

Bitte selbst einfügen.

Marketingkonzeption

„Die Krone“ in Neuenburg am Rhein

Stefan Waidele

Abschlussarbeit im Rahmen des Seminars
Marketing Management im Tourismus

bei

Dipl.–Betriebsw. Anke Lüneburg

Ensisheimer Straße 2
79395 Neuenburg am Rhein
Stefan@Waidele.info

2. Dezember 2014

Gliederung

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1 | Einleitung | 3 |
| 1.1 | Begründung der Problemstellung | 3 |
| 1.2 | Ziele dieser Arbeit | 3 |
| 1.3 | Abgrenzung | 3 |
| 2 | Grundlagen | 4 |
| 3 | Marktanalyse | 5 |
| 3.1 | Angebotsanalyse | 5 |
| 3.2 | Nachfrageanalyse | 5 |
| 3.2.1 | Usecase: Stopover, privat, PKW | 5 |
| 3.2.2 | Usecase: Stopover, privat, Fahrrad | 5 |
| 3.2.3 | Usecase: Mehrere Tage, privat | 5 |
| 3.2.4 | Usecase: Stopover, dienstlich | 5 |
| 3.2.5 | Usecase: Mehrere Tage, dienstlich | 5 |
| 3.3 | Buchungskanäle | 6 |
| 3.3.1 | Direktbuchung | 6 |
| 3.3.2 | Internetportale | 6 |
| 3.3.3 | Ortsansässige Firmen | 6 |
| 4 | Umfeldanalyse | 7 |
| 5 | Unternehmensanalyse | 8 |
| 6 | Unternehmensziele | 9 |
| 6.1 | Erarbeitung | 9 |
| 6.2 | Realisierung | 9 |
| 6.3 | Überprüfung | 9 |
| 7 | Marketingziele | 10 |
| 7.1 | Erarbeitung | 10 |
| 7.2 | Realisierung | 10 |
| 7.3 | Überprüfung | 10 |
| 8 | Marketingstrategien | 11 |
| 8.1 | Erarbeitung | 11 |
| 8.2 | Realisierung | 11 |
| 8.3 | Überprüfung | 11 |
| 9 | Marketingmix | 12 |
| 9.1 | Erarbeitung | 12 |
| 9.2 | Budgetierung | 12 |
| 9.3 | Überprüfung | 12 |
| 10 | Marketingcontrolling | 13 |

| | |
|--------------------------------|-----------|
| 11 Fazit & Ausblick | 14 |
| 11.1 Fazit | 14 |
| 11.2 Ausblick | 14 |
| Literaturverzeichnis | 15 |
| Internetquellen | 15 |

1 Einleitung

1.1 Begründung der Problemstellung

1.2 Ziele dieser Arbeit

Ziel dieser Arbeit ist es, eine vollständige Marketingkonzeption für das Hotel–Restaurant Krone in Neuenburg am Rhein zu erstellen. Bereits vorhandene Elemente sind hierbei zu beschreiben, für die Zukunft fortzuschreiben und durch die fehlenden Elemente zu ergänzen.

Hierzu werden zunächst im Kapitel 2 *Grundlagen* die für diese Arbeit relevanten Begriffe und Konzepte definiert, bevor im Kapitel ?? ?? die Marketingziele des Unternehmens beschrieben bzw. neu bestimmt werden. Das Kapitel 8 *Marketingstrategien* entwickelt basierend auf ebendiesen Strategien, welche dann im Kapitel 9 *Marketingmix* zu einem konkreten Marketingmix weitergeführt werden.

Hierbei werden auf jeder dieser Ebenen auch Messgrößen für die Zielerreichung definiert, die der Erfolgskontrolle im Rahmen des Marketingcontrollings zu Grunde gelegt werden können.

1.3 Abgrenzung

2 Grundlagen

3 Marktanalyse

3.1 Angebotsanalyse

3.2 Nachfrageanalyse

3.2.1 Usecase: Stopover, privat, PKW

To do: mit oder ohne Haustier!

To do: Deutsche Rentner in Spanien

To do: Skifahrende Holländer

3.2.2 Usecase: Stopover, privat, Fahrrad

To do: Rheinradweg, Südschwarzwaldradweg

3.2.3 Usecase: Mehrere Tage, privat

To do: Radfahren, Markgräflerland, etc

3.2.4 Usecase: Stopover, dienstlich

To do: Außendienstler

3.2.5 Usecase: Mehrere Tage, dienstlich

To do: Montagemitarbeiter

3.3 Buchungskanäle

3.3.1 Direktbuchung

| |
|---|
| To do: Hoher Anteil sowohl an Zufalls– als auch an Stammgästen |
|---|

3.3.2 Internetportale

3.3.3 Ortsansässige Firmen

4 Umfeldanalyse

5 Unternehmensanalyse

6 Unternehmensziele

6.1 Erarbeitung

6.2 Realisierung

6.3 Überprüfung

7 Marketingziele

7.1 Erarbeitung

7.2 Realisierung

7.3 Überprüfung

8 Marketingstrategien

8.1 Erarbeitung

8.2 Realisierung

To do: Hoher Anteil sowohl an Zufalls– als auch an Stammgästen
Zufallskunde -> Stammkunde forcieren

8.3 Überprüfung

9 Marketingmix

9.1 Erarbeitung

9.2 Budgetierung

9.3 Überprüfung

10 Marketingcontrolling

To do: Je nach dem, wie die Abschnitte „Überprüfung“ der Kapitel ?? ??, 8 *Marketingstrategien* und 9 *Marketingmix* gestaltet werden, kann hier evt. nur eine Übersicht oder eine tabellarische Zusammenfassung nach Überprüfungszyklus stehen

11 Fazit & Ausblick

11.1 Fazit

11.2 Ausblick

Orwell (1949), Orwell (1949)

Literaturverzeichnis

Orwell, G. (1949). *Nineteen Eighty-Four*, Secker & Warburg, London.

Internetquellen

Orwell, G. (1949). *Nineteen Eighty-Four*, Secker & Warburg, London.

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, dass ich die beiliegende Abschlussarbeit selbstständig verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt sowie alle wörtlich oder sinngemäß übernommenen Stellen in der Arbeit gekennzeichnet habe.

(Datum, Ort)

(Unterschrift)

Sperrvermerk

Diese Arbeit enthält vertrauliche Daten und Informationen des betreuenden Unternehmens. Sie darf Dritten deshalb nicht zugänglich gemacht werden.

Die drei für die Prüfung notwendigen Exemplare verbleiben beim Prüfungsamt und bei den beiden betreuenden Hochschullehrern.