

Marketing-Rahmenplan 2012 – 1. Entwurf



Grundlagen

Die Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz geht mit ähnlichem Etat wie im Vorjahr in ihr 2. Jahr. Die Aufgaben liegen wie im Vorjahr weitgehend im Bereich Marketing. Auch werden die Aufgaben mangels eigenem Personal wieder durch die Orte Plön und Eutin bewältigt.

- I Das **Profil** der Holsteinischen Schweiz besteht aus den Bestandteilen:
 - intakte Naturlandschaft mit viel Wasser und Wald und damit besonders geeignet für Aktivitäten an der frischen Luft wie Naturbeobachtung, Radfahren, Wandern, Kanu, Reiten...
 - ländlich-bäuerliche Region mit Landgasthöfen und Direktvermarktern einheimischer Produkte wie Käse, Schinken, Obst ...
 - darin historische Kleinode wie Herrenhäuser, Schlösser, Mühlen und die Altstädte von Plön und Eutin mit attraktiven Veranstaltungen
- I Die **Quellgebiete** liegen im Radius von 100 km (Tagesausflügler) bis 350 km (Übernachtungsreisende). Bei den Ausländern liegt der Fokus allein auf Dänemark.
- I Das Thema **Picknick** soll auch 2012 als besonderes Thema beworben werden, da es die Charakteristika der Region sehr plastisch illustriert. Parallel dazu soll eine nächste Kampagne getestet werden -ob dies das Thema LandArt, Dämmerung o.Ä. werden soll, wird noch diskutiert
- I Hauptzielgruppe sind **Best Ager**, diese sollen aber als solche angesprochen werden, sondern vielmehr thematisch gewonnen werden.
- I **Kooperation** mit den Orten der Holsteinischen Schweiz und anderen starken Partnern (Ostsee-Holstein-Tourismus OHT, tash...) wird gesucht, soweit es thematisch passt.

Budget

Gedruckte Anzeigen	35.000
Internet & Vertrieb	30.000
Faltblätter	15.000
Messen/Präsentationen	12.500

Messen und Präsentationen

Gemeinsam als Holsteinische Schweiz:

Berlin – Grüne Woche – Januar

Oldenburg in Nds. – CFR – Januar

Hamburg – Hamburg Reisen – Februar

Bremen – Reisebörse – Februar

Herning – ferie – Februar

Ggf. weitere in S-H in Überlegung (NORLA Rendsburg, Landespflanzenbörse, S-H-Tag ...)

Am Gemeinschaftsstand des Ostsee-Holstein-Tourismus:

Hannover – Reisezeit – Februar

Essen – Reisen & Camping – Februar

Mit der „Holsteinische-Schweiz-Radtour“ am Rad-Spezialstand des Landes:

Essen, Bremen, Braunschweig, Hannover, Rheine, Hamburg, Lübeck – spezielle Radmessen – Februar-April

Anzeigen-Print

Budgetaufteilung 60% Übernachtungs- & 40% Tagestourismus-Medien

- I Nur mit begleitender redaktioneller Berichterstattung, Anzeigen wo möglich auch in redaktioneller Aufmachung mit attraktiven Fotos
- I Für Bereich Tagestourismus:
 - oht: Ostseemagazin
 - Karten, Reiseführer: AS-Verlag, KV-Plan, PublicPress ...
 - Gastgeberverzeichnisse: Ostseeferienland, Innere Lübecker Bucht, Timmendorfer Strand, Schönberg, Hohwacht, Malente, Kiel, Lübeck
 - Terminkalender: dito, sowie goh, Sommer in OH (LN), Was-Wann-Wo (OHA), Tipps für Tripps (reporter), sömmer/takt
 - Veranstaltungsprogrammhefte: Kieler Woche, Travemünder Woche, Eutiner Festspiele ...
 - Schleswig-Holstein:
 - o Magazine: lebensart Kiel/Flensburg/Mittelholstein/HH-Rand, Friesenanzeiger, KielerLeben, Magazin Lübecker Bucht, SHHB-Magazin, Dat Blatt up Platt, Mohltied ...
 - o Zeitungen: shz-SH-Tour, LN-Veranstaltungstipps, KN
 - Hamburg:

- Tageszeitungen: Welt/WAMS, HA, HH MoPo, BILD HH
- Wochenzeitungen/Magazine: Hansejournal (kostenlose Wochenzeitungen), Alster-Runschau, HHer Klönschnack, Szene HH
- | Für den Bereich Übernachtungstourismus:
 - Dtl.weit: Kauperts Reiseführer, Shell...Atlas, Sehnsucht Deutschland, Naturparke in Dtl., Schencks Schlösser & Herrenhäuser ...
 - „Special Interest“: Rad, Kanu, Wandern, Golf, Kulinaria
 - Tages-/Wochenzeitungen Nord-NRW, Hannover/Wolfsburg, Bremen/Oldenburg

Internet

Eigene Seiten

- | Ausbau des Angebotes mit animativen, informativen und nützlichen Inhalten unter holsteinischeschweiz.de, Prüfung der Struktur und Funktionalitäten

bei Dritten

- | Beauftragung einer Beratung zum Thema Internetmarketing

Bildarchiv

- | Zusammenführung der örtlichen Archive & Ausbau u.a. durch Fotoshootings und Suchen in privaten Fotocommunities
- | Produktion einer kommentierten Diaschau sowie einer Kurzversion (90 Sek.) des diesjährigen Films

Drucksachen

- | Gastgeberverzeichnis
- | Basisflyer/Tagesausflugsflyer
- | Ortsflyer Eutin, Plön, Bosau, Dersau, Bösdorf, Grebin
- | Rad-Tagestouren
- | Rad-Mehrtagestour Holsteinische Schweiz
- | Seenfahrten
- | Gastronomie

Medienarbeit

- I Ständige Zusammenstellung von Materialien (Texte und Bilder, Faltblätter) für Zeitungen und Zeitschriften
- I Betreuung von Radio- und Fernsehteams vor Ort oder per Telefon
- I Aktiver Versand von Pressemitteilungen und Materialien zu wichtigen Themen über die schleswig-holsteinische Nachrichtenagentur nash sowie selbstständig

Picknick-Kampagne

Medium	Maßnahme	Preis
meer.natur.zeit*	2x1/2 S. & Eintrag Internet, Redaktion 1 Seite	1.400 €
DIE WELT und WAMS	1/4 S. in Beilage Kulinarik, Redaktion zugesagt	2.160 €
Angebotseintrag	Internet im Bereich wunnerland	200 €
Newsletter	1x Gesamt, 1xmeer.zeit*, 1x wunnerland*	550 €
kinderpass*	1 S. (Format A6)	375 €
bus- und gruppenreisen*	Sondereintrag Internet	250 €
Mohltied	1/4 S. Anz., Redaktion ca. 1 S.	600 €
lebensart Kiel/Neumünster/Flensburg/HH-Rand	2/1 S. Redaktion/Anz.	1.250 €
DJD-Jahrespresseinfo Reisejournalisten	1/1 S. Redaktion	1.500 €
Summe abzgl. Rabatte		7.870 €

Plakate für beteiligte Betriebe, die Picknickveranstaltungen etc.
Aufruf an Vereine, Institutionen etc. zur Beteiligung am thema Picknick
Kooperation mit örtlichen Zeitungen: Picknickplatz der Woche o.Ä.
Picknick-Verschenkgutscheine
Option auf Tagespressereise
Berücksichtigung der Picknicktermine im Kalender