



**CREABLISS**  
Marketing Agency

# MARKETINGPLAN

Asset: Rotkäppchen

QUARTAL 2/2024





**CREABLISS**  
Marketing Agency

Kampagnenziele	03	Budget	07
Branding	04	Riskomanagement	08
Zeitplan + Deadlines	05	Key Performance Indikatoren	09
Marketingkanäle	06	Executive Summary	10



Q2 2024



**CREABLISS**  
Marketing Agency

# Kampagnenziele

Maximierung der Asset-Rentabilität durch:

## 1. GLOBALE MARKENAUSWEITUNG

- \* "Litte Red" Urban Collection
- \* Mystery-Fashion-Line
- \* Wald Accessoires

## 2. UMSATZOPTIMIERUNG

- \* Führend im Teen-Mystery-Segment
- \* Ausbau der Fashion-Lizenzen
- \* Intensivierung der Event-Konzepte

## 3. IMAGEPFLEGE

- \* Mysteriöses Wald-Image
- \* Kontrolle der Grimwood-Narrative
- \* Balance zwischen Gefahr & Style



Q2 2024



**CREABLISS**  
Marketing Agency

# Branding

Maximierung der Asset-Rentabilität durch:

## KERNWERTE

- \* Gefahr + Mystik
- \* Jugendlicher Mut
- \* Düstere Eleganz
- \* Urbane Wildnis

## MARKEN-PERSÖNLICHKEIT

- \* Geheimnisvoll + rebellisch
- \* Mutig + stylish
- \* Wild + fashionable
- \* Unnahbar + cool



Q2 2024



**CREABLISS**  
Marketing Agency

## Zeitplan + Deadlines

### APRIL

- \* 5.04. "Little Red" Urban Collection (Launch)
- \* 14.04. BlissTV Teenie-Mystery-Show
- \* 22.04. Waldrand-Fotoshooting
- \* 29.04. Nachtwanderer-Kollektion (Sale)

### MAI

- \* 8.05. Dark Forrest Festival
- \* 16.05. Red Cape Special Edition (Launch)
- \* 23.05. Wolfsland-Challenge In Social Media
- \* 30.05. Waldgeheimnis-Modelinie (Launch)

### JUNI

- \* 7.06. Mitternachtswald-Show
- \* 15.06. Adventure-Kollektion (Launch)
- \* 24.06. Waldnacht-Party
- \* 30.06. Mystery-Forest-Event TikTok



Q2 2024



**CREABLISS**  
Marketing Agency

# Marketingkanäle

Maximierung der Asset-Rentabilität durch:

## KLASSISCHE MEDIEN

- \* Jugendmagazine
- \* Mode-Presse
- \* Mystery-Magazine
- \* Lifestyle-Medien

## DIGITALE PRÄSENZ

- \* Waldgeschichten-Portal
- \* Wolfsland-Game
- \* Mystery-Content
- \* Fashion-Community

## LIVE EVENTS

- \* Waldrand-Partys
- \* Mystery-Walk Stream
- \* Wolfsnacht-Shows
- \* Live Events Instagram + TikTok



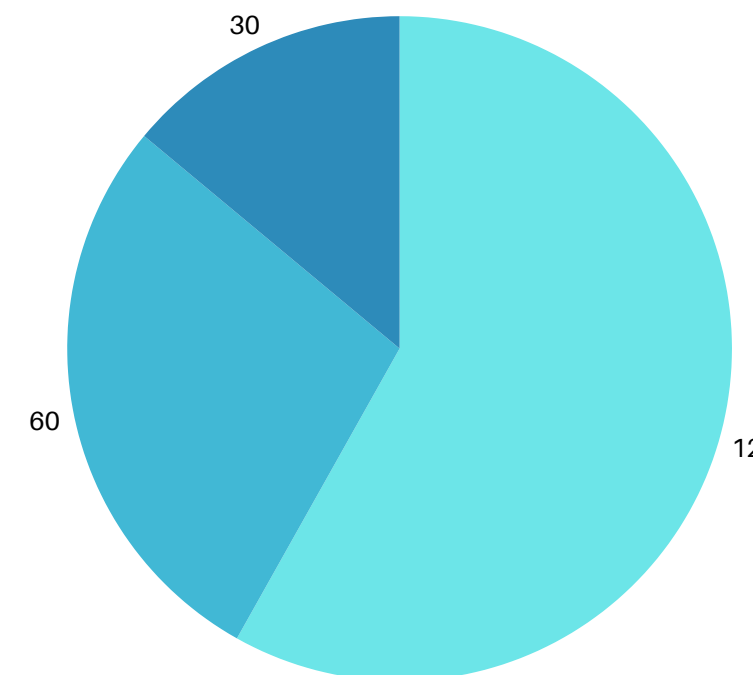
Q2 2024



**CREABLISS**  
Marketing Agency

# Budget + Prognosen

Umsatzprognose 2024



## DIREKTER MERCHANDISE

- \* Mystery Fashion Line: 50M
- \* Urban Collection: 40M
- \* Accessoires: 35M

## LIZENZEINNAHMEN

- \* Fashion-Lizenzen: 25M
- \* Event-Konzepte: 20M
- \* Gaming & Digital: 15M

## EVENTS \* MEDIEN

- \* Mystery Events: 18M
- \* Mediendeals: 12M

**GESAMTUMSATZ: 215 M**  
**NETTOGEWINN: 150.5 M**



**CREABLISS**  
Marketing Agency

# Risikomanagement

## Identifizierte Risiken

- \* PTBS nach Grimwood-Vorfall
- \* Panikattacken bei Wolfsbegegnungen
- \* Steigende Aggressivität
- \* Kontrollverluste bei Events

## Präventivmaßnahmen

- \* Psychologische Betreuung
- \* Medikation vor Auftritten
- \* Strenge Event-Kontrolle
- \* Notfall-Team in Bereitschaft

## Notfallprotokolle

- \* Sofortiger Event-Abbruch
- \* PR-Krisenmanagement
- \* Alternative Content
- \* Medical Response Team



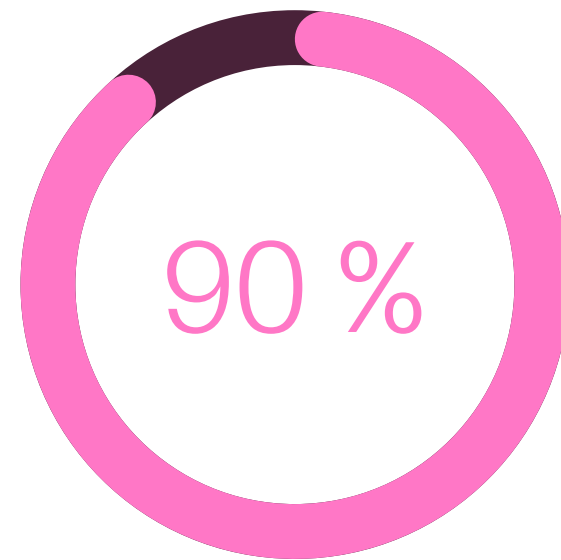


Q2 2024



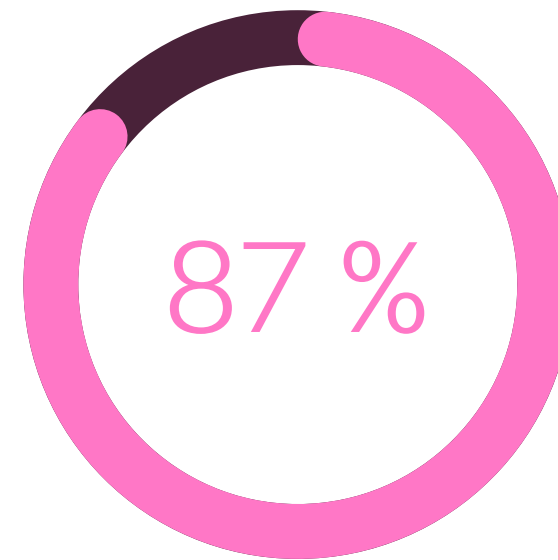
**CREABLISS**  
Marketing Agency

## Key Performance Indikatoren



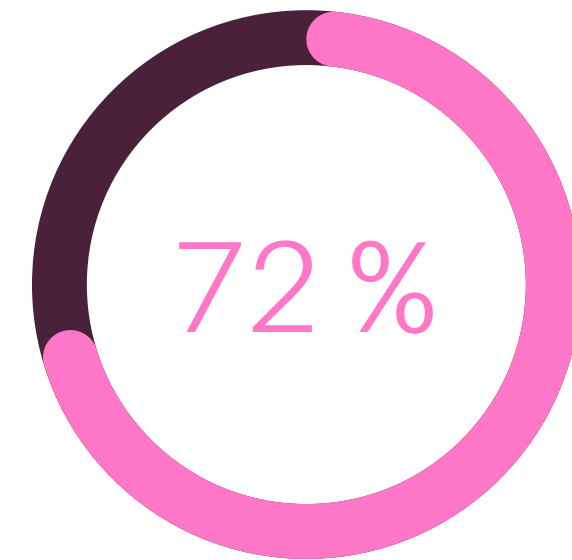
### MARKENWERT

- \* Teen Fashion Leader
- \* Mystery Brand Power
- \* Event Performance



### MEDIENPRÄSENZ

- \* Youth Media Coverage
- \* Fashion Influence
- \* Social Media Reach



### RISIKOCONTROLLING

- \* Asset-Stabilität
- \* Event-Sicherheit
- \* Trauma-Management



Q2 2024



**CREABLISS**  
Marketing Agency

# Executive Summary

Strategische Kernpunkte

## ASSET BEWERTUNG

- \* Starke Teen-Market Position
- \* Hohe Mystery-Brand-Power
- \* Psychologisch labil
- \* Großes Skandal-Potenzial

## HANDLUNGSEMPFEHLUNG

- \* Mystery-Marketing ausbauen
- \* Strikte Event-Kontrolle
- \* Verstärkte Asset-Überwachung
- \* Proaktives Krisenmanagement

Marketing Plan  
Rotkäppchen

**FAZIT: Asset trotz Trauma-Folgen hochprofitabel im Teen-Segment. Mystery-Marketing fortführen.  
Strikte Kontrolle der Grimwood Vale-Thematik essentiell.**