

ENTWICKLUNGSSTRATEGIE

SPORTZENTRUM MIGROS GREIFENSEE



Quelle: www.milandia.ch

Auftraggeber: Sportzentrum Migros Greifensee

Jahr: 2000

Standort: Greifensee, Schweiz

Kurzbeschreibung:

Zur Verbesserung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit und Erschließung neuer Zielgruppen wurde Wenzel Consulting mit der Erstellung einer Entwicklungsstrategie für das Sportzentrum Migros Greifensee beauftragt

Um sich noch stärker gegenüber Mitbewerbern abzugrenzen und den Bedürfnissen der Nutzer Rechnung zu tragen, sollte ein homogenes Produkt geschaffen werden, das durch eine glaubwürdige Erlebnispositionierung einen Alleinstellungsgrad im Markt erreicht.

In der ersten Bearbeitungsphase erfolgte eine Plausibilitätsprüfung des von der Klubschule Migros, Zürich, erstellten Konzeptes „Megasports“. Die Phasen II und III beschäftigten sich mit möglichen weiteren Ansätzen zur Konzeptoptimierung (Erarbeitung einer Entwicklungsstrategie und einer Erlebnispositionierung für die Gesamtanlage).

Am 29. Oktober 2005 erfolgte das feierliche Grand Opening zum Abschluss der Umbau- und Erweiterungsphase des ehemaligen Migros Sportzentrums Greifensee zum „Sport- und Erlebnispark Milandia“.



Leistungen:

Phase I:

- Trendanalyse des Freizeit- und Sportmarktes
- Standortbeschreibung und -bewertung
- Überprüfung der Nachfragesituation
- Bewertung des Konzeptes „Megasports“
- Plausibilitätsprüfung der wirtschaftlichen Eckdaten

Phasen II und III:

- Darstellung der Ausgangssituation
- Prüfung realisierbarer standortbezogener Angebotsbausteine
- Konzeptentwicklung
- Entwicklung einer Erlebnispositionierung
- Betrachtung der überschlägigen Wirtschaftlichkeit

Weitere Informationen finden Sie unter www.milandia.ch.