CHIEMGAU
CHIEMSEE
Wir machen durch.
ChiemNow!
Der längste Herbst aller Zeiten
Beteiligungsangebote 2021 für Gastgeber, Freizeitbetriebe & Orte

Beteiligungsangebote zur Bewerbung von Angeboten zur Saisonverlängerung 2021

Liebe Partner,

für unsere Saisonverlängerung 2021 werden wir zeitnah verfügbare Angebote in der Region abfragen und gesammelt auf unserer Webseite darstellen.

Wie bereits letztes Jahr könnt ihr euch auch aktiver an unserer **Werbeoffensive zur Saisonverlängerung** im Chiemgau von Anfang September bis Ende November **mit euren Angeboten beteiligen** und von der gemeinsamen Werbekraft profitieren.
Eure Darstellung erfolgt **zusätzlich zu gewählten Maßnahmen auf der CT Kampagnen Landingpage.**

Mit basisfinanzierten **Werbemaßnahmen von rund 275.000,00€** verbreiten wir unsere Werbebotschaft und **Eure Angebote**.
Hierbei nutzen wir Onlinewerbung auf Google, Facebook, etc., & zielgruppengenaue redaktionelle Onlineplatzierungen für Eure Angebote und um Reiseanlässe in den Chiemgau zu schaffen.

Beteiligungen ergänzen das Budget und die Werbekraft und Partner profitieren von einer **Bezuschussung von bis zu 50%** der Beteiligungsangebote.

So erzeugen wir in unseren Zielmärkten Aufmerksamkeit zum Kampagnenmotto **„ChiemNow!“** (Informationen unter www.chiemsee-chiemgau.info/chiemnow).

Beteiligungsmaßnahmen

1. Facebook & Instagram Ads S. 3
2. Native Advertising S. 4
3. Chiemgau Tourismus Newsletter S. 5
4. ChiemNow! S. 6
5. Anmeldung S. 8
6. Personas Schnell & Frey S. 9

Facebook & Instagram Ads

Werbeleistung/Darstellung

Redaktionelle Schaltung von Facebook/Instagram Ads unter dem Dach der Kampagne zur Saisonverlängerung mit Weiterleitung auf die jeweilige Landingpage – Darstellung. Bes. geeignet für buchbare Angebote und Imagethemen.

Medialeistung

- Laufzeit: 4/6 Wochen ab KW 37
- Anzeigenformat variabel (Bewegtbild, Text, Bild, etc.)
- Max. drei Anzeigenformate im Leistungszeitraum
- Mind. 4 385 qualifizierte Besucher auf Zielseite

Beteiligungsangebote

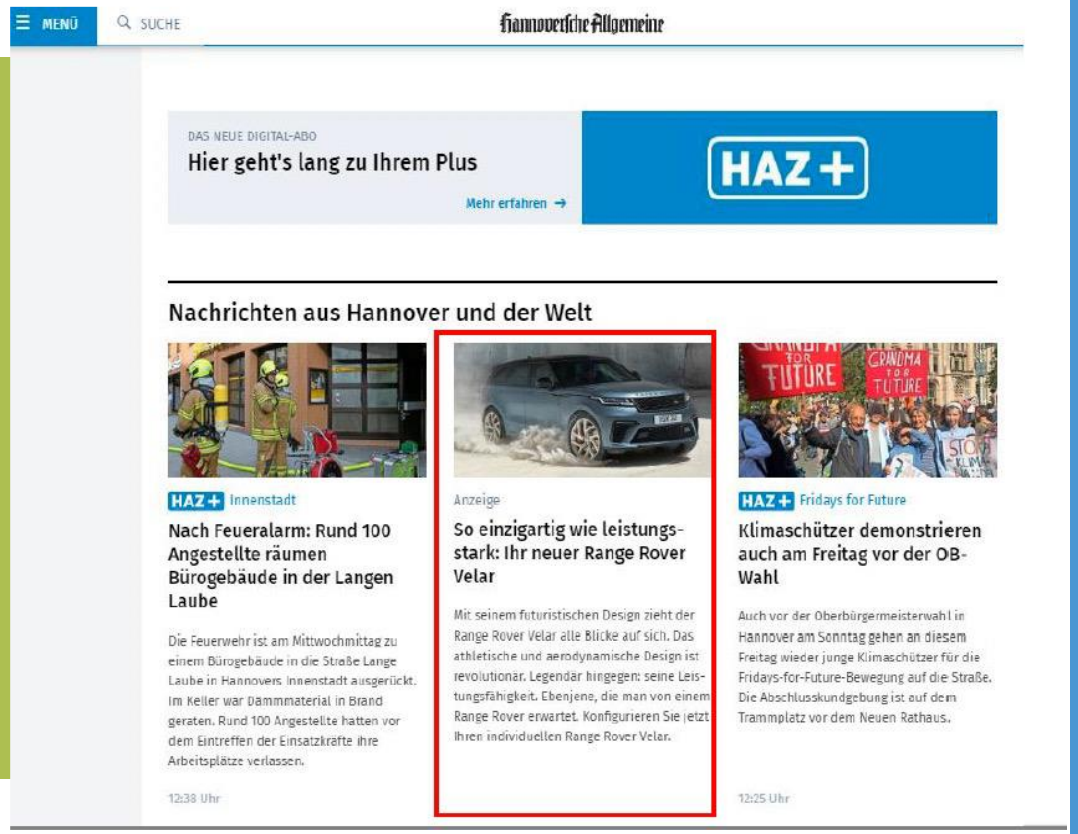
• Wert der Leistung:	3.400,00€
• Zuschuss CT von 50%	1.700,00€
• **Deine Kosten**	**1.700,00€**

Input

- Passende Themen/Angebote für CT Personas*
- Mind. 3 Bilder (ab 1920x1080) oder vglb. Formate (Video max. 15 Sekunden)
- Text
- Anlieferung: 10 Werktage vor Beginn der Schaltung

*die Absprache zur Eignung der Themen erfolgt in Zusammenarbeit mit Chiemgau Tourismus. Die Endredaktion behält sich Chiemgau Tourismus vor.

Native Advertising



Werbeleistung/Darstellung

Stilistisch angeglichene Ads werden auf Netzwerkportalen mit entsprechendem Targeting ausgespielt. Es besteht eine Weiterleitung zur CT – Landingpage. Bes. geeignet für Imagethemen.

Medialeistung

- Laufzeit: 4/6 Wochen ab KW 37
- Anzeige bei mind. 116 000 qualifizierten Kontakten

Beteiligungsangebote

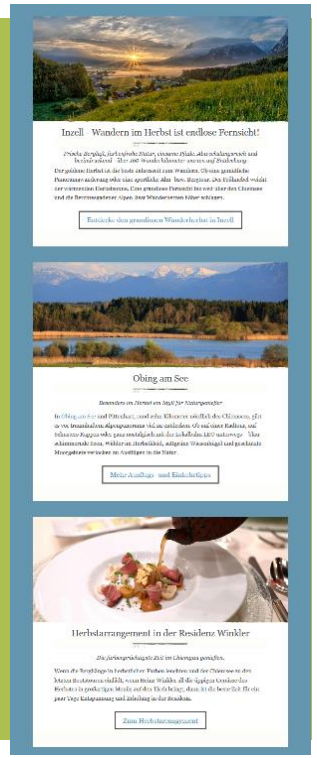
• Wert der Leistung:	1.330,00€
• Zuschuss CT von 50%	665,00€
• **Deine Kosten**	**665,00€**

Input

- Passende Themen/Angebote für CT Personas*
- Mind. 3 Bilder (ab 1920x1080)
- Text
- Anlieferung: 10 Werktage vor Beginn der Schaltung

*die Absprache zur Eignung der Themen erfolgt in Zusammenarbeit mit Chiemgau Tourismus. Die Endredaktion behält sich Chiemgau Tourismus vor.

Chiemgau Tourismus Newsletter



Werbeleistung/Darstellung

Teaser-Artikel im CT Sonder-Newsletter „Saisonverlängerung“. Darstellung mit Bild und Text sowie einer Verlinkung auf die CT-Landingpage. Bes. geeignet für buchbare Angebote und Imagethemen.

Medialeistung

- Erscheinungszeitraum: 09/10 2021
- Versendung an über 17 000 aktive Kontakte

Beteiligungsangebote

- Mehrere Boxen möglich
- Max. fünf Boxen (= Gesamtnewsletter)
- **Deine Kosten pro Box: 500,00€**

Input

- Passende Themen/Angebote für CT Personas*
- Titel: Max. 50 Zeichen
- Anriss: Max. 130 Zeichen
- Text: Max. 300 Zeichen
- Call-To-Action: Max. 60 Zeichen
- Bild (720x300 oder größer)
- Anlieferung: 10 Werktage vor Beginn der Schaltung

*die Absprache zur Eignung der Themen erfolgt in Zusammenarbeit mit Chiemgau Tourismus. Die Endredaktion behält sich Chiemgau Tourismus vor.

ChiemNow! Social Media Kampagne

ChiemNow! – unsere Social-Media-Kampagne, mit der wir Stammgäste und neue Gäste in den Chiemgau holen möchten, wird auch 2021 weiter beworben. Der Titel ist als Aufforderung gedacht, gleichzeitig soll sich die Kampagne über den Hashtag (#) weit in den sozialen Medien verbreiten.

Um ChiemNow! möglichst schlagkräftig zu machen, möchten wir die **Werbekraft aller touristischen Partner in der Region dafür bündeln**. Jeder touristische Leistungsträger kann einfach und unkompliziert mitmachen und für den eigenen Betrieb profitieren. So können wir gemeinsam eine große Reichweite in den Sozialen Medien erreichen. Wir haben dafür bereits Vorlagen erstellt. Sie sollen als GIFs (Kurzvideos) und Sticker verbreitet werden.

Was bedeutet ChiemNow!?

Bis vor kurzem hieß es in den sozialen Medien noch „bleib daheim, reise später" („#stayhometravellater"). Unter Hashtags wie diesem haben Nutzer dazu aufgerufen, vorerst auf Urlaubsreisen zu verzichten. Aus „bleib daheim, reise später" haben wir die Aufforderung „Komm jetzt in den Chiemgau" oder kurz: ChiemNow! gemacht. Diese Botschaft ist zeitlos und präzise verortet.

Wie kannst du „ChiemNow! für deine Zwecke verwenden?

Für den Social-Media-Einsatz stellen wir auf den Plattformen Facebook und Instagram ein Set an Vorlagen (GIFs und Sticker) zur Verfügung. Diese können durch das Hashtag #ChiemNow via Giphy (Suchfunktion) abgerufen und verwendet werden. Beispiele für die Grafik-Vorlagen findet ihr auf den folgenden Seiten. Für eine optimale Auffindbarkeit ist die Verwendung einer identischen Schreibweise wichtig, in diesem Fall: ChiemNow!. Für den Einsatz in Social Media kann sowohl ChiemNow! verwendet werden als auch #chiemnow.

ChiemNow! Social Media Kampagne

Welche Botschaften wollen wir mit ChiemNow! verbinden?

In Verbindung mit ChiemNow! wollen wir auch immer das einzigartige Erlebnis, das nur bei euch oder nur in unserer Region erlebt werden kann, transportieren. In den Bildern und Botschaften sollen sich unsere Markenwerte „griabig“, „Zeit“ und „natürlich aktiv“ wiederfinden. ChiemNow! kann in alle Kommunikationsmaßnahmen oder Werbemittel eingebunden werden. Je mehr mitmachen, umso höher wird die Reichweite. Bilder als Basis gibt es in unserer Bilddatenbank: www.portal.medien.chiemsee-chiemgau.info

Wie ist die Kampagne angelegt und wie könnt ihr euch einbringen?

ChiemNow! soll keine Eintagsfliege sein, sondern eine langfristig und breit angelegte Werbeoffensive. Der erste Schritt ist die weite Verbreitung auf den Social-Media-Kanälen aller touristischen Akteure der Region (Beherbergung, Gastronomie, Freizeit, Tourist-Infos und Chiemgau Tourismus). In einem zweiten Schritt bieten wir euch Beteiligungsangebote für Onlinemarketing und klassische Medien an, die ab August veröffentlicht werden, um gezielt eine Saisonverlängerung bis Ende November und dazu passende Angebote zu bewerben. Und dann geht es weiter, denn ChiemNow! ist zeitlos.

Anmeldung

Ort/Betrieb/Ansprechpartner Telefon/Mail	UID-Nummer Datum/Unterschrift

Maßnahme	Teilnahme (bitte ankreuzen)	Thema		
Facebook & Instagram Ads	☐ 4 Wochen: 1.700€ ☐ 6 Wochen: 1.700€		☐ Frey	☐ Schnell
Native Ads	☐ 4 Wochen: 665€ ☐ 6 Wochen: 665€		☐ Frey	☐ Schnell
CT Newsletter	☐ Box: 500€		☐ Frey	☐ Schnell

Alle Preise verstehen sich zzgl. 19% Ust.

Anmeldung per Mail an urlaub@chiemsee-chiemgau.info bis spätestens
Freitag, 20.08.2021 | Inputanlieferung s. Maßnahmenseite

chiemsee chiemgau
Bayerische Alpen

Kerstin Schnell

Alter:

36 Jahre

Wohnsituation:

Mietwohnung in einem Reihenhaus in Ludwigshafen

Lebensumstände:

Verheiratet mit Christian (40 Jahre)
Gemeinsamer Sohn Lukas (5 Jahre)

Beruf:

Kerstin ist Steuerfachangestellte,
Christian ist Teamleiter in der Industrie;
Haushalts-Nettoeinkommen: 3.000 € im Monat

Lebensart und -weise:

- Sozial verwurzelt, viele Freunde
- Versucht Beruf und Familie gut zu vereinbaren
- Sportlich aktiv (Laufen, Radfahren, Pilates, Yoga)
- Gelegentliche Shoppingausflüge an Wochenenden
- Kaufverhalten: sehr flexibel, Preis-Leistungs-Verhältnis muss passen

Mediennutzung und Informationsverhalten:

- Sehr regelmäßige Nutzung von Smartphone und Tablet, um im Internet zu surfen; Sohn Lukas nutzt die Geräte schon mit
- Apps zum Shoppen, Musik hören und Spielen
- Soziale Netzwerke (Facebook, WhatsApp, Instagram), um mit Freunden in Kontakt zu bleiben
- Streaming-Dienste (Netflix, Amazon Prime)
- Lifestyle-Magazine (Glamour oder Eltern)
- Informationsquellen zur Urlaubsplanung: Webseiten von Reisezielen und Unterkünften, Ergebnisse von Suchmaschinen, Reiseportale, Buchungsplattformen, Blogs, Apps (TripAdvisor, Google Maps), redaktionelle Berichte, Prospekte und Kataloge, Empfehlungen von Freunden

Familie
Spaß
Smartphone
Flexibel
Aktiv

Buchung der Reise:

- Online über bekannte und vertrauenswürdige Portale
- Direkt online bei den Unterkünften

Urlaubsverhalten:

- Bevorzugt familienfreundlichen Betrieb mit gutem Preis-Leistungsverhältnis
- Angebote für Kinderbetreuung sind erwünscht
- Mit Vorrang werden Betriebe ausgewählt, die eine Gästekarte bereitstellen; Pauschalangebote sind willkommen
- Aktiver Familienurlaub (kleinere Wanderungen, baden)
- Shoppingausflüge in nahegelegene Städte

Nach dem Urlaub:

- Bewertet Unterkunft und Restaurants auf bekannten Plattformen
- Teilt Urlaubsfotos und Erlebnisse auf WhatsApp, Facebook oder Instagram
- Erstellt ein Fotobuch

Bitte nicht!

- Familienunfreundlichkeit in Hotels oder Gastronomie
- Schlechte Internetverbindung
- Kein Kinderprogramm

Informationen: www.chiemsee-chiemgau.info/partnernetz

© Chiemgau Tourismus e.V.

chiemsee chiemgau
Bayerische Alpen

Anja Frey

Alter:

39 Jahre

Wohnsituation:

Moderne Eigentumswohnung im Altbau in Frankfurt

Lebensumstände:

Verheiratet mit Markus (44 Jahre)

Beruf:

Anja ist Lektorin, Markus ist Wirtschaftsingenieur; Haushalts-Nettoeinkommen: 3.900 € im Monat

Lebensart und -weise:

- Kulturbegeistert (z.B. Literaturstammtisch)
- Achtet auf Nachhaltigkeit und Regionalität
- Achtet auf Qualität bei Produkten und Dienstleistungen im Alltag, aber auch im Urlaub
- Möchte immer wieder Neues kennenlernen
- Sportlich aktiv (Tanzkurs, Pilates, Rennrad)

Mediennutzung und Informationsverhalten:

- Sehr regelmäßige Internetnutzung über Smartphone oder Tablet, achtet auf Datensicherheit
- Kaum Fernsehkonsum außer politischen Talkshows oder anspruchsvollen Dokumentationen
- Zeitungen und Zeitschriften zu Kultur- und Wirtschaftsthemen („Die Zeit", „Der Spiegel") und überregionale Wochenzeitungen
- Informationsquellen zur Urlaubsplanung: Webseiten von Reisezielen und Unterkünften, Reisesendungen, Reiseführer und -magazine, Reiseberichte in Zeitungen und Zeitschriften, Suchmaschinenergebnisse

Regional Aktiv
Qualität Kultur
Nachhaltigkeit
Authentizität

Buchung der Reise:

- Online über bekannte und vertrauenswürdige Portale

Urlaubsverhalten:

- Verreist mit Markus, mehrere Kurzurlaube im Jahr
- Sucht authentische Eindrücke (regionaltypische Küche, Slowfood, regionale Märkte etc.)
- Kulturell interessiert (Kulturveranstaltungen, Museen, Schlösser)
- Aktiv in der Natur unterwegs (Rennradtouren, Themenwege, geführte Wanderungen)
- Unterkunft: Häuser, die etwas „Besonderes" wie außergewöhnliche Architektur, eine besondere Lage, Wellness oder sogar einen Golfplatz haben.
- Gelegentliche Information vor Ort beim Gastgeber zu Aktivitäten und Veranstaltungen

Nach dem Urlaub:

- Bringt gerne außergewöhnliche Erinnerungsstücke und regionale Produkte mit nach Hause
- Einbindung der Produkte aus der Region auch im Alltag, sofern zu Hause beziehbar
- Erzählt Freunden und Bekannten von besonderen Erlebnissen im Urlaub

Bitte nicht!

- Verbaute Natur
- Fehlverhalten anderer Touristen
- Anpassung der Region an die Touristen und daraus folgender Kulturverlust

Informationen: www.chiemsee-chiemgau.info/partnernetz © Chiemgau Tourismus e.V.

CHIEMGAU
CHIEMSEE

Chiemgau Tourismus e.V.
Stadtplatz 32
83278 Traunstein