

Marketingausschuss 16.02.2021



ESF-Projekt 2. Förderjahr: Familien-, Kinder- und Jugendtourismus in der MSE

Schwerpunkte:

Content

- Erarbeitung von Touren (Wandern, Kanu, Radfahren, Hausboot), die in der Nähe von Partnern des Familiennetzwerkes starten (Abstimmung mit den Partnern)
- Digitale Datenerfassung der Touren (GPX-Track, Fotos, Text)
- Familien-Website weiter ausbauen

Buchbare Angebote mit den Partnern definieren

- Pilotprojekt: Bärenwald (Grundlage: Pretix als Ticketshopsystem, Austausch mit dem Bärenwald startete)

Marketing

- Regelmäßige Social Media Postings
- Fotoshooting

- Verbreitung der Fotos in der Pressearbeit/Website
- GästeneNewsletter
- Pressereisen

Adaption der Maßnahmen auf weitere Bereiche

- Touren im Nationalpark
- QMF-Siegel weiter vorantreiben, beraten und vernetzen

Projektzeitraum 01.10.2020 – 30.09.2021

Vorstellung Videospot



Video-Spot

In unterschiedlichen Varianten verfügbar

4 Abspann-Versionen:

- Deutschlandweit (wie gesehen)
- Berlin
- Dresden
- Hamburg

Eine „Instagram-Variante“ im Hochformat

Kurzspots aus dem „Making of“ für Bewerbung und Reminder



Maßnahmen

Vermarktung des Spots

- **Landingpage** – in Anlehnung: <https://www.mecklenburgische-seenplatte.de/10-gute-gruende> (Video als Aufhänger, Making-of, Themenwelten), Umleitung 1000seen.de

Bewerbung überwiegend digitale Medien:

- **Videoportale** / Informationsportale / Online-Tools (wetransfer?)
- **Social Media** (Crossposting / Sharing-Optionen)
- **TV-Werbung?**
- Bahn-Medien?

Nach Möglichkeit auch „**Out-of-Home**“ im Quellmarkt, beispielsweise:

- Festivals?
- Kinos?

Kampagne Deutsche Bahn

Kooperationspartner (u.a. TV-Partner) gesucht

Bahn führt 2021 wieder eine Deutschland-Kampagne durch

- 2019 „Spar Dir den Flug“
- 2020 „Entdecke Deutschland“ (Werbebudget: zweistelliger Millionenbetrag)

Unterschiedliche Beteiligungsmöglichkeiten (TV, Funk, Print, Digital, Out of Home)

