



Sommerekampagne Niederlande 2019

Beteiligungsmöglichkeiten



Ausgangslage.

- Der niederländische Markt entwickelt sich über die letzten Jahre äußerst positiv:
 - Mehr als 2,3 Mio. Nächtigungen im TJ 2016/17
 - 60 Prozent Zuwachs in den letzten 15 Jahren – größter Zuwachs österreichweit
 - Die Niederlande stehen an 3. Stelle der Herkunftsmärkte im SL (nach D und A)
 - Potential für den Sommer: Verhältnis Winter-/Sommernächtigungen liegt bei 70:30
- Österreich ist als Urlaubsziel sehr attraktiv (nahe, sicher, „gemütlich“, gutes Preis-Leistungsverhältnis), das Reisen generell den Niederländern sehr wichtig.
- Marcel Hirscher steht als Testimonial am Markt (halber Niederländer) zur Verfügung.
- Lt. Regionalplanungsgesprächen besteht seitens der Regionen großes Interesse an mehr Kooperationen am niederländischen Markt – sowohl im Sommer als auch im Winter

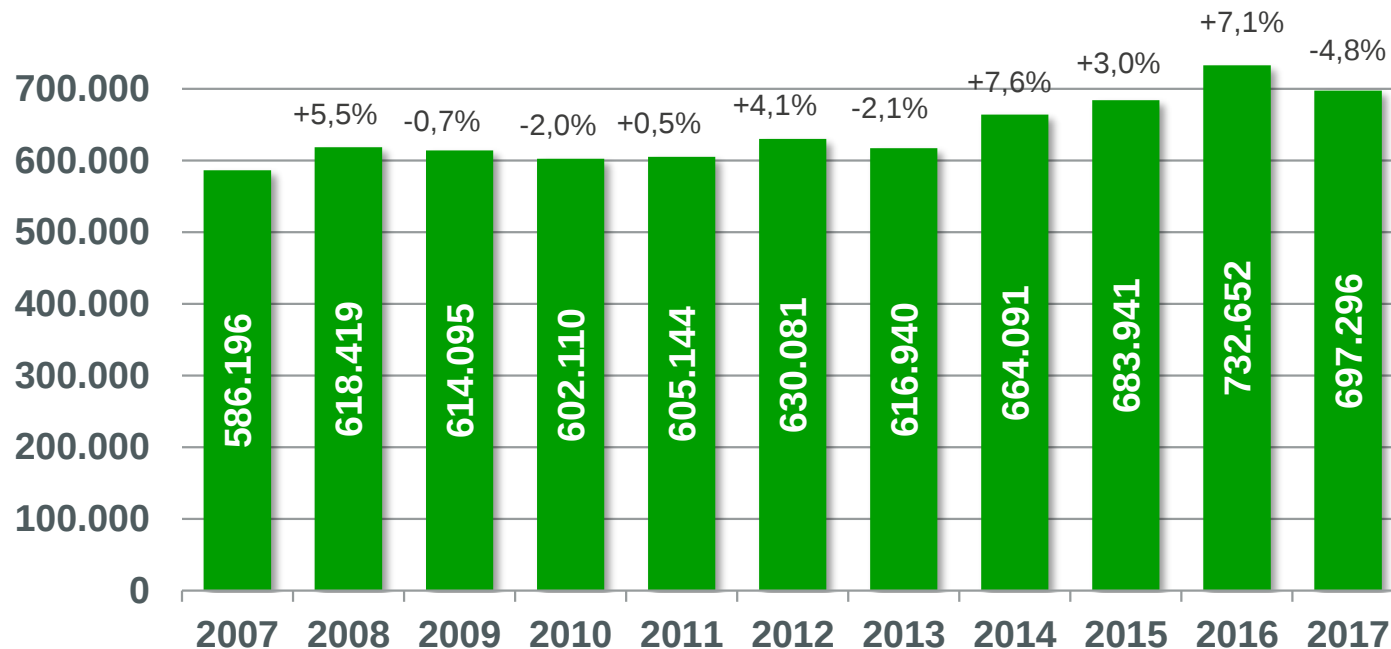
Exkurs: Der niederländische Markt.

- Nächtigungen im Tourismusjahr 2016/17: 2.337.870
- Ankünfte im Tourismusjahr 2016/17: 433.615 (+1,9 % d. Vj.) – Rekordergebnis!
- Durchschnittl. Aufenthaltsdauer im SL ist hoch: 5,4 Tage
- Verhältnis Winter-/Sommernächtigungen: 72:28
- Hohe Reiseintensität: 80 %
- Das Reisen ist den Niederländern sehr wichtig. Nahziele können von der Entwicklung profitieren und speziell Kurz-Urlaube liegen extrem im Trend.
- Prognostiziertes Wirtschaftswachstum im Jahr 2018 um 2,7 % (Steigerung im Vgl. zum VJ)
- Verbrauchervertrauen ist wieder gestiegen, die Arbeitslosenrate soll 2018 auf 3,9% sinken.

Exkurs: Der niederländische Markt im SalzburgerLand.

Nächtigungen Niederlande Sommer

2017: zweitbestser Sommer seit Beginn der Aufzeichnungen.



Die Idee.

- Verstärkte Schwerpunktaktionen für den Sommer 2019
- Durch Bündelung von Budgets erhöhte Schlagkraft am niederländischen Markt
- Hohe Reichweite durch starke Medienpartner
- Erhöhung der Bekanntheit von SalzburgerLand und seinen Partnerregionen in den Niederlanden
- Ansprache relevanter Zielgruppen
- Hoher Aufmerksamkeitsgrad durch kreativen Ansatz der Kampagne
- Einbindung von Marcel Hirscher (halber Niederländer) in die Kampagne

Ziele und Zielgruppen.

Ziele:

- Kick-off der Sommersaison in den Niederlanden
- Steigerung des Bekanntheitsgrades von SalzburgerLand und seinen Partnerregionen als Sommerdestination
- Positionierung des SalzburgerLand und seinen Partnerregionen als interessante, abwechslungsreiche Destination für den Sommerurlaub (Stichwort: Imagewandel)
- Nachfragesteigerung

Zielgruppe (angepasst an T-MONA Sommer-Resultate 2014):

- Familien mit Kindern unter 18 Jahren
- Paare

Sommerbewerbung 2019.

- Die SLTG setzt den Schwerpunkt der Sommerbewerbung 2019 verstärkt fort.
- Für den Sommer 2019 werden schwerpunktmäßig folgende Aktivitäten mit Partnerbeteiligung durchgeführt:
 - Sommermagazin (Print)
 - Online-Sommerkampagne
 - Radiokampagne

Baustein Sommermagazin (Print).

- **Ziel:** Lust auf Urlaub im SalzburgerLand zu machen – das SalzburgerLand und seine Partnerregionen als interessante, abwechslungsreiche Destination für den Sommerurlaub zu positionieren (Stichwort: Imagewandel)
- **Termin:** März bis Juni 2019
- Informationen über das SalzburgerLand, seinen Regionen sowie konkrete Angebote
- **Vertrieb:** über Special Interest Magazine in den Niederlanden & Belgien
- **Auflage:** ca. 150.000 Stück
- Integration von **Marcel Hirscher** als halben Niederländer
- **Partnerbeteiligung:**
 - Euro 3.120 für eine Einzelseite
 - Euro 5.990 für eine Doppelseite
- Achtung: Anmeldedeadline 20. Dezember 2018



Cover Sommermagazin 2018

Baustein Onlinekampagne.

- **Ziel:** Traffic auf unserer Landingpage salzburgerland.com/nl sowie Partnerseiten
- **Laufzeit:** März bis Juli 2019
- Image- aber auch performanceorientierte Maßnahmen
- Kooperation mit **Online-Portalen in den Niederlanden** als auch **google adwords**, **Newsletter-Marketing**, **Social-Media-Marketing** etc.
- Integration von **Marcel Hirscher** als halben Niederländer
- **Partnerbeteiligung:** Euro 7.000 plus Gewinnspielpreis (1 Woche inkl. HP für zwei Personen)
- **Anmeldedeadline:** 20. Dezember 2018

Saalach Hinterglemm is perfect voor gezinnen

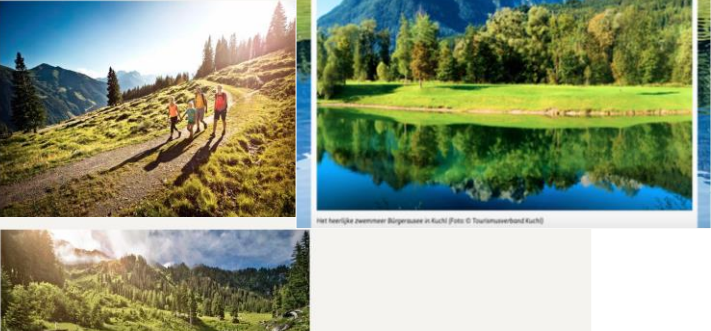
In de winter is Saalach Hinterglemm populair bij Nederlandse vakantiegeen, maar wanneer de sneeuw smelt en groene alpenweides tevoorschijn komen wordt dit berggebied pas echt leuk. Deze twee bergdorpen zijn samen misschien wel de meest relaxte plek van Oostenrijk en het maakt ook niet uit in welke van de twee dorpen je verblijft. Met de auto of bus ben je zo van het ene dorp in de andere. Of ga lekker te voet. De zuivere berglucht zorgt ervoor dat je je hier meteen goed voelt. Zeker voor gezinnen met kinderen is dit een paradijs: in Saalach Hinterglemm zijn namelijk zoveel toffe dingen te doen. Uiteraard kun je er volop wandelen en fietsen maar voor de kids gaat avontuur hier nog veel verder dan dat. Iedere dag is er iets anders te doen, van een wandeling waarbij naadloos moeten worden opgelopen tot speelruimten, slacklines, minigolf en zwemmen. En de ouders? Voor hen ligt er 400 kilometer aan fiets- en wandelpaden te wachten, genoeg te doen dus!

En wist je trouwens dat Saalach Hinterglemm ook een Golden Gate Bridge heeft die misschien nog wel veel mooier is dan die in San Francisco?

Tennengau: hartverwarmende regio vol tradities en cultuur

De regio Tennengau ligt tussen Dachstein en Mozartstad Salzburg en hier kunnen families, actieve natuurliefhebbers én Bourgondiers zich helemaal uitleven. Tennengau staat bekend als 'Genius & Erlebnisregion' en zowel de plaatselijke cultuur als sportieve en culinaire mogelijkheden spelen hier een belangrijke rol. Wanneer je aan de drukte en stress van alledag wil ontsnappen is dit een ideale vakantiebestemming. Maak een geurovervloedige wandel- en fietstocht naar de Tennengauer 'Krautweiden', bezoek de zoutmijnen in Hallen of de kletterende waterval in Golling. Voor families is het leuk om een uitstapje te maken naar één van de zomerse baden.

Het heerlijk zommergebied Bergmaas in Ruchl (Foto © Tourismusverband Ruchl)



libelle NIEUWS • SHOP • TV • MEER •

Libelle Zomerveek kaart: vanaf € 15,90

De leukste moeder-dochter uitjes voor Moederdag

VANDAAG OP LIBELLE

Yolanthe krijgt vrachtlading complimenten over figuur in deze aparte jaren '90 outfit

6 redenen waarom SalzburgerLand ook in de zomer geweldig is

MEEST GELEZEN

Deze zomerse jurk is een hit op internet en wij...

De 14-jarige Willem-Alexander vs. de 14-jarige...

Waylon heeft al een zoon en zo ziet de 15-jarige...

Johnny de Mol deelt foto van eerste knieje am...

Deze drie

6 redenen waarom SalzburgerLand ook in de zomer geweldig is

Baustein Radiokampagne.

Überblick.

- **Ziel:** Positionierung der Marke SalzburgerLand sowie seinen Partnerregionen durch Branding und Erzielung von Reichweite (va Imagekampagne, Leuchtturmkampagne - Humorfaktor)
- **Termin:** Frühjahr 2019, voraussichtlich KW 13 + 14
- **Medienpartner:** Radio 10
- Kombination aus **In-Program Präsenz, Radio-Spots & Gewinnspiel**
- Online- & Social-Präsenz www.radio10.nl
- **Partnerbeteiligung:** Euro 17.000 plus Gewinnspielpreis
(1 Woche HP, 4-Sterne-Hotel für zwei Personen, eine Extra-Aktivität zB Rafting, MTB-Course etc)
Mindestteilnehmeranzahl: 4 Partner

Baustein Radiokampagne.

Die Radiosender von Radio 10

- Radio 10 ist ein niederländischer Radiosender (seit 1988)
- Drittgrößter Niederländischer Radiosender – gemessen am Marktanteil Aug 2018 (nach Radio 538, NPO2)
- Ausstrahlung in den Niederlanden über Kabel, UKW, DAB, Satellit und Internet
- Mainstream-Sender (Musik, Moderation, Werbung, Nachrichten etc.)
- Hauptzielgruppe: Hörer zwischen 30 – 59 Jahren (m/w)



Seit September 2018 präsentiert Gerard Ekdor - ein sehr bekannter DJ aus den Niederlanden – das Morgenprogramm zwischen 06:00-10:00 Uhr (Ekdor in de Morgen). Dies wird zu einem weiteren Ausbau des Marktanteils von Radio 10 und einer größeren Reichweite in einer interessanten Zielgruppe führen.

Baustein Radiokampagne.

Konzept.

- Wir möchten **zwei Wochen lang** die Sendezeit von Radio 10 nutzen (zwischen 06:00-11:00), um auf **lustige und öffentlichkeitswirksame Weise auf Sommerurlaub im SalzburgerLand** aufmerksam zu machen.

Konzept Gewinnspiel:

- Jeden Tag hören die Zuhörer ein Lied aus den Charts, aber nicht die Originalversion: Sie werden eine 'Jodel-Version' davon hören.
- Die Zuhörer müssen LIVE im Studio anrufen und erraten, um welches Lied es sich handelt.
- Es wird ein Sommerurlaub ins SalzburgerLand verlost - insgesamt werden 5 Songs - jeden Tag ein anderer Song - von Jodel Janneke gesungen und 5 Gewinnspielpreise verlost

Anmeldung Sommerkampagne Niederlande

Ja, wir melden uns für folgende Aktivitäten verbindlich an:

- | | | |
|--------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|
| ☐ | Baustein Sommermagazin (Print) | |
| | ☐ Einzelseite | Euro 3.120 |
| | ☐ Doppelseite | Euro 5.990 |
| ☐ | Baustein Online-Kampagne | Euro 7.000 plus Gewinnspielpreis |
| ☐ | Baustein Radiokampagne | Euro 17.000 plus Gewinnspielpreis |

Paketbuchungen zum Vorteilspreis:

- | | | |
|--------------------------|---|-----------------------------------|
| ☐ | Einzelseite Sommermagazin plus Online-Kampagne | Euro 9.600 plus Gewinnspielpreis |
| ☐ | Doppelseite Sommermagazin plus Online-Kampagne | Euro 12.300 plus Gewinnspielpreis |
| ☐ | Einzelseite Sommermagazin, Online-Kampagne plus Radiokampagne | Euro 26.100 plus Gewinnspielpreis |
| ☐ | Doppelseite Sommermagazin, Online-Kampagne plus Radiokampagne | Euro 28.800 plus Gewinnspielpreis |

Weitere Beteiligungsmodelle auf Anfrage und Absprache.

Firmenname:

Adresse:

Ansprechpartner:

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift

Anmeldeformular bitte bis spätestens 20. Dezember 2018 z.Hd. Martina Rechner-Meilinger per Email an m.rechner-meilinger@salzburgerland.com



WIR FREUEN UNS AUF EINE GUTE ZUSAMMENARBEIT!

Martina Rechner-Meilinger

SalzburgerLand Tourismus GmbH

Wiener Bundesstraße 23 / 5300 Hallwang / Austria

T + 43 662 6688 44 / F +43 662 6688 66

info@salzbürgerland.com / salzbürgerland.com

© 2018 SalzburgerLand Tourismus GmbH