**Flauder**

**Hersteller Unternehmen**

**GOBA**

**Geschichte**

1930, als die Fremdenverkehrskultur rückläufig war, begann Josef Schmidinger, der Grossvater von Gabriela Manser, Appenzeller Mineralwasser aus der Quelle im Sonnenbad in Flaschen abzufüllen und brachte es auf den Markt. Mit seinem Pioniergeist legte er den Grundstein für das heutige Unternehmen.

1999 übernahm Gabriela Manser den Familienbetrieb. Mit viel Herzblut und schöpferischem Wagemut ist es ihr gelungen, in der globalisierten und monopolisierten Mineralwasserwelt eigenständige Perspektiven für das Unternehmen zu schaffen. In der regionalen Verwurzelung und weitsichtigen Innovationskraft liegt die Stärke des kleinen Riesen.

Was 1930 mit dem Ehepaar Schmidinger und einer einfachen Getränkeabfüllerei im alten Kurhaus im Gontenbad begann, ist heute ein Unternehmen mit rund sechzig Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Seit 1999 führt Gabriela Manser den Familienbetrieb in der dritten Generation weiter. Dank Investitionen in moderne Produktionsanlagen, der Entwicklung neuer Geschäftszweige wie die Goba Manufaktur und mit einzigartigen Produkten wie Flauder und Flauder iisfee hat sich die Goba AG als KMU einen festen Platz unter den Getränkeherstellern erobert.

**Sortiment**

Appenzeller Mineralwasser

Flauder

GOBA Grape

GOBA Cola

Flauder Konfi

BITTER Alpstein

Holunder Beere

Flauder Sirup

Apfel Sirup

**Standort**

**Umsatz-, Bilanz- und Marktanteilszahlen der Letzten 3 Jahre**

**Produktgestaltung**

**Produkteigenschaften:**

**Warum dieser Markenname:**

Bis 2013 hiess GOBA AG noch Mineralquelle Gotenbad AG, welches auch der Name der Mineralwasser Quelle ist wo die Firma gestartet hat.

Der Name GOBA AG besteht aus den ersten zwei Buchstaben von den Wörtern Goten und Bad (Gotenbad) **Go**ten**ba**d.

**Wie sieht das Design aus:**

**Warum diese Form der Verpackung:**

**Vertriebsgestaltung**

**Wie gelangt das Produkt zum Kunden:**

**In welchen Läden kann man es kaufen und warum anderswo nicht:**

**Welche Absatzwegpolitik der Hersteller betreibt:**

**Preisgestaltung**

**In welchem Preissegment wird das Produkt angeboten:**

**Wie hoch würden sie den Verkaufspreis festsetzen und warum:**

**Wie setzen die Preisermässigungen ein, welchen Abnehmern gewähren sie Rabatte oder spezielle Zahlungsbedingungen:**

**Werbepolitik**

**Gestallten sie 3 pfiffige Werbebotschaften für eine umweltbewusste, junge Kundschaft, Ihr Ziel Publikum ist im Alter 18 – 28 Jahren:**

**Welche Werbemittel:**

**Welche Werbepolitik betreibt der Hersteller:**

**Wie fördert der Hersteller den Verkauf:**

**Sie Sollen der Abteilung Marketing des Herstellers einen Vorschlag unterbreiten, wie die Werbung für ihr Produkt "XY" – im Unterschied zu Heute – neugestaltet werden könnte (Inserat, Plakat, TV, etc.). Gehen Sie gemäss der AIDA-Formel vor. Entwickeln Sie einen neuen Slogan für das Produkt:**

**Monster Energy Drink**

**Produktgestaltung**

**Produkteigenschaften:**

**Warum dieser Markenname:**

**Wie sieht das Design aus:**

**Warum diese Form der Verpackung:**

**Vertriebsgestaltung**

**Wie gelangt das Produkt zum Kunden:**

**In welchen Läden kann man es kaufen und warum anderswo nicht:**

**Welche Absatzwegpolitik der Hersteller betreibt:**

**Preisgestaltung**

**In welchem Preissegment wird das Produkt angeboten:**

**Wie hoch würden sie den Verkaufspreis festsetzen und warum:**

**Wie setzen die Preisermässigungen ein, welchen Abnehmern gewähren sie Rabatte oder spezielle Zahlungsbedingungen:**

**Werbepolitik**

**Gestallten sie 3 pfiffige Werbebotschaften für eine umweltbewusste, junge Kundschaft, Ihr Ziel Publikum ist im Alter 18 – 28 Jahren:**

**Welche Werbemittel:**

**Welche Werbepolitik betreibt der Hersteller:**

**Wie fördert der Hersteller den Verkauf:**

**Sie sollen der Abteilung Marketing des Herstellers einen Vorschlag unterbreiten, wie die Werbung für ihr Produkt "XY" – im Unterschied zu Heute – neugestaltet werden könnte (Inserat, Plakat, TV, etc.). Gehen Sie gemäss der AIDA-Formel vor. Entwickeln Sie einen neuen Slogan für das Produkt:**

**Coca-Cola Zero**

**Produktgestaltung**

**Produkteigenschaften:**

**Warum dieser Markenname:**

**Wie sieht das Design aus:**

**Warum diese Form der Verpackung:**

**Vertriebsgestaltung**

**Wie gelangt das Produkt zum Kunden:**

**In welchen Läden kann man es kaufen und warum anderswo nicht:**

**Welche Absatzwegpolitik der Hersteller betreibt:**

**Preisgestaltung**

**In welchem Preissegment wird das Produkt angeboten:**

**Wie hoch würden sie den Verkaufspreis festsetzen und warum:**

**Wie setzen die Preisermässigungen ein, welchen Abnehmern gewähren sie Rabatte oder spezielle Zahlungsbedingungen:**

**Werbepolitik**

**Gestallten sie 3 pfiffige Werbebotschaften für eine umweltbewusste, junge Kundschaft, Ihr Ziel Publikum ist im Alter 18 – 28 Jahren:**

**Welche Werbemittel:**

**Welche Werbepolitik betreibt der Hersteller:**

**Wie fördert der Hersteller den Verkauf:**

**Sie sollen der Abteilung Marketing des Herstellers einen Vorschlag unterbreiten, wie die Werbung für ihr Produkt "XY" – im Unterschied zu Heute – neugestaltet werden könnte (Inserat, Plakat, TV, etc.). Gehen Sie gemäss der AIDA-Formel vor. Entwickeln Sie einen neuen Slogan für das Produkt:**