

Fallstudie Marketing-Kommunikation

Das erste Stuttgarter Partyfloß des Neckar-Käpt'n – Von der Idee bis zur Markteinführung (April – August 2008)



Anfang März 2008 fiel der Startschuss beim Stuttgarter Neckar Käpt'n für ein zusätzliches Personenschiff. Ein Schiff in Form eines Floßes, verkleidet mit Holz, mit einem ebenen Deck mit Platz für bis zu 200 Personen und einzigartiger Biergarten-Atmosphäre.

TT Comm wurde beauftragt mit der Erstellung und Realisierung eines Marketingkonzepts zur Produkt-Neueinführung.

Die Aufgabenstellung lautete klip & klar: „**Sorgt dafür dass zur Ankunft des Floßes in Stuttgart eine Menge los ist, und dass das Floß vom ersten Tag an verchartert ist.**“

Konzeption

In ersten Brainstormings (hier wurde eine Menge Papier mit MindMaps bemalt) wurde ermittelt, was alles nötig ist, um diese Aufgabe zu erfüllen. Eingedampft auf das Machbare, ergaben sich folgende Punkte:

- Festlegung der Zielgruppen
- Name und Signet das Floß
- Fundraising (Sponsor finden)
- Medienpartner- Rundfunk/Print finden
- Pressearbeit
- Anzeigen
- Flyer
- Homepage
- Mailing-Karte
- Merchandising Artikel

Die Reihenfolge und Verzahnung der Mittel und Medien, zusammen mit einem realisierbaren Zeitplan, unter Berücksichtigung sich ständig verändernder Rahmenbedingungen, war eine Herausforderung, der wir uns gern gestellt haben.

Am Anfang standen eine Idee und eine Werkszeichnung. Um überhaupt irgendetwas visuell darstellen zu können, wurde Kerstin Willner beauftragt für uns eine **Illustration** anzufertigen. Sie hat dies mit bemerkenswerter Fantasie realisiert. Diese Illustration diente monatelang allen anderen Kommunikationsaufgaben.

Internetauftritt

Schon in der Bauphase wurde ein erster Internetauftritt erstellt: Mit Hilfe von Illustrationen konnte das unfertige Floß visualisiert werden. Fotos des Baufortgangs wurden tagesaktuell eingestellt. Ein Film mit Sound macht Lust darauf, wieder einmal Wasser zu erleben. Von Anfang an war die Seite zweisprachig angelegt. Alle Texte werden zeitgleich übersetzt und eingestellt. Die typo3-Einrichtung übernahm dabei **Puremedia**, auf der Basis von Layouts von **Kerstin Willner**. Das Einpflegen der Inhalte obliegt **TT COMM**.

Als Hauptadresse einigten wir uns mit dem Kunden auf partyfloss.com; einige weitere Domains führen ebenfalls auf diese Seite.

Mailing

Ende Juni 2008 ging ein Mailing an 22.126 ausgewählte Adressen. Die Mailingkarte war mit einem Gewinnspiel verbunden, bei dem man Freikarten für Exklusivfahrten gewinnen konnte. Gewinnspielinteressierte mussten sich mit Hilfe eine VIP-Codes auf der Homepage einloggen. Somit war eine Verzahnung mit der neuen Homepage gegeben.

387 Log-Ins und 80 Buchungsanfragen waren das überaus erfreuliche Ergebnis dieser Aktion. wurden die Gewinner per Los gezogen und zur Taufe des Floßes am 23. August 2008 eingeladen.

Stuttgarter Partyfloß – machen Sie die Entdeckung!

Die neueste Stuttgarter Location bietet alles, was Sie für Ihre Veranstaltung suchen:

- Exklusivität und Individualität
- Platz für bis zu 200 Personen
- Freie Raumgestaltung und Bestuhlung

Für Incentives, Produktpräsentationen, Gästebetreuung nach Messen oder Kongressen, Betriebsausflüge ...

Sie geben das Ziel vor!
Bei einer individuellen Charterfahrt entscheiden Sie über

- Start- und Zielpunkt
- Ausstattung, Bestuhlung, Dekoration
- Programm
- Catering

Genießen Sie VIP-Status
Vor der offiziellen Indienststellung führen wir exklusive Fahrten mit geladenen Gästen durch.

Unter den Besuchern unserer VIP-Area im Internet verlosen wir 3 x 2 Freikarten im Wert von je 75,00 EUR.

Termine:
Mittwoch 23. Juli, 15:00 Uhr
Donnerstag 24. Juli, 15:00 Uhr

Geben Sie Ihren VIP-Code ein auf www.partyfloss.com.
Tragen Sie ein, bei welcher Fahrt Sie als möglicher Gewinner mitfahren möchten.

Bei Buchung einer Gruppenfahrt mit mindestens 30 Teilnehmern erhalten Sie zwei Freikarten für eine der Exklusivfahrten.

Das Stuttgarter Partyfloß steht ab Mitte Juli zur Verfügung.



Stuttgarter Partyfloß
Wasser, Sonne, Wind und Sterne



Projektziele - Baubeginn 4/2008

Ihr VIP-Code auf www.partyfloss.com:
eX150708

Auskünfte und Buchungen weiterer Schiffe des Neckar-Käpt'n:
Neckar-Käpt'n · Anlegestelle Wilhelma · 70376 Stuttgart
Telefon 07 11 54 99 70 60 · buchung@neckar-kaeptn.de

Flyer

Rechtzeitig zum Stuttgarter Hafenjubiläum, auf dem der Neckar-Käpt'n mit einem Infostand vertreten war, waren die ersten Flyer (noch mit Illustrationen) ausgeliefert worden. Die Nachfrage war enorm.

Nach Vorliegen realer Fotos wurde der Flyer überarbeitet und in höherer Auflage gedruckt. Er liegt auf den Schiffen und am Kartenhäuschen des Neckar-Käpt'n aus und wird Angeboten beigelegt. Als PDF wird er E-Mail-Anfragen beigelegt.



Fundraising

Die Sponsorsuche war einer der ganzen wichtigen Punkte in der Vermarktungsstrategie. Da das Floß Biergartenatmosphäre ausstrahlt, erschien eine Brauerei der geeignete Sponsorpartner.

Die Entscheidung fiel für die Brauerei Warsteiner mit ihrer Marke „König Ludwig Weißbier“. Als Krönung des Sponsoringpaketes wurde das Floß auf den Namen „König Ludwig“ getauft, und erstrahlt im sonnigen Design des Sponsors.



Medienwerbung (Anzeigen + Funk)

Der Sommer-Mediaplan des Neckar-Käpt'n wurde um ein Extrabudget erweitert und in die Anzeigen das Floß mit aufgenommen. Etwa 60 Anzeigen wurden in den Monaten Juni – August regional und in Fachzeitschriften geschaltet.

Auch 12 Rundfunk-Spots bei Radio Energy wurden geschaltet in Verbindung mit einem kleinen Gutschein für die Zuhörer, die sich während der Sommerferien für eine Fahrt mit dem Neckar-Käpt'n entscheiden.



Pressearbeit

Regelmäßig wurden Pressemitteilungen über den Baufortschritt an die regionale und Special Interest-Presse herausgegeben. Das Presseecho in Form von Vorankündigungen und Berichten war erwartungsgemäß groß.

Zur Überführungsfahrt wurden Statisten eingeladen, damit rechtzeitig vor der Taufe reale Fotos veröffentlicht und an die Presse herausgegeben werden konnten.

Zur Überführungsfahrt und zur Taufe kamen nicht nur zahlreiche Vertreter der Printmedien, sondern auch Funk- und TV-Redakteure von Regio TV und SAT 1, SWR 1 und SWR 4.

Taufe

Die Taufe fand am 23. August 2008 in Stuttgart statt, wo das Floß auf den Namen „König Ludwig“ getauft wurde. Zuvor waren Einladungen zu gestalten und eine Adresdatenbank zu erstellen.

Für die Taufe wurden die Taufreden geschrieben. Während der Veranstaltung wurden die geladenen Gäste betreut.



City Cards

Um besonders das Interesse der jüngeren Bevölkerung auf das Floß zu lenken und somit gezielt eine neue Zielgruppe anzusprechen, entschied man sich für eine City Card.

Sie wurde in einer Auflage von 20.000 Exemplaren gedruckt und in Stuttgart verteilt.



Resümee

Das Projekt wurde in fünf Monaten entwickelt und mit einem kleineren fünfstelligen Budget schnell und kostengünstig zur vollsten Zufriedenheit des Kunden umgesetzt.