

## Zusammenfassung

# Marketingkonzept für Premium-Reisen in die Champagne

### 1. Motivation für die Arbeit

Die Champagne im Nordosten Frankreichs ist weltweit für ihren exzellenten Champagner bekannt und steht seit Jahrhunderten für Exklusivität und Luxus. Mit der steigenden Nachfrage nach individuellen, hochklassigen Reiseerlebnissen rückt die Region zunehmend in den Fokus des Luxustourismus. Gleichzeitig bietet sie weit mehr als erstklassige Schaumweine: Historische und kulturelle Vielfalt, kulinarische Spitzenleistungen und eine eindrucksvolle Landschaft unterstreichen das Potenzial der Champagne als Premiumreiseziel.

In meiner Arbeit als Marketing- und Eventplaner habe ich stets erlebt, wie entscheidend durchdachte Konzepte, starke Marken und besondere Erlebnisse für den Erfolg im gehobenen Segment sind. Während meiner aktuellen Weiterbildung konnte ich die Welt des Schaumweins neu entdecken und mich intensiv mit der Bedeutung des Champagners befassen – von seiner komplexen Herstellung bis hin zur traditionsreichen Geschichte. Aus dieser Kombination von beruflicher Expertise und neuer Begeisterung für Champagner entstand der Impuls für die vorliegende Arbeit. Sie ist nicht nur eine theoretische Auseinandersetzung, sondern auch ein persönlicher Zukunftsplan, mit dem Ziel, ein hochwertiges Reiseangebot zu entwickeln, das anspruchsvolle Geniesser nachhaltig für die Champagne begeistert und dass ich entweder selbst oder noch lieber mit geeigneten Champagnerexperten umsetzen kann.

### 2. Fragestellung/Zielsetzung

Im Zentrum stehen folgende Kernfragen:

1. **Zielgruppe:** Welche demografischen und psychografischen Merkmale charakterisieren Reisende, die Premiumangebote in der Champagne nachfragen?
2. **SWOT-Analyse:** Welche Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken zeichnen die Champagne als exklusives Reiseziel aus?
3. **Angebotsgestaltung:** Wie lassen sich unverwechselbare und individuelle Reiseerlebnisse konzipieren, die den Erwartungen einer anspruchsvollen Klientel gerecht werden?
4. **Marketing und Vertrieb:** Mit welchen Strategien und Instrumenten können Premiumreisen für die Champagne wirksam platziert und vermarktet werden?
5. **Qualitätssicherung:** Wie lässt sich die hohe Qualität des Angebots langfristig sicherstellen, um Zufriedenheit und Kundenbindung zu stärken?

Die übergeordnete Zielsetzung besteht darin, ein ganzheitliches Konzept für Premiumreisen zu erarbeiten, das historisch-kulturelle Aspekte der Champagne, ihre Champagnerkultur sowie moderne Luxusansprüche vereint und dabei authentische, tiefgreifende Erlebnisse schafft.

### 3. Methodik

Die Arbeit baut auf touristischen Marketinggrundlagen und Marketingplanung auf. Zentraler Bestandteil ist eine Analyse der Region sowie eine SWOT-Analyse, um Chancen und Risiken zu identifizieren. Zudem wurden bestehende Premiumangebote untersucht und mit Fokus auf das deutschsprachige Klientel bewertet. Eine Zielgruppenanalyse liefert die Basis für ein passgenaues 4-P-Marketingkonzept (Product, Price, Place, Promotion). Abschliessend zeigt eine Budget- und Qualitätskontrolle Wege auf, wie das Angebot implementiert, überwacht und kontinuierlich verbessert werden kann.

#### 4. Inhalt

- **Theoretische Grundlagen (Kapitel 2):** Einführung in zentrale Marketingprinzipien für den Tourismus und Definition von Premiumreisen, die durch Exklusivität, Komfort und einzigartige Erlebnisse gekennzeichnet sind.
- **Analyse der Champagne (Kapitel 3):** Darstellung der wichtigsten Sehenswürdigkeiten geschichtlicher Hintergrund des Champagners und seiner Markenbedeutung sowie eine Wettbewerbsanalyse bestehender Reiseanbieter. Die SWOT-Analyse hebt den hohen Markenwert und die starke Identität „Champagner“ als Schlüsselement hervor.
- **Zielgruppenanalyse (Kapitel 4):** Identifikation einer einkommensstarken, kultur- und genussorientierten Klientel (Alter 35–65 Jahre), die bereit ist, für hochqualitative, exklusive und individuell gestaltete Angebote zu zahlen.
- **Marketingkonzept (Kapitel 5):**
  - **Produktentwicklung:** Luxuriöse Unterkünfte (Boutique-Hotels, historische Anwesen), private Kellerführungen in renommierten Champagnerhäusern, Workshops zur Champagnerherstellung, exklusive Gourmeterlebnisse in Sternerestaurants.
  - **Preisstrategie:** Hochpreisig angesetzt (Grundpreis ca. CHF 4.000 bis 6.000 pro Person für vier Tage) mit zusätzlichen, optionalen Premiumleistungen. Transparente Kommunikation des Mehrwerts stärkt die Akzeptanz hoher Preise.
  - **Kommunikation (Promotion):** Fokus auf hochqualitativen Inhalt, Kooperation mit Influencern, Weinexperten und Sterneköchen, personalisierte Einladungen für Events und Degustationen sowie betonte Exklusivität (limitierte Plätze, VIP-Zugänge).
  - **Distribution (Placement):** Kombination aus direktem Online-Vertrieb und Partnerschaften mit Luxushotels, Premiummarken und Weinclubs.
- **Umsetzung, Budget und Qualitätskontrolle (Kapitel 6):** Zeitplan in mehreren Phasen (Konzeptentwicklung, Testläufe, Markteinführung, kontinuierliche Optimierung), Budgetübersicht für Marketing, Partnerakquise, Testreisen. Qualitätsmanagement via Echtzeit-Feedback, Mystery Guests, Nachumfragen und langfristige Kundenbindungsstrategien.
- **Zukunftsperspektiven und Innovationen (Kapitel 7):** Nachhaltige Angebote (ökologische Weingüter, CO2-Kompensation, regionale Lieferketten) treffen den Zeitgeist und erhöhen den Wert des Reiseprodukts. Digitalisierung und Diversifizierung (z. B. themenspezifische Gourmetreisen, Kultur- und Kunstprogramme) schaffen langfristige Wettbewerbsfähigkeit.

#### 5. Fazit

Premiumreisen in die Champagne erschliessen ein attraktives Marktsegment, das Kultur, Kulinarik und Luxus ganzheitlich verbindet. Die Region überzeugt mit ihrem global anerkannten Champagner-Image, historisch-kulturellem Erbe und einer etablierten Infrastruktur. Um das hohe Niveau dauerhaft zu halten, sind klare Alleinstellungsmerkmale, eine zielgerichtete Ansprache der Kunden, ein nachhaltiges Angebot sowie innovative Marketing- und Vertriebsansätze unerlässlich. Die Kombination aus privaten Champagnerkeller-Besuchen, Workshops mit Top-Experten, exquisiter Gastronomie und massgeschneidertem Service garantiert einen besonderen Erlebniswert.