

Schloss Jorzenich: Einen Schatz zu schätzen wissen.

Briefing

Die Vorgeschichte

Schloss Jorzenich liegt im Süden von Brandenburg. Das prachtvolle Schloss wurde Ende des 18. Jahrhunderts erbaut. Den dazugehörigen Schloss- und Landschaftspark hat J. P. Lenne gestaltet. Im Mittelpunkt des Parks liegt ein kleiner See.

Das gesamte Objekt wurde von der Allgemeinen Deutschen Fondsunion gekauft und aufwändig renoviert. Die Renovierung war im Frühjahr letzten Jahres abgeschlossen. Seitdem wird das Schloss als Schulungs- und Seminarhotel betrieben.

Die Zukunft

In Brandenburg und im benachbarten Mecklenburg-Vorpommern gibt es inzwischen eine ganze Reihe von Schlosshotels mit entsprechenden Schulungseinrichtungen. Das Schulungshotel im Schloss Jorzenich nimmt dennoch eine Sonderstellung ein:

- Das Hotel hat einen kleinen, fast intimen Rahmen. Mit 70 Betten und 4 modernen Schulungsräumen grenzt es sich deutlich vom Trubel der meisten vergleichbaren Einrichtungen ab. Ruhe und Diskretion sind wichtige Vorteile.
- Das Hotel hat eindeutig 5-Sterne-Niveau und liegt als Premium-Angebot in Brandenburg mit an der Spitze. Unsere Klientel ist im Unternehmer- und Entscheidersegment angesiedelt.
- Das Hotel bietet eine einmalige Natur. Der über 120 ha große Schlosspark ist ein Paradies, das im Lande seinesgleichen sucht. Der integrierte See steht unter Naturschutz.

Die Zielgruppe

Das Hotel wendet sich vorrangig an Unternehmen, Institutionen und Verbände, die das Schloss bzw. den Park für Workshops, Tagungen, Seminare, Coachings und ähnliche Veranstaltungen nutzen wollen - und dafür einen hochklassigen Rahmen suchen. Den Schwerpunkt der Ansprache wollen wir auf Berlin und Brandenburg legen.

Das Kommunikationsproblem

In den ersten Monaten hatte Schloss Jorzenich mit knapp 37% eine durchaus zufrieden stellende Auslastung erzielt. Die bisherige Vermietungswerbung wird von

der Werbeabteilung unserer Fondsgesellschaft verantwortet und ist als erfolgreich zu bezeichnen.

Dennoch stoßen wir auf ein Kommunikationsproblem, dass mit „Bordmitteln“ allein nicht zu lösen ist. Ein Premium-Objekt wie Schloss Jorzenich braucht ein exzellentes Image, muss quasi wie eine Marke gepflegt werden. Und genau daran mangelt es. Zurzeit sind wir nur ein Angebot unter vielen. Es ist uns bisher nicht gelungen, eine Positionierung in Spitzenstellung bei unserer Top-Zielgruppe durchzusetzen.

Ihre Imageaufgabe

Das Premium-Produkt Schloss Jorzenich braucht dringend mehr Imagekraft. Ihre Aufgabe ist es deshalb vorrangig, die besonderen Qualitäten des Schlosses bei den relevanten Zielgruppen bekannt zu machen und Interesse zu wecken. Oder um es anders zu sagen: wir wollen dem Schloss bei den potentiellen Gästen und Kunden ein ganz besonderes Charisma geben. Parallel dazu, sollte durchaus auch der Bekanntheitsgrad weiter erhöht werden, denn das Schloss ist noch längst nicht bei allen in der Zielgruppe bekannt.

Bitte entwickeln Sie ein PR- und Kommunikationskonzept, das seinen Schwerpunkt auf konkreten Imagemaßnahmen im Raum Berlin und Brandenburg hat. Der Bereich der klassischen Vermietungswerbung und Verkaufsförderung gehört nicht zu Ihren Aufgaben. Dieser wird weiterhin durch unsere Werbeabteilung geplant und durchgeführt.

Das Imagekonzept soll im Herbst starten und die Kommunikationslinie für ein Jahr beschreiben. Es steht ein Etat von 195.000 Euro zur Verfügung. Bitte denken Sie auch entsprechende Instrumente der Erfolgskontrolle an.