

Dipl. Event- | Marketingkommunikator

TEIL 4 - Werkstattprüfung der Zertifikats-Prüfung

Zum Lösen haben Sie 90 Minuten Zeit,
anschliessend ist die Prüfung abzugeben.

ReBACK - Brot im Kreislauf!

3 Werkstattprüfung 1	50 Punkte – vorheriges Dokument
4 Werkstattprüfung 2	50 Punkte – Dieses Dokument
Total	100 Punkte

Prüfungskandidat: (Name | Vorname)

Prüfungsergebnis der Werkstattprüfung:

Punkte Werkstattprüfung Teil 4 Total: _____



Ende 2016 sah der junge Bäcker Marc Jaisli in der Tagesschau einen Beitrag über die Hungersnot in Afrika, und zwei Minuten später kam in der selben Tagesschau ein Bericht über «Foodwaste», wo es darum ging, dass in der Schweiz ein Drittel aller Lebensmittel weggeworfen werden. Das stiess ihm damals extrem sauer auf. Einige Wochen später beschäftigte ihn diese Geschichte noch immer und er

beschloss, seinen eigenen Beitrag zur Linderung dieses Problems zu leisten.

«Jaisli ReBack® steht für Recycling und Renaissance und ist unsere genussvolle Antwort auf «Foodwaste» (USP). Es sollen nebst dem bereits bestehenden ReBack Brot und des Hot-Karott® weitere Produkte folgen, sodass eine breite Produktpalette entsteht, welche alle zu mindestens 35% aus internen unverkauften Produkten bestehen. Dadurch soll eine noch grössere Zielgruppe erreicht werden. Anlässlich des Welternährungstags vom 16. Oktober 2017 lancierten wir das Jaisli ReBack Brot. Dieses Brot besteht aus 40% internen unverkauften Broten und ist nachhaltig und ökologisch und dadurch voll im Trend. 2 Wochen später kam bereits das zweite Produkt, nämlich das Hot-Karott®. Bei diesem warmen Snack handelt es sich um ein gekochtes Rüebl (Aargau) mit Sweet-sauer Sauce in einem ReBack-Brötli. Herkunft und Regionalität unserer Kartoffeln sind für uns seit jeher von grosser Bedeutung.



Aufgabe 1

6 Punkte

Zählen Sie je 3 Marktvorteile auf, die **ReBack** respektive **Hot-Karott** stark machen und begründen Sie ihre Meinung in ganzen Sätzen!

Marktvorteil ReBACK	Begründung

Marktvorteil Hot-Karott	Begründung

Aufgabe 2

3 Punkte

Die Firma **Jaisli** möchte sich noch weiter vergrößern. Foodwaste (Essenverschwendung) steht dabei im Fokus. Nennen Sie 3 weitere Produkte, die die Firma neu kreieren und anbieten könnte. Dabei ist zu beachten, dass sie die neuen Produkte ins Marketing-Konzept und ins Image der Firma passen müssen. Beschreiben Sie das Produkt in ganzen Sätzen!

Produkt	Beschrieb

Aufgabe 3

4 Punkte

Die Firma **Jaisli** möchte den Verkauf ihrer foodwaste-Produkte weiter ankurbeln! Nennen Sie vier Marketinginstrumente, die zum Produkt passen und auch erfolgreich sein können. Begründen Sie Ihre

Marketinginstrument	Begründung

Aufgabe 4

4 Punkte

Das **ReBACK** und das **Hot-Karott** haben auch kritische Stimmen! Welche 4 Nachteile könnten von Kritikern genannt werden? Stimmen Sie dieser Kritik zu? Antworten Sie in ganzen Sätzen!

Nachteile	Stellungnahme

Aufgabe 5

6 Punkte

Die Firma **Jaisli** hat sich entschieden an der Züspa einen Messe-Stand-Platz zu mieten. Dafür leisten sie sich einen Individual-Stand, den sie speziell für diese Messe herstellen lassen. Nennen Sie 3 Vor- und 3 Nachteile eines Individual-Standes im Vergleich zum System-Stand

Vorteile	Nachteile

Aufgabe 6

6 Punkte

Unten sehen Sie den Grundriss des Stand-Platzes von 12m². Wie könnte dieser für die **Firma Jaisli** und ihre zwei Produkte sinnvoll eingerichtet werden? Zeichnen Sie Ihre Vorstellungen in entsprechender Plangrösse ein und beschriften Sie alle Details und Aktivitäten! Nennen Sie auch Details wie Farbe, Dekor-Inhalte, etc.

Seitenwand

Seitenwand

Seitenwand

Aufgabe 7

3 Punkte

Die Bedürfnisse und deren Befriedigung durch Produkte am Markt gliedern sich in 3 Stufen! Womit können die Produkte von der **der Firma Jaisli** in den einzelnen Stufen punkten? Nennen Sie je 2 Gründe!

Nr.	Stufe	Pluspunkte Jaisli
1	Grundnutzen	
2	Nebennutzen	
3	Zusatznutzen	

Aufgabe 8

6 Punkte

ReBACK hat einen Slogan

Brot im Kreislauf!

Hot-Karott hat noch gar keinen Slogan

Es ist an der Zeit, dass mehr Slogans dazu kommen! Welche Slogans schlagen Sie vor? Machen Sie je drei Vorschläge für ReBACK und Hot-Karott!

Slogan Re BACK

Slogan Hot-Karott

Aufgabe 9

12 Punkte

Fülle die SWOT-Analyse für die foodwaste-Produkte der Firma Jaisli aus! Schreibe je 2 Stärken, 2 Schwächen, 2 Chancen und 2 Gefahren, sowie je eine Strategie in die entsprechenden Felder!

<p>S-W-O-T Analyse Jaisli-Beck AG (Profilierungsstrategie)</p>	<p><u>Stärken (Intern)</u></p>	<p><u>Schwächen (Intern)</u></p>
<p><u>Chancen (Extern)</u></p>	<p>Strategie:</p>	<p>Strategie:</p>
<p><u>Gefahren (Extern)</u></p>	<p>Strategie:</p>	<p>Strategie:</p>