

PRESSE-INFORMATION

20. August 2021

Radfahren in Schleswig-Holstein - neue Online-Kampagne wirbt für das Trendthema im echten Norden

Kiel. Natururlaub ist ein wichtiges Reisemotiv für Schleswig-Holstein. Outdooraktivitäten stehen bei Urlaubsgästen und Tagesausflüglern hoch im Kurs. Mit einer Online-Kampagne setzt die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH) aktuell das Aktivthema Radfahren digital in Szene. Mit drei verschiedenen, jeweils animierten Motiven und flotten Sprüchen wirbt die TA.SH passgenau in ihren deutschen Quellmärkten Nordrhein-Westfalen, Hessen und Niedersachsen für das Radeln im echten Norden. Der Auspielungszeitraum umfasst sechs Wochen, Ende Juli bis Mitte September diesen Jahres.

Mit „Bergab heißt bei uns Rückenwind“ wird beim ersten Motiv für das Erkunden der Region zwischen den schleswig-holsteinischen Küsten geworben. Schafe, Leuchtturm und Salzwiesen weisen beim zweiten Motiv klar auf die Nordsee hin. „Hier grasen die Sehenswürdigkeiten direkt am Wegesrand“ heißt es da mit einem Augenzwinkern. „Unsere Radwege nennt man auch Entschleunigungsstreifen“ steht über dem Ostseemotiv mit Strandhafer, Uferradweg und Meerblick. Über jedes Motiv radelt eine gezeichnete, als GIF-animierte Figur.

Die Rad-Kampagne wird über die auf Online-Marketing spezialisierte Agentur St. Elmo's Tourismusmarketing, Serviceplan Gruppe, ausgespielt. Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein flankiert die Auspielung durch Beiträge auf den eigenen Social-Media-Kanälen Twitter, Instagram, Facebook und Pinterest.

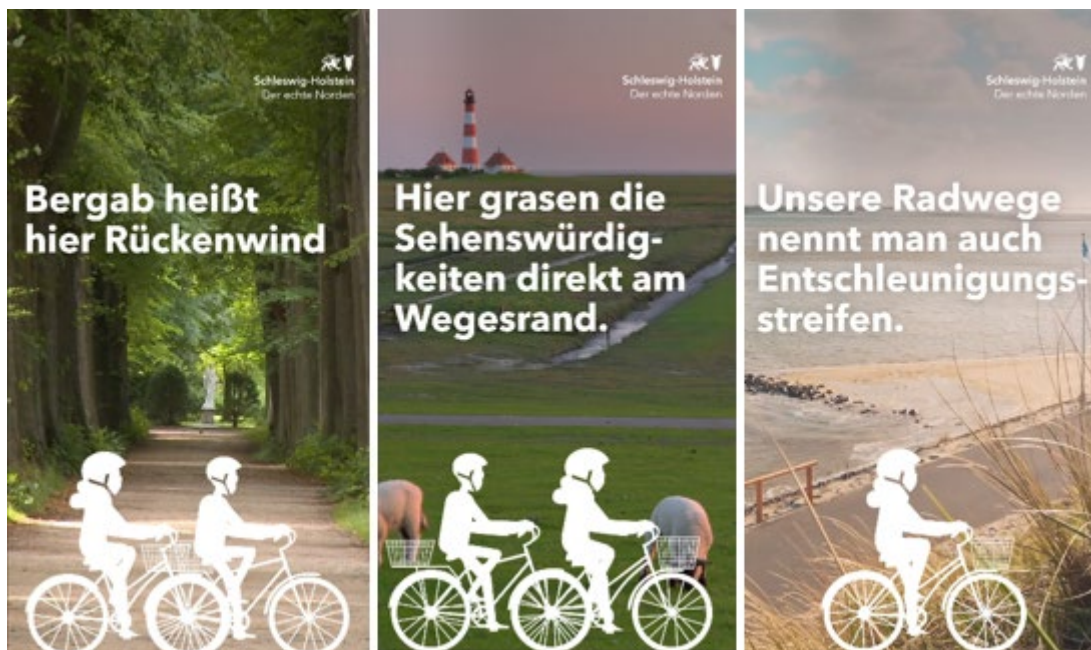
Die Kampagne der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein zahlt auf die Radstrategie des Landes Schleswig-Holstein 2030 ein, die übergreifend die Themen Infrastrukturmaßnahmen, Angebotsgestaltung und Vermarktungsstrategie abbildet.

(„Ab aufs Rad im echten Norden“ - Radstrategie Schleswig-Holstein 2030.

https://www.schleswig-holstein.de/DE/Fachinhalte/R/radverkehr/radstrategie_Infoseite.html)

„Radfahren im Urlaub ist ein großer, generationsübergreifender Trend, der sich seit Jahren abzeichnet. Gäste aus nah und fern wollen neue Radwege erkunden, Bed&Bike ausprobieren, E-Bikes ausleihen und sich aktiv in der Natur bewegen. Es gibt für uns alle noch viel zu tun, um die Radstrategie Schleswig-Holstein 2030 sukzessive umzusetzen. Wir machen mit unserer Online-Kampagne schon jetzt Lust drauf, das vielfältige Radland Schleswig-Holstein zu erkunden“, sagt Bettina Bunge, Geschäftsführerin der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH.

Mit Programmatic Advertising wird die TA.SH-Kampagne komplett automatisch und individualisiert den Nutzern eine Werbefläche in Echtzeit ausgespielt. Wer dann zum Beispiel bei den radelnden Zeichenfiguren der TA.SH-Kampagne neugierig wird und auf die ihm angezeigte Werbung klickt, wird zur Landingpage sh-fahrradland.de weitergeleitet. Hier finden die Nutzerinnen und Nutzer viele Tipps, Fun Facts und natürlich besondere Tourenvorschläge für die eigenen Ausflüge.



Leitmotive der Online-Radkampagne der TA.SH

Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) ist die offizielle touristische Landesmarketingorganisation für Schleswig-Holstein und organisiert die überregionale Vermarktung des Reise- und Tagungsstandorts 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 ein 24-köpfiges Team. Sie setzt die Tourismusstrategie 2025 im In- und Ausland um und wird vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus gefördert.