

Kommunikationskonzept und Schärfung der Marke zur Produkt-einführung des innovativen Trinksystems von potiiio



Abstract

Die folgende Arbeit befasst sich mit der Erstellung eines Kommunikationskonzeptes und der Schärfung der Marke im aktuellen Marktumfeld der potiiio GmbH. Das Unternehmen potiiio GmbH ist ein Startup aus der Schweiz, welches ein innovatives Trinksystem entwickelt hat. In einer eigens entwickelten Trinkflasche wird Leitungswasser und eine mit Sirup gefüllte Kapsel eingeführt. Dadurch wird wesentlich weniger Zucker im Vergleich zu handelsüblichen Erfrischungsgetränken aufgenommen. Da die Markteinführung der Produkte im Frühjahr 2023 erfolgt, soll ein Kommunikationskonzept aufzeigen, mit welchen Mitteln und Botschaften kommuniziert werden soll. Zusätzlich soll die Marke im aktuellen Marktumfeld geschärft werden, da diese noch mehrheitlich unbekannt ist.

Dabei stellt sich die Frage, wie mit Hilfe von

ausgewählten Methoden Informationen für die Erstellung eines Kommunikationskonzeptes gewonnen werden können. Zusätzlich stellt sich die Frage, was das Produkt von potiiio ausmacht und welche Vor- und Nachteile das Trinksystem gegenüber der Konkurrenz aufweist. Ausserdem stellt sich die Frage, mit welchen Kommunikationsmitteln und Botschaften kommuniziert werden soll und wie sich die Unternehmung auf dem Markt positionieren kann.

Zur Beantwortung der Fragestellung wurden diverse Methoden ausgewählt. Anhand einer Situationsanalyse wird aufgezeigt, wie die aktuelle Ist-Situation der potiiio GmbH aussieht. Dabei wurde eine Markt- und Zielgruppenanalyse durchgeführt, welche Erkenntnisse zum Zielmarkt und der Zielgruppe liefert.

Eine Konkurrenzanalyse zeigt zudem auf,

welche Stärken und Schwächen die Produkte der potiiio GmbH gegenüber den Konkurrenten aufweisen und wie sich die Konkurrenten auf dem Markt positionieren. Das Markensteuerrad und die Markenpositionierung nach Esch zeigen zudem auf, wie sich die potiiio GmbH auf dem Markt positionieren kann.

Mit Hilfe der erhaltenen Informationen der durchgeführten Analysen konnten zum Schluss drei unterschiedliche Kommunikationskonzepte erstellt werden. Dabei wurde eine Empfehlung abgegeben, welches Kommunikationskonzept von der potiiio GmbH weiterverfolgt werden soll.

Lukas Langenegger

Dozent*in:
Angelos Apostolidis

Expert*in:
Abhiramie Ramakrishnan

Wirtschaftspartner:
potiiio GmbH

Semester:
HS 22

Bildquelle:
© (AdobeStock, potiiio GmbH)