

LEADER-Projekt:



„Erstellung und Umsetzung einer Online-Marketingkonzeption für die Tourismusregion Mosel“

Projektträger: Mosellandtouristik GmbH, Bernkastel-Kues

Projektort: Gebiete der LAG Mosel und Moselfranken

Projektlaufzeit: 2016 - 2018

Kosten/Finanzierung:

Gesamtkosten (netto):	40.000 €
Förderung (30 %):	12.000 €
aufgeteilt auf	
ELER-Mittel:	9.000 €
Landesmittel:	3.000 €

Projektstatus: abgeschlossen

Projektbeschreibung:

Zahlreiche Studien belegen, dass das Internet eines der erfolgreichsten und wichtigsten Marketinginstrumente darstellt und sich die klassischen Informationswege wie Printmedien und Messen auf dem Rückzug befinden.

Der Tourismus zählt zweifellos zu denjenigen Branchen, die am stärksten vom veränderten Nutzungsverhalten der Kunden beeinflusst werden. 55% der deutschen Bevölkerung haben sich für ihre Urlaubsplanung schon einmal online informiert – mit weiterhin steigender Tendenz (Quelle: Reiseanalyse 2013). Während der gesamten Customer Journey (Inspiration, Information, Buchung, Aufenthalt, Reflektion) spielt das Online-Marketing eine immer größere Bedeutung und ist demzufolge aus dem Marketing-Mix der Destinationen nicht mehr wegzudenken.

Besonders beeindruckend ist das rasante Wachstum, welches die sozialen Medien in den vergangenen Jahren erfahren haben. Immer mehr Aufmerksamkeit, Zeit und Kommunikation verlagern sich in soziale Netzwerke wie beispielsweise Facebook, Twitter und YouTube oder auf soziale Plattformen wie Blogs.

Die Mosellandtouristik GmbH verfügt neben ihren Internetauftritten (mosellandtouristik.de, moselsteig.de, happy-mosel.com, strassen-der-roemer.eu) bereits über verschiedene Präsenzen in sozialen Netzwerken und Web 2.0-Kanälen. Um damit dauerhafte und nachhaltige Erfolge zu erzielen, ist es unabdingbar, einem strategischen und ganzheitlichen Konzept zu folgen.

Aufgrund dessen soll unter Mitwirkung einer professionellen Online-Marketing-Agentur ein gesamtregionales Kommunikationskonzept zur optimierten Nutzung der relevanten Online-/Social-Media Kanäle - und damit einhergehend zur Stärkung der Vermarktungsaktivitäten nach außen - erstellt werden.