

Marketingstudie für Badische Staatsbrauerei Rothaus



Marketingkurs mit Lehrer Simon Denz und Marketingleiter Christoph Ebers (rechts hinten)

24 Berufsschüler analysieren den Einfluss der Gebindeart auf den Bierkonsum in der Region

„Die 0,33-Liter-Flasche ist die beliebteste Flaschengröße in der Region“, dies war eines der detaillierten Ergebnisse der Marketingstudie, welche künftige Großhandels-, Industrie-, und Bürokaufleute nach der Auswertung von 750 Fragebögen dem Marketingleiter Christoph Ebers und seinen Mitarbeitern in der Rothausbrauerei präsentieren konnten.

Im dritten Ausbildungsjahr bietet die Kaufmännische Berufsschule den Auszubildenden verschiedene Ergänzungsprogramme an. Eines dieser Programme ist der Marketingkurs.

Mit Wirtschaftslehrer Simon Denz analysierten die Auszubildenden in Kooperation mit der Badischen Staatsbrauerei Rothaus den Einfluss der Gebindeart auf das Nachfrageverhalten der Bierkonsumenten. In der rund 50 Seiten starken Dokumentation wird unter anderem genau untersucht, welchen Einfluss Familienstand, Trinkgewohnheit, Flaschengröße, Verpackungseinheit und Altersstruktur auf das Nachfrageverhalten haben. „Ein innovatives Gebinde, wie etwa der Sixpack hat hohe

Relevanz für die Markenwahl“, erläutern die Berufsschüler. Ebenfalls konnten sie zur Freude von Herrn Ebers feststellen, dass ein erst kürzlich eingeführtes Gebinde der Brauerei Rothaus schon signifikant von den Kunden wahrgenommen und nachgefragt wird.

Das Kooperations-Projekt ist zu beiderseitigem Nutzen. „Die Azubis lernen die konkrete Umsetzung theoretischer Kenntnisse in die Praxis und trainieren Schlüsselkompetenzen wie Teamfähigkeit, Problemlösungskompetenz und selbständiges Denken“, erläuterte Simon Denz. Das Unternehmen kann aus den gewonnenen Daten Rückschlüsse für die Marketingstrategie ziehen.

Christoph Ebers bedankte sich beim Marketingkurs für die engagierte und ergebnisreiche Studie und würde sich freuen, wenn auf Basis dieser Ergebnisse eine weiterführende Studie im neuen Schuljahr durchgeführt werden könnte.

Zum Abschluss wurde der Marketingkurs zu einer Betriebsbesichtigung mit anschließender Verköstigung eingeladen.