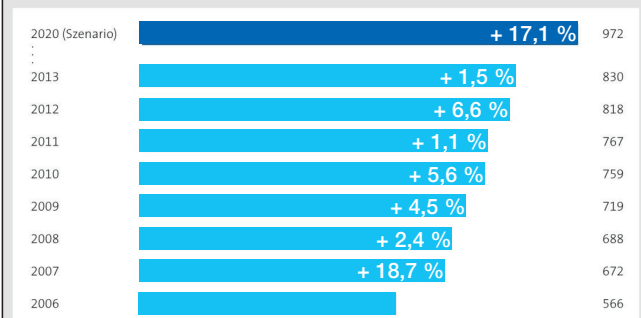
Außerdem wächst der Prestigefaktor des Gartens. Dass heute über 60 Prozent der Wohnungen in Deutschland über Balkon, Terrasse oder Garten verfügen, bestätigt diesen Trend.

Bei deren Gestaltung greifen die ansonsten sparsamen Bundesbürger erstaunlich tief in die Tasche: Nach vorläufigen Hochrechnungen bewegt sich die Pro-Kopf-Ausgabe für Garden-Living-Produkte in 2014 bei rund 34,27 EUR. Das sind 31,5 % mehr als noch 2005. In dieser Entwicklung macht sich durchaus auch der Griff zu höherwertigeren Produkten bemerkbar. Neben qualitäts- und wertorientiertem Wachstum sorgen innovative Konzepte der Designer von Gartenmöbeln für neue Impulse. Die vor noch gar nicht allzu langer Zeit immer gleichen Kunststoffgartenmöbel sind längst durch individuelle Entwürfe und vielfältige Materialien abgelöst worden.

Angesichts des laufenden demografischen Wandels in Deutschland, steigender Eigentumsquoten und Erbschaftsvolumen rechnet die Branche auch langfristig mit einem wachsenden Markt.

BBE-MARKT:MONITOR „Garden-Living 2014“

Das Marktvolumen für Licht im Garten und Dekoration – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen



QUELLE: Marketmedia24 (Köln), von Rothkirch und Partner (Hamburg)

Die Deutschen lassen sich ihr „grünes Wohnzimmer“ gern etwas kosten. Schöner schmücken, nach Lust, Laune oder Jahreszeit dekorieren, das Prestigewohnzimmer ins richtige Licht rücken und den lohnenden Blick nach draußen stimmungsvoll illuminieren: Gartendekoration und Licht im Garten sind gemeinsam ein starkes Wachstumsfeld für die Garden-Living-Branche. Und die Lust der Deutschen auf die Gestaltung ihres „grünen Wohnzimmers“ ist messbar. Um 46,6 Prozent ist das Marktvolumen für die genannten Teilmärkte von 2006 bis 2013 gewachsen. Mit dem Aufsatteln von me-too-Produkten im Massenbereich wird sich diese Wertentwicklung in der weiteren Zukunft zwar nicht in der gleichen Dynamik fortsetzen. Ein Indikator für den Garden-Living-Lifestyle bleiben Licht und Dekoration allerdings – neben Grillen und Outdoor-Cooking.

Konkurrenzsituation

Obwohl es eine Vielzahl von Gartenmöbelherstellern gibt, steht die PEWO GMBH nur mit den Gartenmöbelherstellern im obersten Preissegment im Wettbewerb. Größter Konkurrent in diesem Bereich ist der Marktführer DDonOutdoor, der einen Marktanteil von 25 % hält. Insgesamt verteilt sich der deutsche Markt für Hersteller von hochpreisigen Gartenmöbeln folgendermaßen:

Hersteller	Marktanteil
DDonOutdoor AG	25 %
Wellvita GmbH	19 %
PEWO GmbH	9 %
Restliche Marktanbieter (mit Marktanteilen unter 5 %)	47 %

Beantworten Sie die folgenden sieben Aufgaben und verwenden Sie dazu den beigegefügten Antwortbogen.

Aufgabe 1 (10 Punkte)

Formulieren Sie fünf Werbeziele, die Ihre Werbeagentur mit der Werbekampagne erreichen möchte.

Aufgabe 2 (30 Punkte)

Bestimmen und begründen Sie zwei Mediaziele aufgrund der formulierten Werbeziele aus Antwort a) und der vorgegebenen Situation.

Aufgabe 3 (12 Punkte)

Bestimmen Sie anhand der Kreuztabelle der „Anlage 1“ (Tabelle 1) die Zielgruppe für den B2C-Bereich.

Aufgabe 4 (12 Punkte)

Sie empfehlen Ihrem Kunden die Schaltung von Anzeigen in Publikumszeitschriften. Erläutern Sie drei Vorteile, die Publikumszeitschriften gegenüber anderen Werbeträgern bieten.

Aufgabe 5 (8 Punkte)

Nachdem Sie Ihre Zielgruppe bestimmt haben, erweisen sich laut Rangreihe (Tabelle 2) zwölf Titel als besonders geeignet. Begründen Sie, auf welche beiden Titel Sie verzichten würden, wenn in den Mediaplan nur zehn Titel aufgenommen werden sollten.

Aufgabe 6 (16 Punkte)

Ihre Agentur hat zwei Mediapläne (Tabelle 3) erstellt. Erläutern Sie unter Berücksichtigung der Leistungswerte der beiden Pläne, welchen Sie Ihrem Kunden empfehlen.

Aufgabe 7 (12 Punkte)

Ihr Kunde möchte, dass das restliche Budget für Radio- und Online-Werbung eingesetzt werden soll. Bewerten Sie die Eignung dieser Kommunikationsinstrumente anhand von jeweils zwei Kriterien.

Anlage:

– Anlage 1 mit Tabellen 1 bis 3

Abzugeben sind:

– Antwortbogen
– Aufgabenblatt

Dieses Aufgabenblatt sowie alle weiteren Vorlagen sind zusammen mit den Arbeitsergebnissen abzuliefern. Auf allen vorzulegenden Prüfungsarbeiten sind der Name des Prüflings und die Kenn-Nummer des Prüflings anzugeben. Die benötigten Zeiten für die einzelnen Arbeiten sind auf der Persönlichen Erklärung von der Aufsichtsführung zu bestätigen.