

2021

Social Media Marketing 2021



Beteiligungs-
möglichkeiten



Online Kanäle	Status	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	
Cross-Channel Ausspielung: FB, IG, Google Ads, Programmatic Ads, KST Website 	Schwerpunkt-Kampagne	Veranstaltungen												
		Wandern												
		Wein												
	ggf. Pilot-Kampagne						Rad				Rad			
	Sonstige			Kultur										Kultur
			Wellness										Wellness	
					Genuss (Besen)						Genuss (Besen)			
					Natur (Mandelblüte, etc.)		Seen/Baden							
	Sonder-Kampagnen			Willst Du mit mir Gehen! Gewinnspiel Wanderkampagne									Adventskalender Hügelkalender!	
		Gewinnspiel, weitere Themen, ...												



Redaktionsplan 2021

#LandDer1000Hügel

#SpürstDuDasAuch

#SchmeckstDuDasAuch



Abonnenten
1.885

2-3 Posts pro Woche,
1 eigene Story pro Monat,
Gewinnspiele

@kraichgau_stromberg

Ø Engagement-Rate pro Post: 2 %
Ø Reichweite pro Post: 450
(ohne Anzeigenbudget)



Follower
1.357

2-3 Posts pro Woche,
ca. 4 eigene Stories pro Monat,
Reposts von Stories anderer Nutzer

@kraichgau.stromberg

Ø Engagement-Rate pro Post: 11 %
Ø Reichweite pro Post: 750
(ohne Anzeigenbudget)



Zielgruppe

Tagesgäste, Kurzzeitbesucher
(und Einwohner):

**Erlebnisorientierte, ausflugs-
und reiselustige Genießer und
Naturenthusiasten**

#Hügelkalender

#KraichgauStromberg

Stand 15.12.2020, KST Durchschnittswerte aus September und Oktober 2020 ohne bezahlte Posts.

Ø Engagement-Rate (nach Follower) auf Facebook 0,09 % und auf Instagram 1,6 % (Quelle: [Rival IQ](#))

Ø Post Reichweite nach Fans (Post reach vs. page likes) 5,2 % (Quelle: [Wearesocial](#) und [Hootsuite](#))

→ Auf unseren Seiten: zw. 30-60 %

Social Media

Schwerpunkte

Wander-
kampagne

Wein-
kampagne

Veranstaltungen

2021

Sonstige

Wellness, Kultur,
Genuss, Natur,
Seen, Weihnachts-
märkte, Gewinn-
spiele, ...

(Gravel-)Rad
Pilot-
kampagne

Willst Du mit
mir Gehen!

Gewinnspiel-
kampagne

Sonderkampagne

Beteiligungsmöglichkeiten

Ganz ohne zusätzliche Kosten

Unser Community Management und unsere organische Posts finden von Januar bis Dezember 2021 auf Instagram und Facebook statt. Eine Übersicht, wann wir welche Themen fokussiert ausspielen gibt unser Redaktionskalender vor. Mitglieder und Partner werden regelmäßig einbezogen. Insbesondere „strahlende Leuchttürme“ – Leistungsträger, Orte, Angebote, die durch ihren herausstechenden Charakter als „Spitzenprodukt oder -leistung“ identifiziert sind – werden hervorgehoben.

Mitteilen

„Füttern“ Sie uns regelmäßig mit Informationen aus Ihrem Ort, Ihrem Betrieb, Ihrer Region. Was gibt es bei Ihnen Neues? Alle Ideen und Vorschläge für Social Media werden vom KST gesammelt und aufbereitet.

Kurze E-Mails oder Anrufe genügen:
keller@kraichgau-stromberg.de
oder 07252 96 33 22.



Mitmachen

Eigene Social Media Kanäle aufbauen, weiterentwickeln und pflegen.

Und wenn es mal hakt, kontaktieren Sie uns. Wir stehen mit Tipps und Tricks zur Seite!



Vernetzen

Interagieren sie aktiv. Verlinken Sie uns und sich gegenseitig. Verlinken Sie uns insbesondere in Stories. Wir geben Ihren Video- und Fotoeinblicken gerne zusätzliche Reichweite und nutzen die Instagram Funktion „in meiner Story teilen“. So sieht unsere Community Ihre Beiträge. Davon profitieren wir alle zusammen.

Instagram: @Kraichgau_stromberg
Facebook: @Kraichgau.stromberg.
#KraichgauStromberg #LandDer1000Hügel
#SpürstDuDasAuch #SchmeckstDuDasauch



Beitritt in unsere neue Facebookgruppe

Up to date bleiben über den Tourismus in der Region. Nutzen Sie die Plattform zum Austausch von Ideen, Trends und mehr. Hier gibt es Raum für Fragen, neue Partnerschaften und Hilfe.

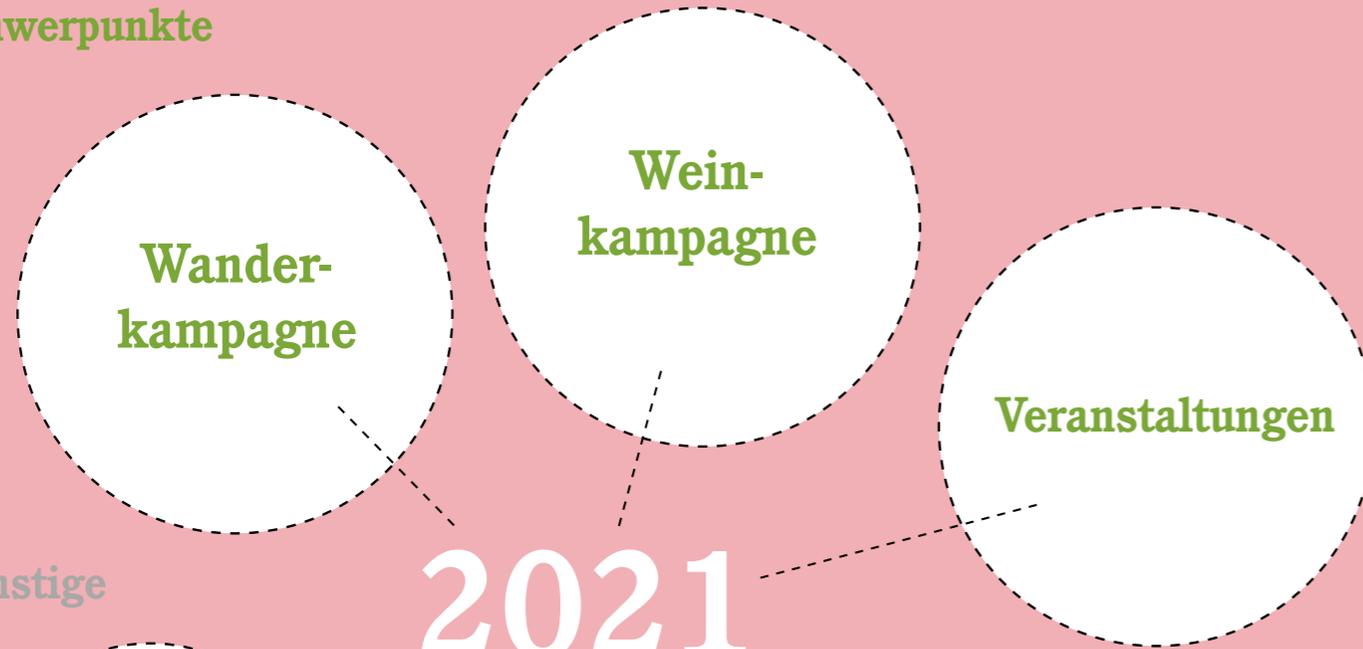
Kommen Sie in unsere Facebookgruppe: Think Tank Tourismus Kraichgau-Stromberg



facebook.com/groups/thinktanktourismuskraichgaustromberg

Social Media

Schwerpunkte



Sonstige



Sonderkampagne

Beteiligungsmöglichkeiten

Für kleine und große Budgets

Vier Arten wie Sie sich 2021 am Social Media Marketing des KST beteiligen können, stehen Ihnen zur Verfügung. Um gezielt Aufmerksamkeit auf relevante Themen zu lenken, sorgen die Kampagnen um „Wein“ und „Wandern“ für langanhaltende Aufmerksamkeit bei einer interessierten Zielgruppe. Ein nachhaltiger Imageeffekt wird erzielt. Aber auch Gewinnspiele und Veranstaltungen werden ins Licht gerückt und schon mit kleinem Budget kann hier die Anzahl an Personen, die Ihre Inhalte sehen werden, deutlich ansteigen.

Wanderkampagne

Langanhaltende Crosschannel-Kampagne. Kanalübergreifend wird über einen längeren Zeitraum „Wandern“ anhand der 5 beteiligten Partnern erzählt. Kampagne wird nur bei genügend Partnern realisiert.

€ € €

- Max. Partneranzahl: 5
- Zeitraum: März - Oktober

Preis: 567 € inkl. 19 % MwSt.

★ Dies entspricht nur 75 % der Gesamtkosten, 25 % trägt KST

Weinkampagne

Langanhaltende Crosschannel-Kampagne. Kanalübergreifend wird über einen längeren Zeitraum „Wein“ anhand der 5 beteiligten Partnern erzählt. Kampagne wird nur bei genügend Partnern realisiert.

€ € €

- Max. Partneranzahl: 5
- Zeitraum: März - Oktober

Preis: 567 € inkl. 19 % MwSt.

★ Dies entspricht nur 75 % der Gesamtkosten, 25 % trägt KST

Willst Du mit mir Gehen! Gewinnspielkampagne

Verlosung einer oder mehrerer Wanderreisen. Touren werden vor, während und nach der Reise auf Social Media authentisch präsentiert - vom KST und den Gewinnern, die zu Markenbotschaftern werden.

€ €

- angestrebte Partneranzahl: 1-5
- Zeitraum: März - Oktober

Preis: Gesamtkosten für die Reise

★ KST finanziert die Bewerbung der Aktion

Bezahlter Post (Small | Medium | Large)

Veröffentlichung eines bezahlten Posts auf der KST Instagram oder Facebook Seite. Das Thema wählen Sie (z. B. Veranstaltung, Kultur, Gewinnspiel, etc.). KST übernimmt Konzeption und Umsetzung.

€

- Partneranzahl: unbegrenzt
- Ausspielung am Redaktionsplan auszurichten

Preis: Small 25 € | Medium 40 € | Large 50 €

★ Partner kommt lediglich für das Anzeigenbudget auf



Beteiligungs- möglichkeiten im Detail



Wander-
kampagne

Wein-
kampagne

Willst Du mit
mir gehen!
Gewinnspiel-
kampagne

Veranstal-
tungen

Wellness,
Kultur,
Genuss, ...

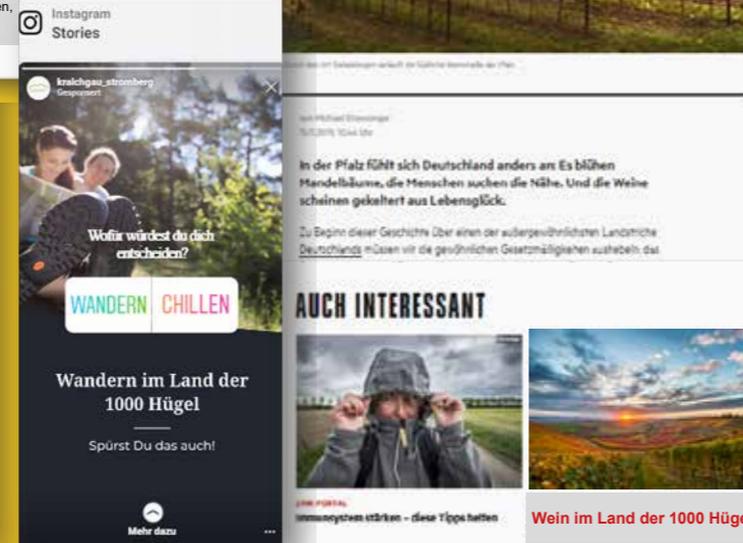
Gewinn-
spiele, ...

Wander-
kampagne

Wein-
kampagne

Landingpage auf KST Website

Google
Display-
und Such-
netzwerk



Facebook und Instagram

Programmatic Ads

Beteiligungsmöglichkeiten

Schwerpunktkampagnen Wein und Wandern

Die zwei wichtigsten Themen des Land der 1000 Hügel „Wein“ und „Wandern“ sollen in den Fokus gerückt werden. Die beiden Kampagnen laufen unabhängig voneinander, werden unterschiedlich gestaltet und ausgespielt. Allerdings tragen sie konsistent die Message rund um „Spürst Du das auch!“. Die Kampagnen werden kanalübergreifend ausgespielt. Jeweils 5 Partner können sich in den beiden cross-channel-Kampagne beteiligen. Sie werden an den unterschiedlichen digitalen Touchpoints gezielt eingebunden.

Zielsetzung

Die Wahrnehmung als attraktive Wander- bzw. Weindestination nachdrücklich stärken. Die wander-/weinaffine Zielgruppe wird zum richtigen Zeitpunkt an unterschiedlichen Touchpoint inspiriert. Hier werden konkrete Leistungen und Angebote vorgestellt. Die max. Einbindung von 5 Partnern grenzt die Angebotsvielfalt ein und wirkt für Gäste übersichtlich, was die Kaufentscheidung anregt. Ziel: Erhöhung von Reichweite und Traffic auf Landingpage.

Konzeption

Ein visuelles Grundgerüst wird für beide Kampagnen je Touchpoint erarbeitet. Einzelne Motive können je Ad ausgetauscht werden. Der grundsätzliche Aufbau, Schrift, Claim etc. bildet den Wiedererkennungsfaktor.

Umsetzung

Eine KST-Landingpage wird angelegt. Hier werden alle Partner der Kampagne eingebunden. Die Seite ist Reportagen-ähnlich und hat inspirierenden Charakter. Sie bildet die Zielseite der Kampagne und enthält nicht nur Claim und Message sondern weitergehende Informationen für potenzielle Gäste.

Einbindung der Kampagnenpartner*:

- Exklusive Landingpage für gesamte Kampagne
- Facebook + Instagram Posts mit Anzeigenbudget
- Programmatic Ads über Netzwerkreklame
- Google Ads
- Max. Partneranzahl: 5
- Zeitraum: 8 Monate von März - Oktober

Preis: 567 € inkl. 19 % MwSt.

★ Dies entspricht nur 75 % der Gesamtkosten, 25 % trägt der KST

*vorbehaltlich redaktionelle Hoheit KST

Landingpage auf KST Website mit Infos, Verlinkungen, Anmeldeformular, Erfahrungsbericht



Willst Du mit mir gehen!

"Wanderfans aufgepasst."

Wurdest Du im letzten (Corona-)Jahr auch vom Wanderfieber angesteckt? Hast Du High Heels gegen Wanderschuhe getauscht? Stickiger Städtesmog gegen frische Waldluft? Zeige uns wie und warum Du das Wandern für Dich entdeckt hast. Und sage uns, wen Du mit Deinem Wanderfieber anstecken willst.

Wir laden Dich und Deine Begleitung auf eine komplette Wandertour mit Übernachtung und Verköstigung im Land der 1000 Hügel ein. Deine Aufgabe ist es Deine Begleitung vom Wandern auf einer unserer Top Touren zu begeistern. Nimm uns und die Social Media Fans und Follower mit und teile eure Wanderung live mit uns. Bewirb Dich jetzt für "Willst Du mit mir gehen!"

Pressemeldung

ggf. Print Postkarte

Beteiligungsmöglichkeiten

Sonderkampagne „Willst Du mit mir gehen!“-Gewinnspiel

Diese Aktion kommt Anfang 2021 zum genau richtigen Zeitpunkt. In Zeiten von Reisebeschränkungen und Kurzarbeit sind Outdoor-Aktivitäten beliebter denn je. Die aktuellen Corona-Entwicklungen zeigen, dass Fernreisen oder gar Mittelstrecke noch lange nicht wieder stattfinden. Doch eine Wanderreise ist trotz Corona möglich. Sie ist für immer mehr Personen und insbesondere neue Zielgruppen attraktiv (geworden). Mit der Aktion präsentiert sich das Land der 1000 Hügel gewinnbringend und beweist am Zahn der Zeit zu sein.

Zielsetzung

Die Gewinner sind Wanderfans und werden zu (Marken-)Botschaftern für das Land der 1000 Hügel als Wanderregion. Eine erhöhte Image-Wirkung als Wanderdestination sowie ein Multiplikatoreffekt werden erzielt. Über die kreative, emotionale Ebene wird die Zielgruppe "mitgenommen" und damit Reiseabsicht positiv beeinflusst. Ziel: Reichweite und Aufmerksamkeit bei der Wanderzielgruppe durch authentische, unterhaltsame Geschichten erhöhen.

Konzept und Umsetzung

"Willst Du mit mir gehen!" ist ein Gewinnspiel mit Verlosung einer Wanderreise für zwei. Es werden Wanderfans gesucht. Sie bekommen eine Reise, bei der sie eine Reisebegleitung vom Wandern begeistern dürfen. Die Gewinner werden nach „Fähigkeiten“ und „Motivation“ ausgewählt. Um mitzuerleben, wie erfolgreich ihre „Mission“ ist, nehmen uns die Gewinner mitsamt der Social Media Community live mit und posten über ihren Wanderurlaub. Am Ende ihrer Reise wird ein Erfahrungsbericht als Art Blog-Artikel von ihnen verfasst und auf der KST Website veröffentlicht.

Einbindung der Kampagnenpartner*:

- Exklusive Landingpage für gesamte Kampagne als Zielseite (mit Infos, Verlinkungen, Anmeldeformular, Erfahrungsberichte im Blog-Stil nach der Reise)
- Instagram + Facebook Posts (ggf. Anzeigenbudget)
- Hohes Potenzial für weitere Erwähnung auf den Social Media Kanälen der Gewinner (Mikroinfluencer)
- Pressemeldungen zu der Aktion
- Ggf. Print Postkarte und weitere Promo-Aktionen

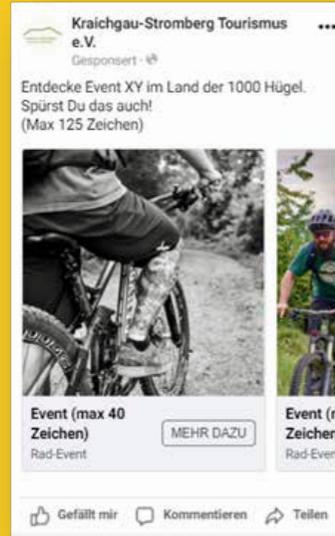
- Angestrebte Partneranzahl: 1-5 (pro Partner 1 Gewinner mit einer Reise für 2 Pax)
- Zeitraum: 2 bis 6 Monate zwischen März - Oktober

Preis: Als Partner tragen Sie lediglich die Gesamtkosten für die Reise eines Gewinners**

- ★ KST finanziert die komplette Bewerbung der Aktion

*vorbehaltlich redaktionelle Hoheit KST

**Benötigt werden für 2 Pax u. a. hochwertige Übernachtungen, herausstechende Abendessen, ggf. Eintritte, Wanderkarten, sonstige Ausstattung, weitere „Specials“ wie Weinverkostung – alles, was die gesamte Reise/ den Gewinn so attraktiv wie nur möglich macht. Gesamtwert der Reise sollte bei ca. 1000 Euro liegen.



www.instagram.com/kraichgau_stromberg



www.facebook.com/Kraichgau.Stromberg



Bezahlter Post allgemein



Bezahlter Post als Gewinnspiel

Beteiligungsmöglichkeiten

Bezahlte Posts – Social Advertising

Um über die bestehenden Fans und Follower der Social Media Seiten hinaus Menschen zu erreichen, wird Mediabudget für Social Media Anzeigen eingesetzt. Eine Vielzahl an attraktiven Targeting-Möglichkeiten wird von Facebook und Instagram geboten. So kann eine genau definierte Zielgruppe erreicht werden, die ggf. zum ersten Mal auf das Land der 1000 Hügel aufmerksam wird bzw. haargenau zur Leistung oder zum Produkt passt.

Zielsetzung

Eine festgelegte Zielgruppe mit relevanten Inhalten erreichen. Menschen erreichen, die (noch) keine Fans und Follower sind, aber für die unsere Inhalte durchaus interessant sind. Gleichzeitig wird mit den bezahlten Posts der Zweck erfüllt besonders erwähnenswerte Veranstaltungen, Produkte und Neuigkeiten hervorzuheben. Ziel je nach individuellem Inhalt: Reichweite, Interaktion und Traffic sowie insgesamt die Verstärkung der Markenbekanntheit des Land der 1000 Hügel.

Umsetzung ohne Gewinnspiel

Individuell angepasst an den gewünschten Inhalt.

Umsetzung als Gewinnspiel

Der Facebook Post kann als Quiz o. Ä. gestaltet werden. Der verlorene Preis muss einen Mindestwert von 25 € aufweisen (Qualitätsversprechen). Ideen für Gewinnspielpreise: Eintrittskarte Freizeiteinrichtung, Gastronomie- und/ oder Hotelgutschein, Freikarte für Gästeführung oder sonstiges Erlebnis, Weinpaket, Genuss-Paket, Bücher, Planwagenfahrt, Konzertkarte, uvm.

Einbindung der Partner*:

- Post auf Facebook oder Instagram (mit oder ohne Gewinnspiel) inkl. Anzeigenbudget 25-50 €
- Planung, Redaktion und Ausspielung über Social Media Seiten des KST
- Mögliche Inhalte bspw. Wandern, Rad, Wein, Events, Reisen allgemein und mehr
- Max. Partneranzahl: unbegrenzt, aber max. 1 Gewinnspiel pro Monat
- Zeitraum: jederzeit, Ausspielung am Redaktionsplan auszurichten
- Empfehlenswert: mind. 3 bezahlte Posts buchen

Preis**:

- Small 25 € | Medium 40 € | Large 50 €
- ★ Als Partner kommen Sie lediglich für das Anzeigenbudget auf

*vorbehaltlich redaktionelle Hoheit KST

**bei Durchführung eines Gewinnspiels trägt der Partner die Kosten für den Gewinn. Versand des Gewinns wird vom Partner abgewickelt. Versandkosten sind dabei ebenfalls vom Partner zu tragen.



Für weitere Informationen:

Angela Keller

Projektleitung Marketing

keller@kraichgau-stromberg.de

Tel. 07252 96 33-22

www.kraichgau-stromberg.de