



VAPIANO®

PASTA | PIZZA | BAR

Meets Ponce City

Ein internationaler Geschäftsplan von Sam Baker

I. EINLEITUNG

Die Art des vorgeschlagenen Geschäfts, Produkts oder Services und eine kurze Beschreibung.

II. ANALYSE DER INTERNATIONALEN GESCHÄFTSLAGE

a. Geografische und demografische Informationen.

b. Marktsegmentanalyse Zielmarkt

i. Alter, Einkommensniveau, Bevölkerungsschätzung, andere spezifische demographische Informationen.

ii. Wirtschaftsinformationen.

iii. Kaufverhalten des Kunden im Zusammenhang mit dem vorgeschlagenen Produkt und/oder der Dienstleistung.

III. ANALYSE DES POTENZIALSPEICHERS

a. Die Gründe für die Auswahl des Standortes.

IV. VORGESCHLAGENE WERBEVORSCHRIFTEN-STRATEGIE

a. Beschreibung der Strategie und Art der Umsetzung.

I. EINLEITUNG

Über *Vapiano*®

Vapiano® ist eine italienische Lifestyle-Marke, die im Jahr 2002 gegründet wurde. Mark Korzilius, Gründer und vorher CEO des Unternehmens, wollte ein "*Fresh Casual Dining*" - Konzept kreieren, das die Idee von "*Fast Casual*" und "*Casual Dining*" vereinen sollte ein einzigartiges kulinarisches Erlebnis. Das Restaurant bietet nur frische Zutaten in all seinen Pasta, Pizzateig, Saucen, Dressings und Dolci; welche jeden Tag im Haus zubereitet werden. Kunden bestellen am Schalter und warten, während das Essen direkt vor ihren Augen zubereitet wird. Dadurch können weniger Fehler gemacht werden und die Gäste können spezielle Anfragen stellen.



Neben dem individuellen Stil der Bestellung sah Korzilius auch ein gewisses Maß an Ambiente vor, um eine komfortable, entspannende Atmosphäre für die Gäste zu schaffen. Dazu gehören lange Eichentische, essbare lebende Pflanzen, eine Walk-up-Bar und verschiedene Arten von Sitzgelegenheiten. Seine Vision war für jedem Gast die Möglichkeit zu geben, sein kulinarisches Erlebnis so zu gestalten, wie er es sich vorstellt. Zum 31. Dezember 2017 umfasst das *Vapiano*®-Franchise 205 Restaurants in 33 Ländern auf fünf Kontinenten. *Vapiano*® ist eine Publikumsgesellschaft und seit dem 27. Juni 2017

im Prime Standard der *Frankfurter Wertpapierbörse* gelistet. Ungefähr 33% der Restaurants sind im Besitz des Unternehmens; der Rest wird von Franchisepartnern oder als Joint-Venture-Unternehmen betrieben. Das SE plant bis zum Ende des Geschäftsjahres rund 85 Millionen Euro.

II. ANALYSE DER INTERNATIONALEN GESCHÄFTSLAGE

- a. Atlanta ist die größte und Hauptstadt des Bundesstaates Georgia. Atlanta ist der wichtigste Handels- und Verkehrsknotenpunkt im Südosten der Vereinigten Staaten. Hier befindet sich auch der verkehrsreichste Flughafen der Welt.



- b. Marktsegmentanalyse Zielmarkt

- i. Laut der Volkszählung von 2016 hat Atlanta eine Bevölkerung von 472.522 und beherbergt mehr als 5,8 Millionen Menschen. Dies macht es zum 9. größten Ballungsraum in den USA. Frauen machen 50,7% der Bevölkerung aus. Die beiden dominierenden Rassen in der Region sind Kaukasier mit 40,1% und Schwarze oder African Americans mit 52,4%. Etwa 40% der Stadtbevölkerung sind zwischen 18 und 35 Jahre

alt. Diese Altersgruppe ist der Zielmarkt von *Vapiano*® und macht 80% ihres Umsatzes aus.

- ii. Die Wirtschaft der Städte wird von mehreren Industrien geführt. Service, Konventionen, Kommunikation, Einzelhandel, Produktion, Finanzen und Versicherungen sind die prominentesten. Es gibt ein geschätztes GDP von über \$324 Milliarden. Über 75% der Fortune-1000-Unternehmen sind präsent in Atlanta. Es beherbergt auch Büros von etwa 1250 multinationalen Unternehmen.
- iii. Laut dem *US Bureau of Labor Statistics* wurden 42,2% aller Ausgaben für Nahrungsmittel in der Region Atlanta (2015-16) für das Essen außerhalb zuhause ausgegeben.

III. ANALYSE DES POTENZIALSPEICHERS

c. Ponce City Market



Der *Ponce City Market* liegt im Herzen von Atlanta, Georgia, und ist ein Mix-Use-Projekt entlang der *BeltLine* mit nationalen und lokalen Einzelhandelsankern, Restaurants, einer Lebensmittelhalle, Boutiquen, Büros und Wohneinheiten. Im Jahr 2012 gegründet, hat diese einzigartige Attraktion die Augen von

Einheimischen und Touristen gleichermaßen gefangen. Die trendige, Grunge-artige Atmosphäre ist der perfekte Ort, um einen Nachmittag mit der Familie zu Shoppen oder mit den Mädels in der Stadt auszugehen. Das gastronomische Angebot reicht von Cafés und Bäckereien - bis hin zu einem erhöhten Biergarten - und allem dazwischen. Wenn es um den Einzelhandel geht, bietet der Ponce Läden, die Ihnen helfen, Ihre gesamte Wardrobe neu zu erfinden, Ihren Innenarchitekten zu channeln, sich über die neuesten Technologien zu informieren, und sogar diesen Naschkatzen zu befriedigen.

Einer der größten Anziehungspunkte für Ponce ist das Gefühl der Gemeinschaft, das es in eine weit verbreitete Stadt bringt. Ihr Online-Kalender wird ständig mit ganzjährigen Veranstaltungen wie Yoga Kursen, Filmvorführungen, Weinproben und saisonalen Aktivitäten wie "*Skate the Sky*" aktualisiert, einem Winter-Event, bei dem der *Skyline Park* (der Dachpark), eine Eislaufbahn eröffnet. Diese Veranstaltungen fördern die Chance für Menschen aus der ganzen Stadt zu vermischen, und tragen so zu einer eher gemeinschaftsfreundlichen Atmosphäre.

Wenn Leute *PCM* besuchen, ist es normalerweise ein "den ganzen Tag" Ereignis - das heißt, es ist eine zielorientierte Erfahrung. Kunden nehmen normalerweise eine Pause von dem Einkaufen, um etwas zu essen. Dadurch können sie ihre Energie zurückgewinnen und wieder aufgeladen werden, um weiter einzukaufen. Statistisch gesehen erhöht die Kombination von Einzelhandel und Restaurants die Verweildauer und gibt den Kunden einen Grund, an erster Stelle zu stehen. Es baut auch Kundentreue auf und fördert eine mutualistische Beziehung zwischen den Einzelhändlern und den Restaurants vor Ort.

IV. VORGESCHLAGENE WERBEVORSCHRIFTEN-STRATEGIE

a. Das neue und verbesserte Rewards-Programm: *Vapiano® Red*

Vapiano® Red wird eine ganz neue Art des *Vapiano®*-Erlebnisses vorstellen.

Ähnlich wie das Starbucks Gold Card-Programm ist *Vapiano® Red* ein Treueprogramm, das Kunden als häufige Besucher belohnt.



Bei der Ankunft tippen die Gäste auf ihre Red Card und beginnen damit die Belohnung für diesen Besuch. Das Konzept des tippen an den Schaltern bleibt bestehen und kann auch mit der Red Card durchgeführt werden. Sie können mit der Karte entweder am Ende ihres Speiseerlebnisses oder online per Kredit oder EC Karte bezahlen. Die Karte wird mit einem Online-Konto verbunden, auf das mit jedem Smartphone zugegriffen werden kann. Benutzer können ihr Konto mit Geld füllen,

sowie ein Mensa-System. Die Gäste können verschiedene Statusstufen erreichen und kostenlose Geschenke, wie ein Dessert oder ein Glas Wein, freischalten.