

Infografik Inspirationsphase

Wo und wie erreiche ich sie
in ihrem Alltag?



Walther Probst + Edelgard Brauch

Die folgenden Seiten enthalten viele Ideen zur Ansprache der Probst/Brauchs. Aber: Nicht alle genannten Ideen sind für alle touristischen Akteure gleich relevant. Eine Bündelung und gute Abstimmung untereinander ist effektiv, notwendig und zielführend. Die Informationen sollen Ihnen generell dabei helfen, ein besseres Gespür für diese Zielgruppe zu erhalten.

Sie haben viel Zeit.
Dementsprechend sind sie viel unterwegs.



Wochenmarkt/ Fachgeschäfte/Supermarkt

- Redationenbranding für regionale Produkte voran treiben
- Stand platzieren mit Weinen aus der Region inklusive touristischen Informationen
- Promotion-Aktion im Supermarkt durchführen

Krankenkasse/Ärzte/Apotheke

- Krankenkassenmagazin:
(Gesundheits-)Reisen anbieten,
Region redaktionell vorstellen
- Kooperation mit Lesezirkel eingehen
- Kooperation mit Physiotherapeuten eingehen
- Flyer auslegen in Praxen:
Informationen und Pauschalen mit
Gesundheitsangeboten
- Give-aways in der
Apotheke platzieren



Bank/Sparkasse

- Spezielle Rabattangebote mit der Sparkasse anbieten
- Fotokalender unterstützen



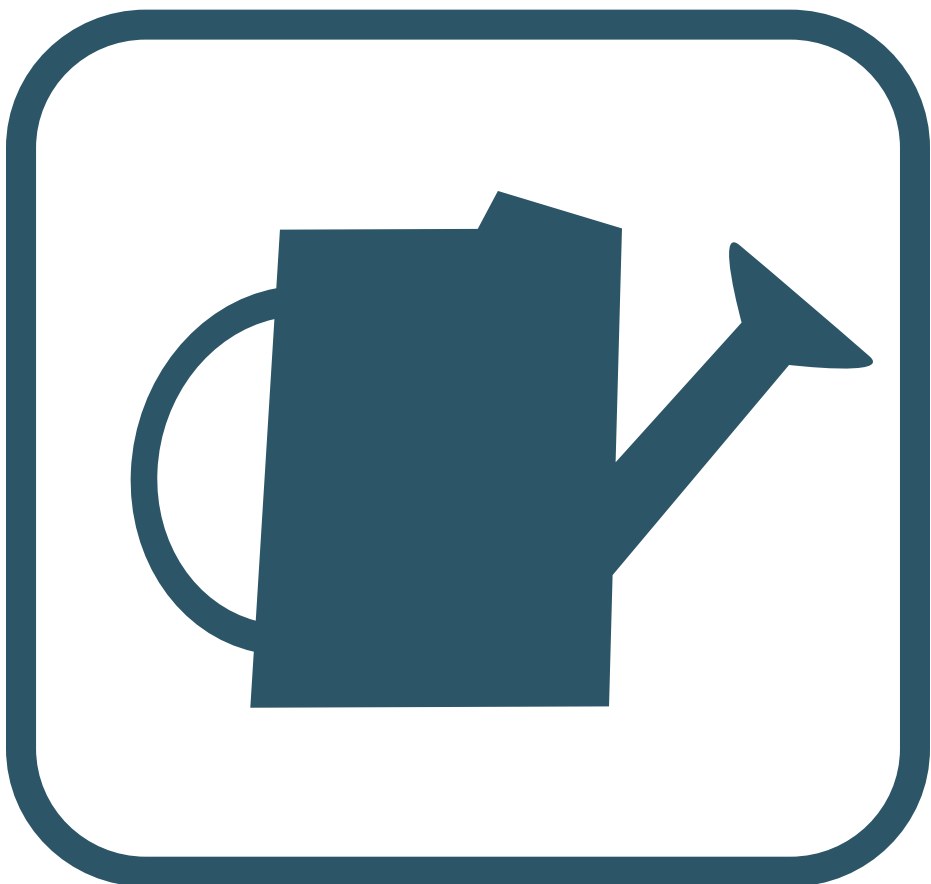
Autohäuser/ Tankstelle/ Autowaschanlage

- Plakate platzieren
- Fotokalender von Autohäusern unterstützen: Bilddatenbank für kommerzielle Nutzung öffnen



Garten-Fachhandel

- Präsenz auf Landes- und Bundesgartenschauen initiieren
- Präsenz auf Gartenmessen zeigen
- Gärten der Region aktiv in die eigenen Marketingmaßnahmen integrieren



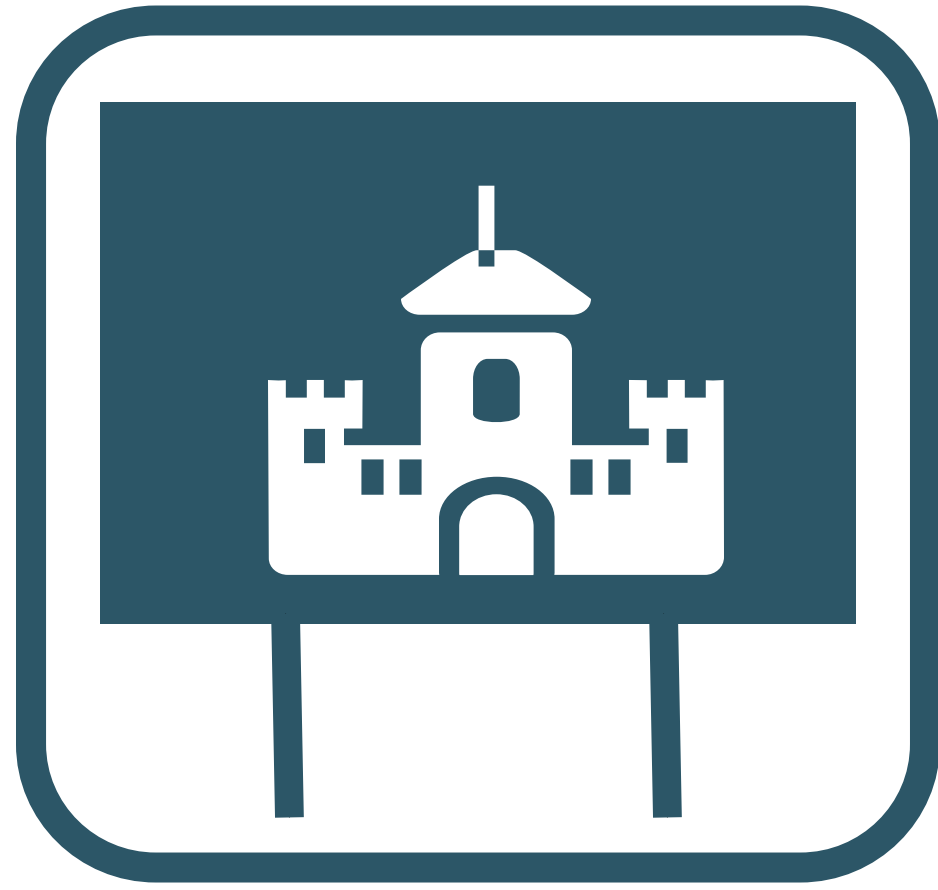
Reisebüro

- Schaufenster-Dekoration zur Region platzieren
- Besichtigungen vor Ort für Reisebüro-Mitarbeiter organisieren
- Fotokalender von Reisebüros unterstützen: Bilddatenbank für kommerzielle Nutzung öffnen



Volksfeste

- Weinhändler/Winzer können sich mit eigenen Ständen präsentieren
- Stand mit Keramik aus der Region auf dem Volksfest platzieren
- Jeweils Informationsmaterial zur Region mitnehmen und verteilen



Auf der Straße

- Fotomotive der bekanntesten touristischen Sehenswürdigkeiten für Plakate nutzen
- Plakate mit Hinweis auf Veranstaltungen/Volksfeste

Museum

- Ausstellungen mit Bezug zur Region nutzen
- Flyer im Rahmen der Ausstellung platzieren



Sie lesen viel.



Romane und Kurzgeschichten

- Kooperationen mit Bibliotheken eingehen
- Romanliteratur über meine Region initiieren (siehe Eifel-Krimis)
- Literatur zur Region recherchieren und in die Kommunikation einbinden (Broschüre, Internetseite)



Illustrierte und Zeitschriften

- Redaktionelle Berichte über touristische und kulturelle Sehenswürdigkeiten lancieren
- Redaktionelle Berichte mit konkreten Angeboten (Bus-Reiseveranstalter, Kreuzfahrt, individuelle Reise) kombinieren
- Regionale Rezepte präsentieren
- Persönliche Kontakte zu den Redaktionen aufbauen und pflegen

Reiseführer

- Kooperationen mit anderen Regionen eingehen (siehe Themenrouten, Romantic Cities etc.)
- Mit Verlag kooperieren zur Erstellung eines Reiseführers zur eigenen Region. Vertrieb u.a. via Reiseveranstalter.
- Auf die wichtigsten touristischen und kulturellen Höhepunkte konzentrieren
- Tipps für regionale Souvenirs geben
- Regionale Rezepte/Produkte vorstellen



Kataloge von Reiseveranstaltern

- Kataloge von Reiseveranstaltern dienen oft als Inspiration für eine individuelle Reise. Außerdem verreisen sie gern mit einer Gruppe.
- Reiseveranstalter und Gruppen-Reiseanbieter frühzeitig über (Groß-)Veranstaltungen, Jubiläumsjahre etc. informieren
- Aktive Kooperationen mit Gruppen- und Bus-Reiseveranstaltern eingehen
- Produkte vor Ort (Unterkünfte, Gastronomie) auf Gruppen ausrichten



Regionale Tageszeitungen

- Engen Austausch mit Redaktionen pflegen
- Pressereisen durchführen, Presseberichte veröffentlichen
- Redaktionelle Beiträge platzieren
- Anzeigen einzelner Unterkünfte in Tageszeitungen mit konkreten Pauschalen platzieren
- Beilage in Tageszeitungen veröffentlichen
- Anzeigen von Busreise-Veranstaltern platzieren
- Kalender mit Motiven der Region als Beilage der Tageszeitung vertreiben
- Leserreisen mit regionalen Tageszeitungen gestalten und anbieten

**Sie hören nebenher Radio.
Außerdem schauen sie viel fern.**



**Radio: Öffentlich-rechtliche Sender
(z.B. SWR2, SWR4, Bayern 1)**

- Veranstaltungstipps platzieren
- Anrufsendungen nutzen
- Kooperationen mit einem Radiosender eingehen (Gewinnspiel)
- Hörerreisen mit einem Radiosender gestalten und anbieten

Fernsehen: Regionale dritte Programme (z.B. SWR, WDR) sowie öffentlich-rechtliche Programme (z.B. arte, 3sat, ARD, ZDF).

- Reisereportagen mit den Dritten initiieren
- Reisereportagen in Fernsehzeitschriften platzieren
- Quizfragen zur Region initiieren
- Veranstaltungen über Pressearbeit aktiv kommunizieren



**Sie sind vorwiegend Zuhause online.
Sie informieren sich direkt auf der Internetseite und nutzen Mailingdienste.**



**Sie besuchen die Internetseiten von
Regionen und Unterkünften.**

- Internetseite von Region und Unterkunft attraktiv gestalten
- Die Internetseite sollte unkompliziert und verständlich sein



Es gibt bereits viele Anwendungen und Instrumente in Rheinland-Pfalz, die durch die Tourismusakteure genutzt werden können, z. B.:

- der Tourenplaner und die Rheinland-Pfalz App
- das landesweite Buchungs- und Informationssystem
- die Rheinland-Pfalz-Blogs

Mehr Informationen zu den verschiedenen Instrumenten und der Social-Media-Strategie von Rheinland-Pfalz:

<http://rlp.tourismusnetzwerk.info/inhalte/marketing/>



Ich habe noch Fragen und / oder benötige Unterstützung bei der Ansprache der reiferen Natur- und Kulturliebhaber Walther Probst und Edelgard Brauch.

<http://rlp.tourismusnetzwerk.info/probstbrauch>

Dort finden sich folgende Inhalte:

- Steckbrief zu Walther Probst und Edelgard Brauch
- Video zu Walther Probst und Edelgard Brauch
- diese Grafik, wo ich Walther Probst und Edelgard Brauch in ihrem Alltag antreffe
- eine Checkliste, wie sich Walther Probst und Edelgard Brauch informieren und wie sie buchen
- Informationen, was Walther Probst und Edelgard Brauch während ihrer Reise unternehmen
- eine Checkliste, wie mein Produkt vor Ort für Walther Probst und Edelgard Brauch sein sollte

Für individuelle Fragen:

Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH
E-Mail: personas@gastlandschaften.de

Rheinland-Pfalz
TOURISMUS GMBH

Alle oben genannten Inhalte sind urheberrechtlich geschützt (Copyright).
Das Urheberrecht liegt bei der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH.