

Kampagnenziel

Generierung von Übernachtungsgästen für die Nebensaison:

**Frühjahr 2023
und Herbst/Winter 2023/2024**

Ausspielung der Kampagne saisonal angepasst und auf das Kampagnenziel fokussiert.

**PASSEND ZU UNSEREM ZIELBILD EINES
ENTSPANNTEN STADTLEBENS**

Marketingziele:

Consideration (Interesse) und „Grundrauschen“ für Awareness (Bekanntheit)

Besondere Motive und Geschichten, die Aufmerksamkeit erregen und auch in die Tiefe gehen können.



Basics + Targeting



Zielsetzung

Consideration & Awareness

Zielmärkte

- **Großstädte** in Deutschland + Region: Hamburg, Köln, Düsseldorf, Frankfurt, Berlin, Stuttgart, München, Nürnberg
- **Bundesländer:** Baden-Württemberg, Hessen, NRW, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz
- Deutschsprachige Schweiz

Zielgruppen

Julia: 25-44 Jahre | Viola: 45-69 Jahre

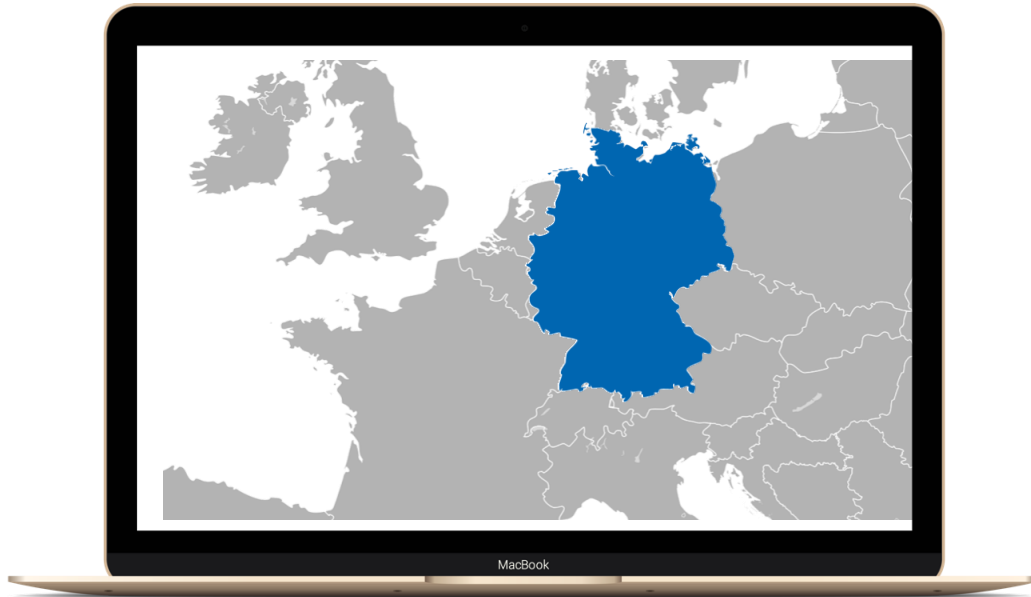
Fokus stärker auf Viola, aber Julia wird nicht ausgeschlossen

Zeitraum

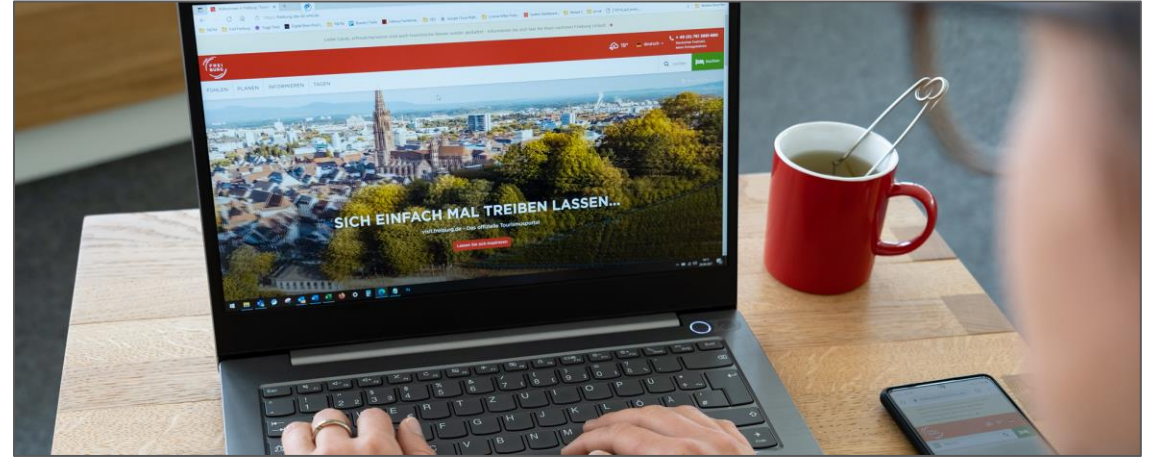
April 2023 bis März 2024

Budget GESAMT

Ca. € 190.000



Auswahl der Kanäle: Auf Basis der Mediennutzung unserer Personas



AWARENESS

- Grundrauschen übers ganze Jahr mit Social Ads + Online Ads
- Podcast Audio Ads, im Spätsommer/Früherbst
- DOOH + mobile Verlängerung
- Beilage DIE ZEIT, Reiseträume 2023, 3x jährlich

CONSIDERATION

- Stärkerer Fokus als in 2022
- Content Hub, im Spätsommer/Früherbst
- Wetter.com, im Spätsommer/Früherbst
- Podcast Retargeting, im Spätsommer/Früherbst

Neue Motivbeispiele

