

Infografik Inspirationsphase

Wo und wie erreiche ich sie
in ihrem Alltag?



Bernd & Ulrike Blum

Die folgenden Seiten enthalten viele Ideen zur Ansprache der Blums. 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 nutzen vor allem öffentlich-rechtliche Sender.



Fernsehen

- Öffentlich-rechtliche und regionale Sender
- Abends (ab 19.30 Uhr): Reisereportage platzieren
- Pressearbeit: Kontakt zu Regionalredaktionen intensivieren
- Redaktionen von Reportagen über Land und Leute kontaktieren
- Liste erstellen mit Typen/Menschen, Adressen, Storys, News, Besonderheiten, Geheimtipps



Radio

- Öffentlich-rechtliche und regionale Programme
- Während Autofahrzeiten und Aufenthalten zuhause
- Zeiten: vor allem Mo-Fr: 7-8 Uhr, 17-19 Uhr
- Redaktionelle Beiträge über die eigene Region z. B. als Serie entwickeln und platzieren
- Vor allem kurze Tipps, keine langen Reportagen
- Pressearbeit: Kontakte zu Regionalredaktionen intensivieren

Sie lesen gerne Print-Medien.



Regionale Tageszeitungen

- Mo-Fr: Kurze Beiträge und Aktuelles platzieren
- Sa/So: längere Beiträge und Reportagen platzieren
- Die eigene Region in redaktionelle Serien („Die schönsten Ausflugstipps/ Radtouren/ Wandertouren in der Region“) integrieren
- Pressereisen durchführen, Presseberichte verschicken
- Generell: Redaktionelle Beiträge und Advertorials platzieren, keine Anzeigen
- Beilage in Tageszeitungen veröffentlichen



Kataloge & Magazine

- Kooperationen mit (Spezial-) Reiseveranstaltern eingehen: Nutzung zur Inspiration für die eigene Reiseplanung, weniger buchungsrelevant
- Beileger in Magazin integrieren
- Magazin in Kooperation mit einem Verlag produzieren
- Prospekte mit detaillierten Informationen zur Region produzieren und anbieten



Bücher & Hörbücher

- Reiseführer/Magazin zur Region in Kooperation mit einem Verlag produzieren
- Kooperation mit Verlagen eingehen (Lesungen, Hörbücher...)
- Literatur über die Region in den eigenen Kanälen präsentieren (auf der Internetseite, im Buchhandel)
- Literatur über die Region initiieren

Sie sind vor allem zum Einkaufen in der Stadt unterwegs.



Regionale Anbieter

- Regional-Marke etablieren
- Regional-Marke auf regionalen Produkten kommunizieren

Supermärkte

- Regional-Marke etablieren
- Kooperationen eingehen mit bekannten Marken aus der Region
- Aktionswochen initiieren
- Payback-Aktion anbieten

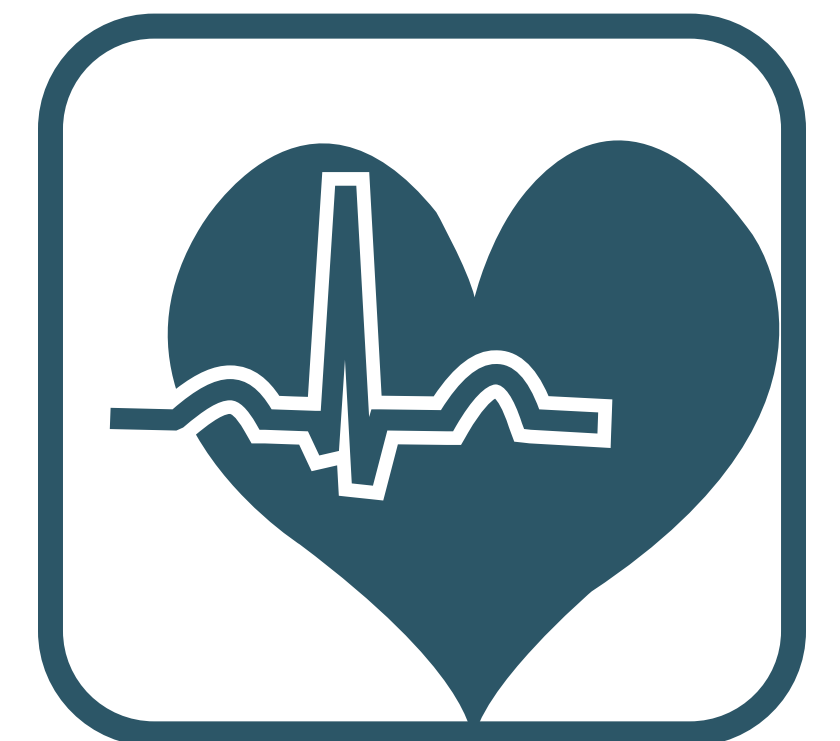


Outdoor-Fachhändler

- Händlermessen besuchen
- Kooperation eingehen mit Herstellern/Händlern
- Give-Aways mit Themen- oder Zielgruppenbezug

Krankenkassen & Apotheken

- Krankenkassen: Bonuspunkte für Sport anbieten
- Apotheken-Umschau: Reportage/ Advertorial platzieren
- Give-Aways mit Produktbezug in Apotheken anbieten



Treffen mit Freunden

- Kombi-Angebote für Kleingruppe von vier Personen erstellen
- Bilder und Botschaften anpassen auf Kleingruppen von vier Personen

**Sie informieren sich online,
sind aber vorsichtig in der Nutzung des Internets.**



Internetseiten

- Eigene Internetseite für Region, Attraktion, Sehenswürdigkeit, Unterkunft erstellen
- Qualitativ korrekte und aktuelle Informationen aufbereiten, Qualitätssicherheit der Informationen gewährleisten
- Detaillierte Informationen auf den Internetseiten anbieten

Suchmaschinen: Google & Bing

- Internetseite erstellen, die suchmaschinenoptimiert ist, d. h. gut bei Google & Bing gefunden wird
- Google & Bing Adwords (Anzeigen) zu aktuellen Themen schalten
- Wikipedia-Beiträge aktuell halten



Blogs

- Beiträge in Blogs initiieren via Kooperationen mit Bloggern (z. B. Bloggerreise)
- Passende Blogbeiträge auf eigener Internetseite einbinden

Facebook

- Facebook-Seite zur Region erstellen, Fotos und Informationen zu vielfältigen Aktivitäten veröffentlichen
- Facebook-Seite zu einzelnen Produkten (z. B. Radweg XY, Wanderweg XY, Museum XY) erstellen, dort auch Fotos und Informationen zu Aktivitäten in der Umgebung veröffentlichen





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 „Aktiven Naturgenießer“ Bernd und Ulrike Blum.

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

Dort finden sich folgende Inhalte:

- Steckbrief zu Bernd und Ulrike Blum
- Video zu Bernd und Ulrike Blum
- diese Grafik, wo ich Bernd und Ulrike Blum in ihrem Alltag antreffe
- eine Checkliste, wie sich Bernd und Ulrike Blum informieren und wie sie buchen
- Informationen, was Bernd und Ulrike Blum während ihrer Reise unternehmen
- eine Checkliste, wie mein Produkt vor Ort für Bernd und Ulrike Blum 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.