

Naturtouristische Marketingkampagne „Nachtgeflüster“

In der Holsteinischen Schweiz endet der Urlaubstag nicht mit dem Sonnenuntergang, sondern die Abenddämmerung ist der Beginn unbekannter, erstaunlicher und berührender Urlaubserlebnisse!

1. Kampagnenansätze für das „Nachtgeflüster“

Der Naturpark Holsteinische Schweiz als ideale Kulisse!

- Die Holsteinische Schweiz ist ein Naturpark (der älteste Schleswig-Holsteins), die naturräumlichen Besonderheiten sind wesentlicher Teil der touristischen Positionierung / des touristischen Angebotes.
- Als Naturpark-Region hat sich die Holsteinische Schweiz ausdrücklich einer nachhaltigen Tourismusentwicklung verpflichtet.
- Die Dämmerungszeiten und in die Nachtstunden entfalten eine ganz eigene Atmosphäre und ermöglichen ganz andere, neue Naturerlebnisse; in den Abendstunden kommt die Natur zu Ruhe; man nimmt sie dann ganz anders wahr, die Sinne sind deutlich geschärfter. Einige Naturerlebnisse sind erst dann erlebbar (Fledermausführungen, Sternenhimmel-Beobachtungen etc.).

Nicht nur tagsüber, sondern auch abends Spannendes entdecken & erleben!

- Die Holsteinische Schweiz bietet mit ihren Angeboten, aber auch der günstigen Lage zwischen Kiel und Lübeck sowie der Nähe zu den Ostseestränden eine Vielzahl von Aktivitäten.
- Es fehlen aber kleine, regionstypische, „unaufgeregte“ Angebote für die Zeit nach dem klassischen Abendessen.
- Der typische Holsteinische Schweiz –Urlauber ist entdeckungsfreudig, aktiv und naturinteressiert; er möchte im Urlaub möchte nicht das gleiche Abendprogramm wie zuhause – fernsehen, lesen o.ä. – „abspulen“.

Ein Kooperationsprojekt vieler Partner der Region!

- Steigerungen von Gästezahlen und der touristischen Wertschöpfung, die Erhöhung der Gästezufriedenheit, die Entwicklung eines positiven touristischem Grundverständnis in einer Region werden nicht durch Einzelaktionen erzielt, sondern durch konsequente Kooperationen in den Regionen.
- „Nachtgeflüster“ ermöglicht eine wunderbare Vernetzung von Marketingebene, touristischen Anbietern (Hoteliern, Gastronomen, Freizeiteinrichtungsbetreibern, Einzelhändlern, engagierten Einheimischen) sowie naturnahen Verbänden und Organisationen (Naturparkverein, Verein „Wasser – Otter – Mensch“, Kreisjägerschaften etc.).

„Naturgeflüster“ zahlt auf die neue Tourismusstrategie 2025 ein!

- Die Tourismusstrategie 2025 des Landes hat u.a. verschiedene relevante Zielgruppen für Schleswig-Holstein definiert.
- Für die Holsteinische Schweiz haben aufgrund ihrer naturräumlichen Voraussetzungen v.a. die Natururlauber, die neugierigen Entdecker und die Aktiv-Familien eine hohe Bedeutung.
- Deren Urlaubserwartungen und –bedürfnisse werden mit dem „Nachtgeflüster“ optimal entsprochen.
- Auch eine Einbindung in die TASH-Kampagne „Glückswachstumsgebiet“ ist sinnvoll und wird angestrebt. Die hohe Emotionalität der „Nachtgeflüster“-Angebote zahlen auf die Inhalte der Landeskampagne ein.

2. Inhalte des „Nachtgeflüsters“

Es gelten folgende Vorgaben für die Inhalte der Kampagne

- Es handelt sich um kleine, stimmungsvolle, außergewöhnliche Angebote / Veranstaltungen, keine großen, lauten Abendveranstaltungen.
- Zwischen Mai und Oktober 2016 finden die „Nachtgeflüster“-Angebote“ in der Holsteinischen Schweiz statt.
- Das „Nachtgeflüster“-Angebot hat einen Bezug zur Natur / Kultur der Region.
- Bestehende Angebote können in die Kampagne integriert werden; der Fokus liegt aber auf der Entwicklung neuer Angebote, die auf die Kampagneninhalte und –werte einzahlen.
- Die „Nachtgeflüster“-Angebote können kostenfrei oder kostenpflichtig, je nach Angebot.

Folgende „Nachtgeflüster“-Angebote sind bereits umgesetzt:

- Ansitzen – Jäger der Kreisjägerschaft Plön gehen mit einer kleinen Gästegruppe (max. 4 Personen) zur abendlichen Naturbeobachtung in die Flur und auf den Hochsitz
 - Stegkonzerte „Bosaus kleine Nachtmusik“ – Konzerte unplugged auf einem mit Fackeln und Windlichtern beleuchteten Steg am Großen Plöner See, die Gastronomen bieten auf ihren ebenfalls mit Fackeln und Feuerkörben beleuchteten Terrassen Getränke & Snacks
 - Gute-Nacht-Geschichten am See – mit Decken und Kuscheltier kommen die Kinder mit ihren Eltern auf den Steg am See, nach dem Vorlesen erhält jedes Kind noch ein kleines Knick-Licht für den sicheren Weg nach Hause
 - Fledermaus-Führungen „Jäger der Nacht“ in Malente und Plön - angeboten vom Naturpark-Verein und dem Nabu
 - „Nachts im Museum“ – mit Taschenlampen das Plöner Kreismuseum erkunden
 - naturkundliche Kanutouren in den Abendstunden
 - Mondschein-Konzerte im Plöner Bootshafen –Konzerte unplugged im mit Windlichtern geschmückten Bootshafen, Gäste bringen Klappstühle und Decken mit
 - romantischer Rundgang „Küssen in Plön“
 - Taschenlampen-Wanderungen mit Lagerfeuer und Stockbrotbacken
 - „Den Sternen so nah“ - ein astronomischer Abendspaziergang
 - Lagerfeuerkonzerte für Kinder und Erwachsene
 - Lampionkorso der Plöner Segelboote auf dem Großen Plöner See
 - Abendliches BBQ auf der Prinzeninsel – mit Grillen, Picknick und abendlichem Baden (Kooperation des Hauses Hohenzollern und der DLRG)
 - eine Runde zur späten Stunde – abendliches Boulespiel unter Anleitung mit kleinem Picknick
- Weitere sind noch in Planung.

3. Veranstalter / Koordinator

- Verantwortlich für die Kampagne ist die Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz (TZHS).
- Die TZHS ist eine Lokale Tourismusorganisation (LTO) und ein Zusammenschluss der Städte Plön und Eutin sowie der Gemeinden Malente, Bosau, Bösdorf, Dersau und Grebin.
- Die TZHS ist der zentrale regionale Marketingverband in der Holsteinischen Schweiz.

4. Finanzierung & Aufgabenteilung

- Für die Kampagnenentwicklung ist die TZHS in Kooperation mit den Kooperationspartnern verantwortlich.
- Die einzelnen „Nachtgeflüster“-Angebote werden durch die Partner in den TZHS-Mitgliedsorten organisiert und finanziert.
- Partner sind bisher die örtlichen Tourismusverantwortlichen, Gastronomen, Hoteliers, der Naturparkverein Holsteinische Schweiz,, der Verein „Wasser-Otter-Mensch“ etc.
- Die Vermarktung des „Nachtgeflüsters“ erfolgt zentral durch die TZHS.
- „Nachtgeflüster-Budget“ bei der TZHS: aktuell 10.000 €

5. Vermarktung

Die Vermarktungsansätze zielen auf zwei Richtungen

- nach innen in der Region – die Unterkunftsbetriebe sind die wichtigsten Kommunikationsträger beim „Nachtgeflüster“, deren Kenntnis und Begeisterung muss sich auf ihre Gäste übertragen.
- nach außen in Richtung Gast

Printprodukte

- Gesamtübersicht der Angebote mit Karte zur Verortung
- Plakate in verschiedenen Formaten zum Verteilen in der Region bei den Kooperationspartnern, den Unterkunftsbetrieben etc.

Funk

- origineller und wirkungsvoller Spot im Rahmen der Kinowerbung (für Kinos in Kiel, Lübeck, Plön, Eutin, Preetz)
- Marketingmaßnahmen mit der größten Reichweite, allerdings abhängig von einer Budgeterweiterung

online

- separate Kampagnen-Website www.nacht-gefluester.de
- prominente Darstellung auf der Startseite www.holsteinischeschweiz.de
- eigene Pinnwand auf Facebook
- Header / Bannerschaltung auf OHT und TASH-Seiten und in Reichweitenportalen
- google-Anzeigen

offline

- redaktionelle Berichterstattung in allen relevanten Zeitungen & Zeitschriften (Sonderbeilagen der Zeitungen in den Sommermonaten; LandReiseführer Holsteinische Schweiz; Lebensart, Kiel erleben; Bahnzeitschrift „Takt“ etc.)
- Banner am Kopf des Bahnsteigs in Richtung Lübeck am Kieler Hauptbahnhof

Give-aways

Kampagnenbegleitend ist auch die Produktion von kleinen give-aways (z.B. kleine Leuchten für den Schlüsselbund oder Taschenlampen) geplant.

6. Zusammenfassung

- Die Marketingkampagne „Nachgeflüster“ stößt bei den Tourismusanbietern und Partnern vor Ort auf eine enorm hohe Begeisterung; die bisherige Quantität und Qualität der neuen „Nachtgeflüster“-Angebote sprechen dafür.
- Es werden Partner aus verschiedenen Bereichen – Tourismus, Natur, Wirtschaft, Ehrenamt – miteinander vernetzt.
- Mit „Nachtgeflüster“ ist es möglich, dem Naturtourismus in der Holsteinischen Schweiz einen modernen, empathischen Ansatz zu verleihen.
- Der Erfolg wird aber wesentlich von einer möglichst großen Kommunikationsreichweite abhängen, daher ist die Aufstockung des Kampagnenbudgets über Drittmittel anzustreben.

Ansprechpartner:

Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz
Caroline Backmann
Bahnhofstraße 5 (Bahnhof)
24306 Plön

caroline.backmann@ploen.de

Tel. 04522 - 509513