Vermarktungsstrategie für das EU-Projekt „Pommersche Flusslandschaft“

4. Tourismustag Vorpommern
„Aktivtourismus in Vorpommern“

Nicole Spittel, Projektmanagerin
Tourismusverband Vorpommern e.V.
Tel: 03834 8910, Fax: 03834 891 555,
Email: info@vorpommern.de
Internet: www.vorpommern.de

Agenda

1. Vorstellung des Projektes
2. Vorstellung der Vermarktungsstrategie

1. Hintergrund zum Projekt „Pommersche Flusslandschaft“

- Gestiegene Bedeutung Rad- und Wassertourismus
- Attraktive Landschaft in Vorpommern und Westpommern
- Gute Grundlagen an touristischer Infrastruktur in der Region vorhanden
- Wenig Vernetzung
- Kein etabliertes Profil/Image bei den Gästen

Projektidee „Pommersche Flusslandschaft“

- Vernetzung von Rad- und Wasserangeboten

→ Schaffung eines innovativen Produktes

Zielstellung des Projektes „Pommersche Flusslandschaft“

- Erarbeitung von **kombinierten Rad- und Wasserwandertouren** entlang deutscher und polnischer Binnengewässer und mit Verbesserung, Ergänzung sowie Vermarktung von Angeboten entlang der Strecken
  - ➡ Schaffung einer grenzübergreifenden Tourismusregion
  - ➡ Bekanntheitssteigerung
  - ➡ Vernetzung und Lückenschluss
  - ➡ Erhöhung der Touristenzahlen → Umsatzsteigerung

Projektdaten

Projektpartner:

- Tourismusverband Vorpommern e.V. (Lead Partner)
- Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna (Westpommersche Tourismusorganisation (ZROT))

Budget:

- Vorpommern: 274.472 €
- Westpommern: 225.198 €

Realisierung:

- Als INTERREG IV A Projekt (85% Förderung)
- Geplant von Sep 2010 bis Aug 2012 (24 Monate)

4 Projektbausteine

1. Erarbeitung eines **grenzübergreifenden Routenkonzeptes**
2. **Koordination und Umsetzung**
3. Erarbeitung eines schlagkräftigen **Marketingkonzeptes**
4. Durchführung der **Marketingkampagne**

Erarbeitete Touren im Projektgebiet

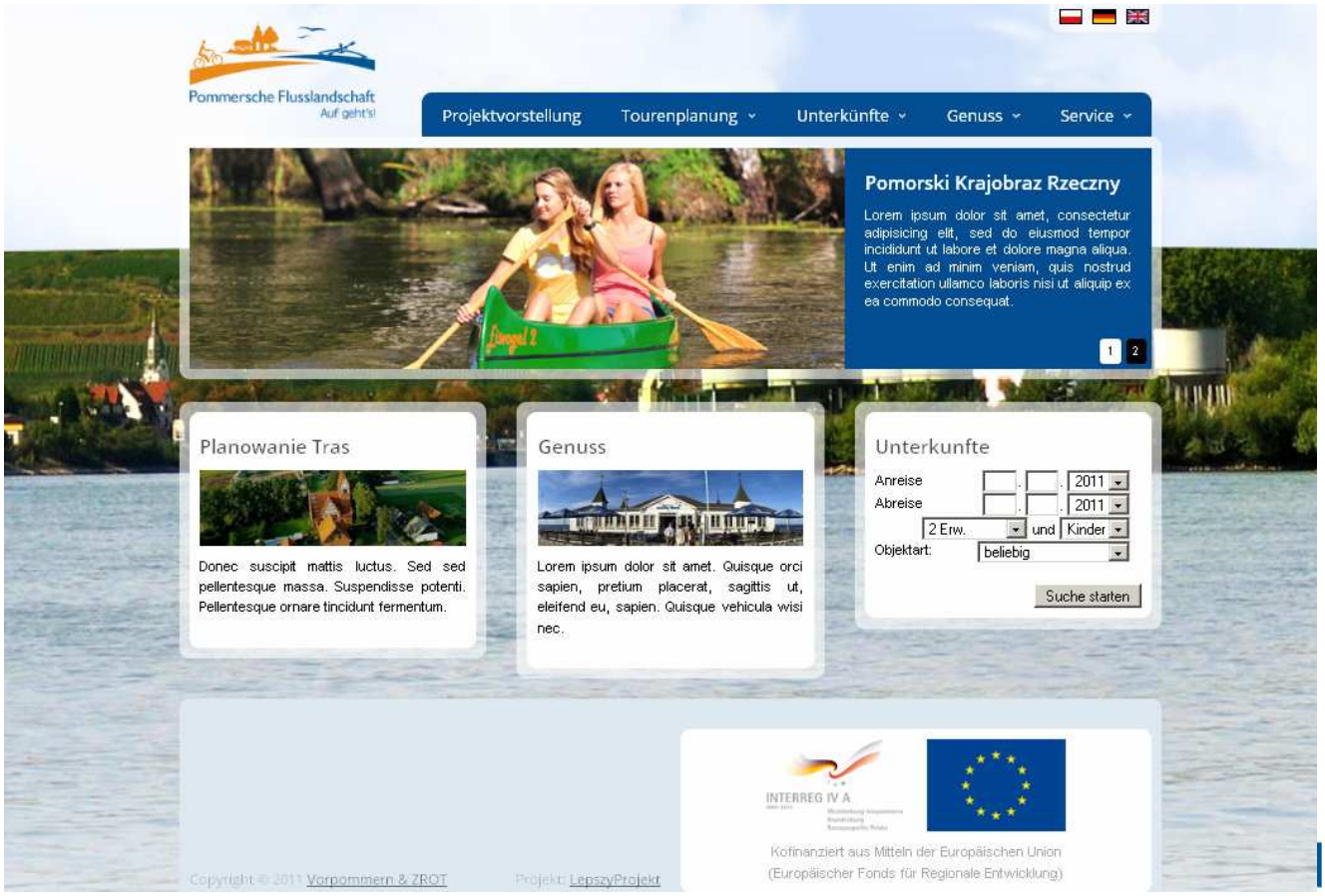
2. Vermarktungsstrategie

Nutzung verschiedener Kommunikationskanäle:

- Internet
- Print
- Messen
- Presse- und Anzeigenkampagne
- Special Interest Zeitschriften
- Events
- Promotionartikel

Erstellung einer Internetpräsentation

- www.pommersche-flusslandschaft.de
- www.pomorski-krajobraz-rzeczny.pl
- www.pomeranian-river-scenery.com



Vorpommern

Pommersche Flusslandschaft
Auf geht's!

Internetpräsentation Pommersche Flusslandschaft

- Informationen zum Projekt
- Tourenplanung und Buchung mittels interaktiver Karte
- Beschreibung der Touren, Sehenswürdigkeiten, Leistung touristischer Anbieter etc.
- Aktuelle Veranstaltungen im Projektgebiet
- Informationen/Bereich für touristische Akteure
- Tools: Merkliste, Blog (interaktiv), Social Media

INTERREG IV A

Erstellung eigener Printprodukte

- Broschüre mit ausgewählten Tourenvorschlägen und Kartenausschnitten und Kontaktinformationen (dt.,pl.,engl.)
- Mehrsprachige Info-Flyer

Vertrieb über:

- Urlauberpost, in den Regionen, Tourist-Infos, ausgewählte Zielmärkte (über TMV, DZT, poln. Landestourismusorganisation)

Weitere mögliche Printprodukte

- Polnisch-Deutsches und Deutsch-Polnisches Wörterbuch für Touristen mit Basiswortschatz
- Grenzübergreifender Kulinarik-Führer
- Wasserfeste Übersichtskarte

Geplante Messeauftritte 2012

- Präsentation auf nationalen Tourismus- und Themenmessen
  - Reisen Hamburg (8.-12. Februar)
  - ITB Berlin (7.-11. März)
  - TUR Göteborg (22. - 25. März)
  - Picknick an der Oder in Stettin (12.-13. Mai)
  - Tour Natur Düsseldorf (31.08. - 02.09.)

Spezielle Veranstaltungen

- Gemeinsames öffentlichkeitswirksames Event zur offiziellen Saisoneröffnung am 1. Mai
- Grenzübergreifender sportlicher Wettbewerb in den Disziplinen Rad- und Kanu fahren

Besondere Vermarktungsaktivitäten

- Vermarktungskampagne an Orten, wo Menschen etwas für ihre Fitness und Gesundheit tun wie z.B. im Fitnessstudio
  - GRÜNE DIÄT. 250 km durch Flüsse und Wälder!
  - NEUER MUSKELANREGER. 250 km Kanu fahren für Ihre Bizeps!

Besondere Vermarktungsaktivitäten

- **Geocaching** entlang der Rad- und Wasserwanderwegen der Pommerschen Flusslandschaft
- Erklärung: elektronische Schatzsuche anhand geografischer Koordinaten, die im Internet veröffentlicht werden und anschließend mit Hilfe eines GPS-Empfängers gesucht werden können → Promotion-Preise für erfolgreiche Schatzsucher

Anzeigen Werbekampagne

- Durchführung einer Kampagne auf dt. und poln. Seite
- Verknüpfung aus lokalen und nationalen Marketingaktivitäten
- Start: Frühling (Beginn Kanu- und Radsaison)

Polnisches Projektgebiet

- Durchführung einer Kampagne in großen Tageszeitungen in Westpommern (Bsp: Głos Dziennik Pomorza, Gazeta Wyborcza,)
- Ergänzend Werbeanzeigen in polnischen nationalen Special-Interest-Zeitschriften (Bsp: bikeBoard)
- Anzeigen in kostenfreien Tageszeitungen

Deutsches Projektgebiet

- Presse: Sonderbeilagen, MV-Kombi mit OZ, Nordkurier und Schweriner Volkszeitung
  → Bekanntheitssteigerung in der Region
- Special Interest Zeitschriften: aktiv Radfahren, Kajak Magazin, Radzeit (ADFC), Verträglich Reisen, Vakantie Boek (NL)
- DZT Broschüre "Urlaub in der Grenzregion Deutschland-Polen" (2 Jahre gültig)
- Überregionale Werbeaktionen des TMV

Online-Kampagne

- Präsentation auf Internetseiten, die von Zielgruppen besucht werden, die sich für aktivtouristische Angebote interessieren, z.B.:
  - www.radtouristik.de, www.radtouren.de, www.kanutouristik.de, www.radfahren.de, www.kanu-bike.de
- Google AdWords-Kampagne mit Schlüsselbegriffen

Sonstige Aktivitäten

- Durchführung einer **ca. 4-tägige Pressereise** im Juni 2012
- Innenmarketing:
  - **grenzübergreifende Exkursion** für touristische Akteure voraussichtlich im Mai 2012
  - Konferenzen

Promotionartikel „Give Aways“

Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!

Nicole Spittel, Projektmanagerin
Tourismusverband Vorpommern e.V.
Tel: 03834 8910, Fax: 03834 891 555,
Email: info@vorpommern.de
Internet: www.vorpommern.de