

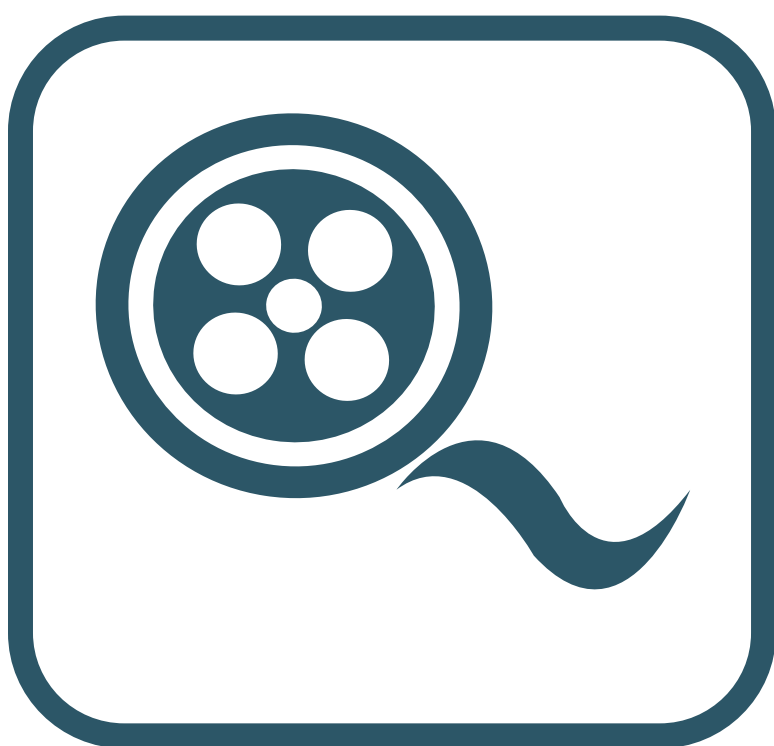
Infografik Inspirationsphase

Wo und wie erreiche ich sie
in ihrem Alltag?



Die folgenden Seiten enthalten viele Ideen zur Ansprache der Wolfs. 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 gehen gerne ins Kino, hören gerne Radio
und schauen Fernsehen.**



Kino

- Kinospots zur eigenen Region vor Filmen platzieren (z. B. Kinderfilme, Abenteuerfilme), die schöne Landschaften und Natur zeigen
- Kinospots auch auf YouTube einstellen und in die eigene Internetseite integrieren
- Unterstützung bei Dreharbeiten anbieten



Radio

- Regionale Sender
- Während Autofahrzeiten
- Inhalte in die Nachrichten integrieren, d. h. aktiv Informationen mit Neuigkeitswert kommunizieren
- Radiobeiträge mit Familienbezug platzieren, z. B. Ausflugstipps, Events



Fernsehen

- Öffentlich-rechtliche und regionale Sender sowie Pay-TV
- Kontakt zu Multiplikatoren im Medienbereich aufbauen und diese für regionale Themen interessieren
- Pressearbeit: Kontakt zu Regionalredaktionen intensivieren
- Themenpläne abgleichen und entsprechenden Input liefern
- Sie nutzen Fernsehen und Internet manchmal parallel: In Sendungen aktiv auf meine eigene Internetseite hinweisen
- Filme und Reportagen auch online platzieren

Sie leben oft in einem Haushalt mit Kindern/Jugendlichen.

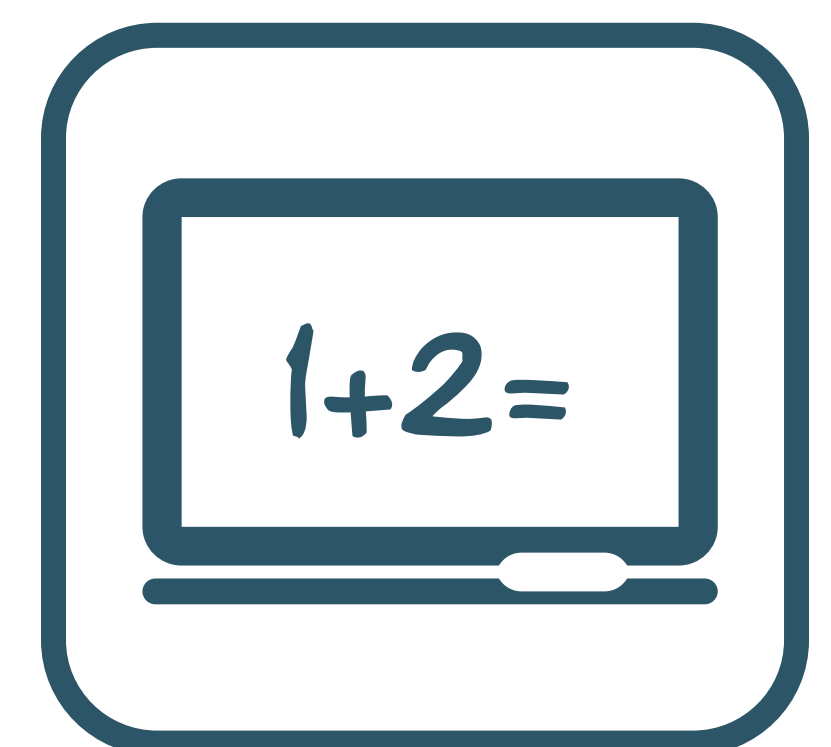
Crossmarketing & Kooperationen

- Kooperation mit Herstellern von Kinderspielsachen, Ausstatten von Kinderzimmern, Kindermagazinen eingehen
- Crossmarketing mit Herstellern von Pflegeprodukten für Kinder/Jugendliche durchführen (z. B. Seifen im Burgenformat)



Kindergarten & Schule

- Veranstaltungen für Kindergärten und Schulen anbieten (z.B. Rangertouren, Tag der offenen Tür)
- Produkte als Merchandisingartikel mit praktischem Bezug zu Schule und Kindergarten (z. B. Stifte, Malblöcke) produzieren
- Kooperation mit Jugendherbergen und Anbietern von Schülerreisen eingehen
- Kinderzeitschriften nutzen, um spielerisch auf das eigene Produkt aufmerksam zu machen
- Produktentwicklung zur eigenen Region wie z. B. Spiele oder Bilderbücher



Sie lesen Magazine und Zeitungen, sowohl Printmedien als auch Onlineausgaben.

Fachzeitschriften & Reiseveranstalterkataloge

- Die eigene Region in redaktionellen Beiträgen oder Advertorials platzieren
- Kontakt zu Redaktionen von TV-, Frauen- und Fachmagazinen aufbauen
- Kontakte zu Reiseveranstaltern mit den Schwerpunkten Familienreisen, Abenteuer und Sport aufbauen



Tageszeitungen (auch online)

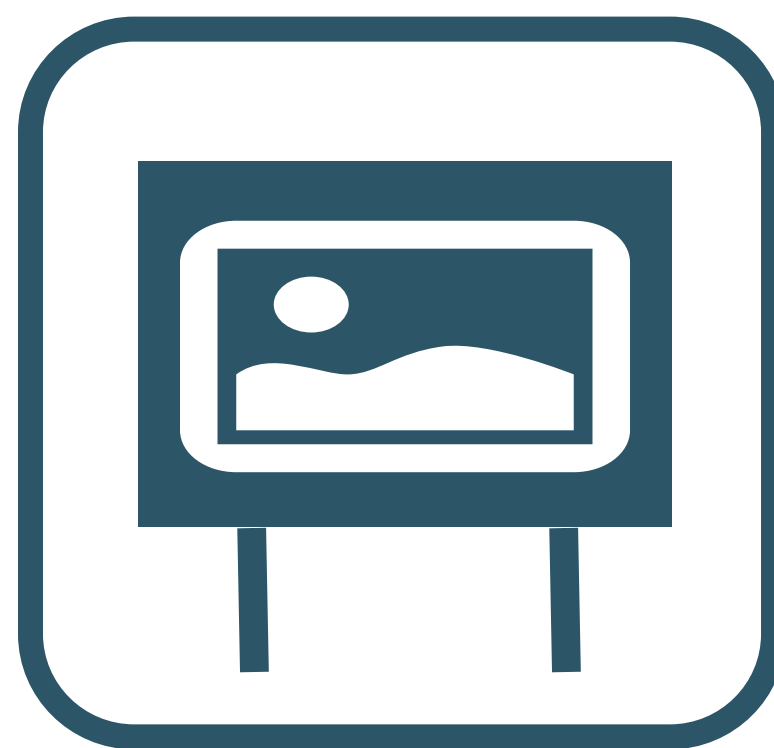
- Pressereisen für (über-)regionale Tageszeitungen durchführen
- Aktuelle Informationen zur Region in (über-)regionalen Tageszeitungen lancieren
- Themenpläne (über-)regionaler Zeitungen recherchieren und Input für Familienausflugstipps liefern
- Persönliche Kontakte zu Journalisten intensivieren
- Gezielt Online-Magazine kontaktieren

Sie bevorzugen dezente und authentische Werbung.



Supermarkt

- Kooperationen eingehen mit bekannten Marken aus der Region
- Themenwochen/Aktionswochen zur Region initiieren



Auf der Straße

- Ansprechende Plakate passend zur Zielgruppe entwerfen
- Plakate an Einfallstraßen im Wohnort platzieren

Sie nutzen das Internet vor allem zur Inspiration und Information über Reiseziele.



Internetseiten

- Eigene Internetseite für Region, Attraktion, Sehenswürdigkeit, Unterkunft erstellen
- Emotional ansprechende Informationen auf den Internetseiten anbieten

Kooperationen mit Bloggern

- Beiträge in Blogs initiieren via Kooperationen mit Bloggern aus dem Wander-, Rad-, Lifestyle-, Reise-, Eltern- oder Modesektor
- Bloggerreisen und -events organisieren
- Passende Blogs recherchieren und Blogbeiträge über eigene Kanäle teilen
- Bloginhalte aktiv in die eigene Kommunikation einbinden



Foto-Plattformen

- Aktiv passende Hashtags (z. B. #RLPerleben) kommunizieren und für eigene Fotos verwenden
- Passende hochwertige Fotos zu den Themen Action, Natur, Familie, Abenteuer veröffentlichen
- Sich aktiv mit anderen Nutzern vernetzen

Bewertungsportal

- Unterkunft auf Bewertungsportalen präsentieren
- Regelmäßig Bewertungen kontrollieren und aktiv hierauf reagieren
- Bewertungen auf der eigenen Internetseite gebündelt und transparent integrieren





Newsletter

- Newsletter zum Themenbereich „Aktiv draußen“ anbieten
- Archiv bereits versandter Newsletter veröffentlichen
- Eigene Inhalte in Newsletter externer Anbieter integrieren (z. B. Familiennewsletter, Einzelhandelsnewsletter, Special-Interest-Newsletter)



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 „Vielseitig Aktiven“ Bille und Henning Wolf.

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

Dort finden sich folgende Inhalte:

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