

Learners' Company Projekt

Andorra

eine Wintersportdestination will auf den (Nord-)Deutschen Quellmarkt - wie?!

Auftraggeber

SNOWmotion – Spezialreiseveranstalter für individuelle Wintersportreisen in Andorra, Bremen

Auftrag

Durchführung einer Potentialanalyse mit Hilfe einer

- Stärken-/Schwächenanalyse der Winterdestination Andorra
- Zielgruppen- und Produktanalyse des Reiseveranstalters SNOWmotion

Ziel des Projekts

Entwicklung umfassender Marketingstrategien



Ergebnisse der Potentialanalyse

Stärken Andorras

- Günstiger Skipass
- Erlebnisse abseits der Piste, z.B. großartige Einkaufsmöglichkeiten
- Bequemlichkeit: komfortable Fluganreise, geregelter Transferservice
- Neue Sportarten
- Angenehmes Klima mit 300 Sonnentagen
- Skisaison von Anfang November bis Ende Mai

Schwächen Andorras

- Geringer Bekanntheitsgrad
- Andorra hat 300 km Pisten
 - Relativ gering im Vergleich mit Regionen in den Alpen

Zielgruppenanalyse

Charakteristika:

- Zwischen 25 und 60 Jahren (Mehrheit 40-50 Jahre)
- Erfahrene, anspruchsvolle Alpinsportler
- Verfügen über höheres Einkommen
- In Ferienzeiten überwiegen Familien, sonst größtenteils Individualtouristen und Gruppenreisende

Einzugsgebiet:

- Momentan kommt die Zielgruppe aus Bremen und Umgebung
- Erweiterung des Einzugsgebietes ist geplant
 - Flughafenshuttles (Hamburg, Groningen)
 - Zusammenarbeit mit Rail&Fly (Berlin, Rostock, Dortmund)
 - Eigene Zubringerbusse (Ruhrgebiet)

Umsetzung der Ergebnisse

- Erstellung eines Katalogs
 - Schwerpunkt auf Stärken Andorras und USP's der Reise
- Kooperation
 - SNOWdome - Flyerauslage
 - Handschuhe ROECKL Bremen – Katalogauslage, Weiterempfehlung
 - Windsport Fehmarn – Katalogbeilage bei Bestellversand
- Köln Marathon Sommer 2012: Flyerbeilage in Starterbags
- Zubuchbare Städtereise (Barcelona, Girona, Toulouse)
- Social Media: Erstellung einer Facebook Fanpage
- Internetseite ist in der Umstrukturierungsphase

Projektleiter: Jens Heeren; Geschäftsführer SNOWmotion, Bremen

Projektbetreuung: Prof. Dr. Renate Freericks, Hochschule Bremen

Projektgruppe: 12 Studierende des Internationalen Studiengangs Tourismusmanagement (ISTM)
Internationalen Studiengangs Angewandte Freizeitwissenschaft (ISAF)

Produktanalyse SNOWmotion

USPs:

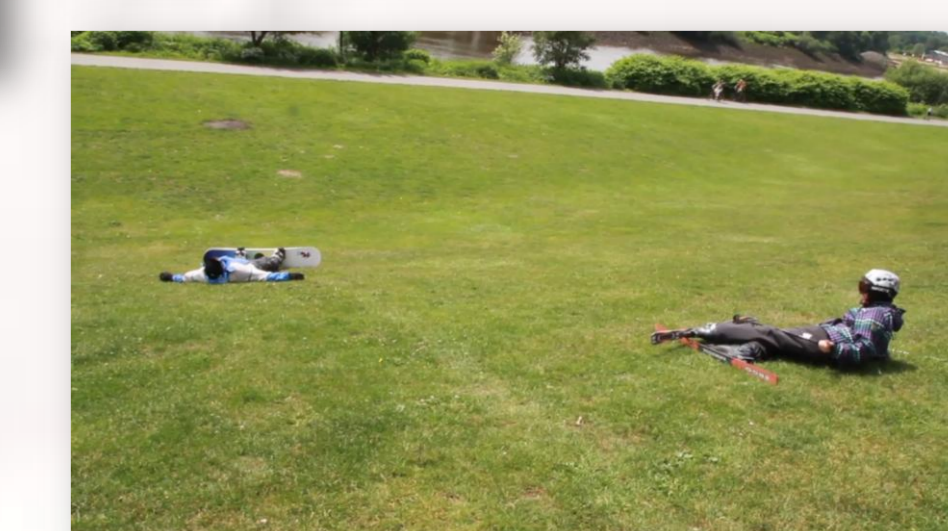
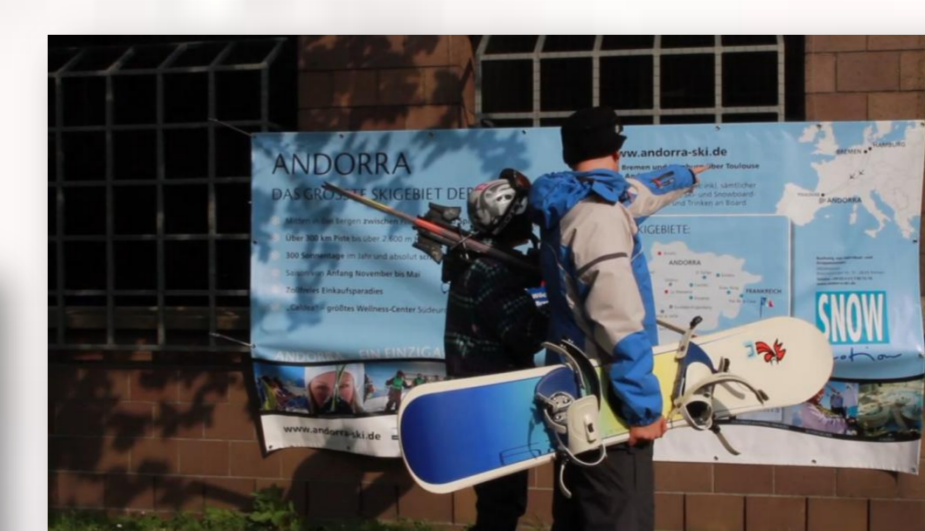
- Kaum Konkurrenz für die Destination Andorra auf dem deutschen Reiseveranstaltermarkt
- Anreise mit dem Flugzeug
- Exklusives Reiseziel
- Hotels liegen direkt an der Piste
- Sehr guter Service vor Ort
- Neben Skikursen auch viele Freeridemöglichkeiten
- Hervorragendes Preis-Leistungsverhältnis

Verkaufsinstrumente:

- Angebot von Freeride- oder Offpist-Wochen im Januar
- Mid-week-Variante: Reisen von Sonntag bis Freitag
 - Attraktiv durch vergünstigten Preis inklusive Specials
- Ermäßigungen
 - „3 für 2“, Frühbucherrabatte
 - Gratis Skiverleih
 - Zimmerupgrade
- Einzigartige Angebote
 - z.B. Kombination von Ski- und Städtereisen (z.B. Barcelona, Girona)

Marketingideen

- Katalogerstellung
- Werbeaktionen in Städten auf den Zubringerachsen des Rail&Fly-Netzes bei Sportevents in den Sommermonaten
 - Mögliche Events: Marathon, Volleyballturniere, Windsurfwettbewerbe
- Zusammenarbeit mit Bremer Radiosender ‚Radio Energy‘, bei dessen Radioreise eine Reise nach Andorra mit SNOWmotion gewonnen werden kann
- Kooperationen mit Werbepartnern
- Websiteoptimierung
- Nutzung von Social Media
- Werbe- bzw. Imagefilm
 - Veröffentlichung auf der Homepage
 - Verbreitung auf YouTube



Szenenbeispiele aus dem gedrehten Imagefilm

Ansprechpartnerinnen:

Nino Grundmann: ngrundmann@stud.hs-bremen.de

Maike Radermacher: mradermacher@stud.hs-bremen.de