

PRESSE-INFORMATION

30. September 2019

Schleswig-Holstein als attraktives Reiseziel für die Nebensaison

Crossmediale Werbekampagne geht in die zweite Runde

Kiel. Mit Gummistiefeln durchs Wasser springen, übermütig Fangen spielen, ausgelassen toben: Nein, es sind nicht zwei Kinder, die am Seeufer herumtollen, sondern zwei herzhaft lachende Erwachsene. Ein weiteres Motiv zeigt eine weihnachtlich beleuchtete Stadt am Meer, zugedeckt mit einer weißen Schneepacht. Diese zwei Motive spiegeln Schleswig-Holstein in der Nebensaison wider und sind auf Großflächenplakaten und Infoscreens zu sehen, die ab morgen diverse deutsche Bahnhöfe zieren. Flankiert wird die Außenwerbung von einer digitalen Media-Kampagne, welche die gleichen Motive nutzt und ebenfalls ab morgen im Web und in Social Media-Kanälen ausgespielt wird.

Diese groß angelegte Werbeaktion für den Tourismusstandort „Schleswig-Holstein. Der echte Norden“ ist die Fortsetzung der im Januar gestarteten Kampagne der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) zur Bewerbung der Nebensaison und nutzt die Botschaft „Wieder Kind sein - Das ist Glück“ sowie „Weihnachten im Norden - das ist Glück“. Wie bereits im Frühjahr werden die Motive zunächst vom 01. bis 14. Oktober auf rund 180 Großflächenplakaten und Infoscreens an Bahnhöfen in Hannover, Bielefeld, Bochum, Düsseldorf, Dortmund, Köln, Essen, Gelsenkirchen, Frankfurt a. M., Stuttgart, Nürnberg und München zu sehen sein. Die Standorte befinden sich in den fünf wichtigsten Inlandsmärkten für das Urlaubsland Schleswig-Holstein.

In den gleichen Bundesländern begegnet Internetnutzern eine dazu passende Onlinewerbung, sowohl im Web als auch in Social Media-Kanälen. Die digitale Werbeaktion ergänzt und verlängert die Plakatwerbung und läuft vom 01. Oktober bis Mitte Dezember. Sie beinhaltet einen bewährten Mix aus klassischen als auch innovativen Video-Bannerformaten inklusive Cinemagraphs. Die Ausspielung erfolgt schwerpunktmäßig für eine genau definierte Zielgruppe auf Basis von Cookies nach

Seite 1 von 3

Pressekontakt:

Manuela Schütze, Pressesprecherin, Tel. +49 (0)431 600 58 70, Pressestelle Tel. +49 (0)431 600 58 74
Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH, Wall 55, 24103 Kiel,
E-Mail: presse@sht.de; www.sh-business.de; www.twitter.com/Landesmarketing

dem Programmatic Advertising-Verfahren. Auf diese Weise werden die Online-Werbeformate automatisiert und in Echtzeit gebucht, ausgespielt und optimiert. Klickt der Nutzer auf die Anzeige, wird er auf eine dem Thema Herbst in Schleswig-Holstein gewidmete Website www.sh-tourismus.de/herbst weitergeleitet. Und wer facebook nutzt und der definierten Zielgruppe entspricht, hat sogar die Möglichkeit, an einem Gewinnspiel in Kooperation mit den Ringhotels teilzunehmen.

Ab Mitte November werden Online-Werbeformate mit dem weihnachtlichen Motiv ausgespielt. Rund 8,1 Millionen Sichtkontakte aus dem Frühjahr bezeugen das Interesse der Nutzer und somit den Erfolg der Nebensaison-Kampagne.

Während im Frühjahr Nord- und Ostseeküste im Mittelpunkt der Werbeaktion standen, rücken die aktuellen Motive das Binnenland sowie die schleswig-holsteinischen Städte mit ihren Weihnachtsmärkten in den Fokus. Die Bewerbung der Nebensaison ist zentrale Zielsetzung der Marketingstrategie des Landes. Ziel ist es, Schleswig-Holstein als Ganzjahresdestination zu etablieren.

„Mit dieser crossmedialen Werbekampagne erreichen wir unsere potenziellen Gäste über die von ihnen genutzten Kommunikationskanäle, ob offline oder online. Wir zeigen die Stärken unseres Reiselandes „Schleswig-Holstein. Der echte Norden“ gerade auch zur Nebensaison und über das ganze Land verteilt“, erklärt Dr. Bettina Bunge, Geschäftsführerin der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH.

Pressekontakt:



„Wieder Kind sein – Das ist Glück“ – mit dieser Botschaft bewirbt die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH ab morgen die Nebensaison u.a. im Binnenland. © TA.SH/Max Wiecanowski



„Weihnachten im Norden – Das ist Glück“. © foto-oliverfranke.de

Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) ist die offizielle touristische Landesmarketingorganisation in Schleswig-Holstein und organisiert die überregionale Vermarktung des Reiselandes Schleswig-Holstein mit dem Ziel, potenzielle Gäste für den echten Norden zu begeistern. Die TA.SH ist ein 100%iges Tochterunternehmen des Landes mit Sitz in Kiel und beschäftigt rund 20 Mitarbeiter. Sie setzt die Tourismusstrategie 2025 im In- und Ausland um und wird vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus gefördert.

Pressekontakt:

Manuela Schütze, Pressesprecherin, Tel. +49 (0)431 600 58 70, Pressestelle Tel. +49 (0)431 600 58 74
Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH, Wall 55, 24103 Kiel,
E-Mail: presse@sht.de; www.sh-business.de; www.twitter.com/Landesmarketing