

KOMMUNIKATIONSKONZEPT

GSTACH

The logo consists of the word "GSTACH" in a bold, red, sans-serif font. The letter 'A' is replaced by a stylized red pig face, which is a circular shape with two small, curved ears on top and a small, smiling mouth.

V 2 / 27.2.2009

erstellt von Susanne Weiss/medienweiss

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage	5
2	Aufgabenstellung	5
3	Situation des Betriebes	6
3.1	Schweinemast	6
3.1.1	Qualitätskriterien Schweinemast	6
	„AMA“-Gütesiegel	6
	„Ländle“	7
	„TGD“	7
3.1.2	Weitere selbst auferlegte Qualitätskriterien	8
3.1.3	Futtermittellieferanten	8
3.1.4	Ferkellieferant	8
3.2	Schlachtbetrieb.....	9
	Qualitätskriterien „bos“	9
3.3	Bodennahe Gülleausbringung	10
3.4	Biogasanlage.....	10
3.5	Mitbewerber	12
4	Analyse	12
4.1	Stärken	12
4.1.1	Betriebliche Stärken	12
4.1.2	Stärken der einzelnen Produktionsbereiche	13
	Schweinemast und –schlachtung	13
	Biogasanlage und Gülleausbringung	13
4.2	Schwächen	13
4.3	Chancen	14
4.4	Risiken.....	14
4.5	SWOT-Analyse mit Polaritätenprofil	15
5	Ziele	16
	Reihung der Kommunikationsziele nach deren Wichtigkeit:	16
	Weitere geplante Projekte in Zukunft:.....	16
6	Zielgruppen	17
6.1	Zielgruppen: Mastschweine für Metzger	18
6.1.1	Telefonische Kundenbefragung der Metzger	18
	Hatlermetzger in Dornbirn, Herr Martin Fink	19
	Metzgerei Gottfried Lampert in Feldkirch	19
	Herberts Dorfmetzger in Meinigen, Herr Herbert Koch	20
	Fazit der Kundenbefragung	20
6.2	Zielgruppen: Lohnschlachtung für Landwirte	20
6.3	Zielgruppen: Gülle für Landwirte.....	21

6.3.1	Zielgruppen: Biogas-Substrat für Gärtnereien.....	21
6.4	Zielgruppen: Spanferkel für div. Kunden	22
	Konsumenten.....	22
	Eventagenturen	23
	Veranstalter von öffentlichen Festen.....	23
	Tourismusbetriebe	23
	Vereine und Firmen.....	23
7	Positionierung	24
7.1	Marke GSTACH	24
7.2	GSTACH-Qualitätssiegel	25
7.3	Positionierung: Image & Corporate Identity	26
7.4	Positionierung: Motivation der Zielgruppen	27
7.5	Positionierung: Bereichszweige	28
7.6	Verein „Die Schwertlilie“	28
8	Botschaften	29
8.1	Werbelinie & Corporate Design.....	30
	Visueller Stil	30
	Tonalität	30
	Logo	30
	Farben.....	31
	Hausschrift	31
	Bildideen.....	31
	Slogan	32
9	Kommunikationsmaßnahmen	33
	Landwirtschaftsbezogene Medien	33
9.1	Eventmarketing: 30-Jahr-Feier.....	33
9.2	Homepage.....	34
9.2.1	Weitere Veröffentlichungen im Internet.....	35
9.3	Werbemaßnahmen für Metzger.....	36
9.4	Werbemaßnahmen für Landwirte	37
9.4.1	Landwirte: Biogas-Substrat und Gülleausbringung.....	37
9.4.2	Landwirte: Lohnschlachtung.....	38
9.5	Werbemaßnahmen Spanferkel	39
10	Maßnahmen-Zeitplan	40
11	Etatplanung	41
12	Erfolgskontrolle	42