

Adlersberger Aktivquell: Kommunikation belebt

Briefing

Die Adlersberger Brunnen GmbH gehört zu den etablierten und erfolgreichen Getränke-Herstellern im Großraum Regensburg.

„Adlersberger Aktivquell“ ist unser neuestes Produkt und seit etwa 5 Monaten im regionalen Handel zu finden. Es handelt sich um ein Mineralwasser aus einer neu erschlossenen Quelle. Mit 190 mg pro Liter hat das Wasser den mit Abstand höchsten Magnesiumgehalt unter allen Mineralwassern im süddeutschen Raum. Es ist allerdings nicht als Heilwasser anerkannt und in Relation wesentlich preiswerter.

Magnesium ist ein lebenswichtiges Mineral für die Muskeln. Es wird vor allem von jungen, aktiven Menschen benötigt, die sich stark in Sport und Fitness betätigen. Die trendorientierte junge Zielgruppe will unser Marketing keinesfalls aus den Augen verlieren.

Außerdem lässt sich sagen: Aktivquell ist gesund. Denn in den Altersgruppen über 40 Jahren ist Magnesiummangel eine Volkskrankheit geworden. Laut Statistik haben fast 35% Probleme. Probleme, das heißt in diesem Fall Muskelkrämpfe, Wadenkrämpfe, Muskelzuckungen, Übelkeit und Kopfschmerzen. 1 Liter Aktivquell pro Monat wirkt hier regelrecht Wunder.

Unser Problem: Die Umsätze von Aktivquell bleiben hinter den Erwartungen zurück. Wie unser Außendienst berichtet, kennt kaum einer der Kunden die besonderen Vorteile des Wassers.

Bitte entwickeln Sie eine Kommunikationskampagne, die dieses Problem gezielt angeht. Ihre Aufgabe ist es, den einmalig hohen Magnesiumgehalt und die Vorteile, die dahinter stehen, unser Kundenpotential zu vermitteln. Sie sollen sich in Zukunft bewusst für Aktivquell entscheiden. Die Vertriebsvorgaben unseres Hauses besagen, dass in den nächsten 12 Monaten der Flaschenabsatz von Aktivquell um 30% gesteigert werden muss.

Gewünscht ist kein der üblichen Werbekampagnen. Die Aktivquell-Werbung der Einführungsmonate war wenig erfolgreich. Entwickeln Sie vielmehr ein integriertes Kommunikationskonzept, das vor allem unsere guten Beziehungen zu den regionalen Medien nutzt.

Für die Umsetzung der Kommunikation steht ein Etat von 185.000 Euro in 12 Monaten zu Verfügung. Zu beachten ist, dass es in unserem Haus kaum personelle Ressourcen für eine engagierte Kommunikationsarbeit gibt.