

Grimm Heimat
NordHessen

*Marketing für die
GrimmHeimat
NordHessen*

8. März 2010



Definition Dachmarke

- übergeordnete Marke einer Markenfamilie
- hoher Wiedererkennungswert (Reichweite)
- eigenes Image, das auf alle Marken darunter ausstrahlt
- dadurch Reduzierung von Marketingkosten
- große Akzeptanz in der Zielgruppe
- schafft Unterscheidbarkeit zu Wettbewerbern



Touristische Arbeitsgemeinschaften in der GrimmHeimat NordHessen



Touristische Arbeitsgemeinschaften in Nordhessen

Bestehende TAGs:

- TAG Kaufunger Wald
- TAG Erlebnisregion Mittleres Fulda-tal
- TAG Rotkäppchenland Schwalm-Knüll
- TAG als Touristinfo "Märchenland Reinhardswald"
- TAG Willingen/Diemelsee
- Tourismusverband Twistesee e. V.
- Erlebnisregion Edersee
- Ederbergland Touristik e. V.
- Region Burgwald e. V.
- Werratal Tourismus Marketing GmbH

Folgende Regionen/Orte sind darüber hinaus Mitglieder der Werratal-Touristik:

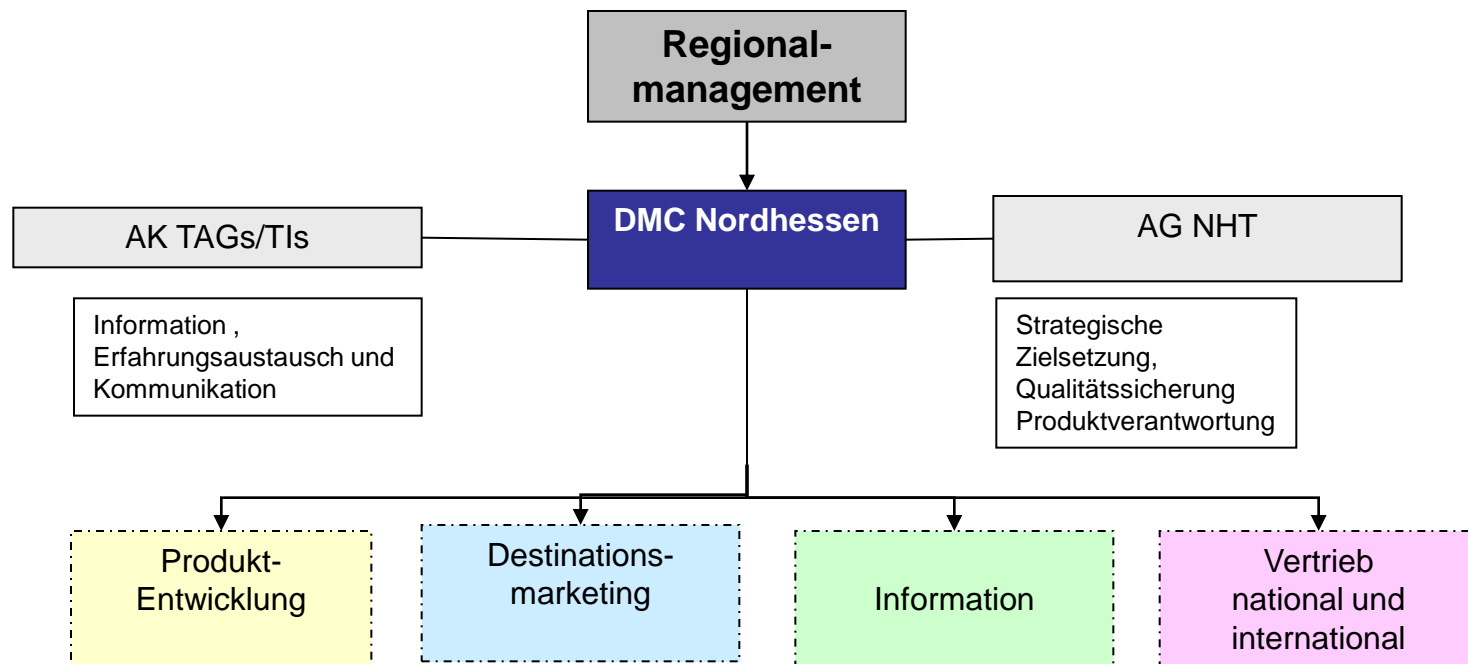
- Werratal Tourismus Marketing GmbH
- Zweckverband Eschwege-Meinhard-Wanfried
- Bad Sooden-Allendorf
- Witzgenhausen
- Heringen
- Wildeck
- Herleshausen

TAG Habichtswald

Einzelne Tourist-Informationen:

- Tourist-Information Bad Hersfeld mit Ludwigsau und Friedewald
- Kurverwaltung Bad Karlshafen
- Verkehrsverein Baunatal
- Tourist-Info Breuna
- Gemeindeverwaltung Haina
- kassel tourist GmbH
- Wirtschaftsförderung Korbach Goldrichtig
- Kurverwaltung Naumburg
- Tourist-Info Wolfhagen

Destination Management Center



Touristische Zahlen

Übernachtungszahlen GrimmHeimat NordHessen

Januar bis Dezember 2009					
Region	Ankünfte	Veränderungen Ankünfte in % zum Vorjahr	Übernach- tungen	Veränd. Übernacht. in % zum Vorjahr	durchschn. Aufenthalts dauer
Kurhessisches Bergland	197 839	1,6	658 489	2,1	3,3
Kassel Land	288 184	0,6	703 795	0,7	2,4
Hersfeld-Rotenburg	367 959	– 3,3	995 328	– 4,2	2,7
Waldecker Land	745 978	4,7	3 332 159	2,6	4,5
Werratal	163 223	– 2,5	731 354	– 3,4	4,5
Kassel Stadt	401 622	– 2,5	760 523	4,2	1,9
Nordhessen	2 164 805	– 0,2	7 181 648	0,3	3,2
Hessen	11 186 834	– 2,9	26 928 000	– 1,5	2,4

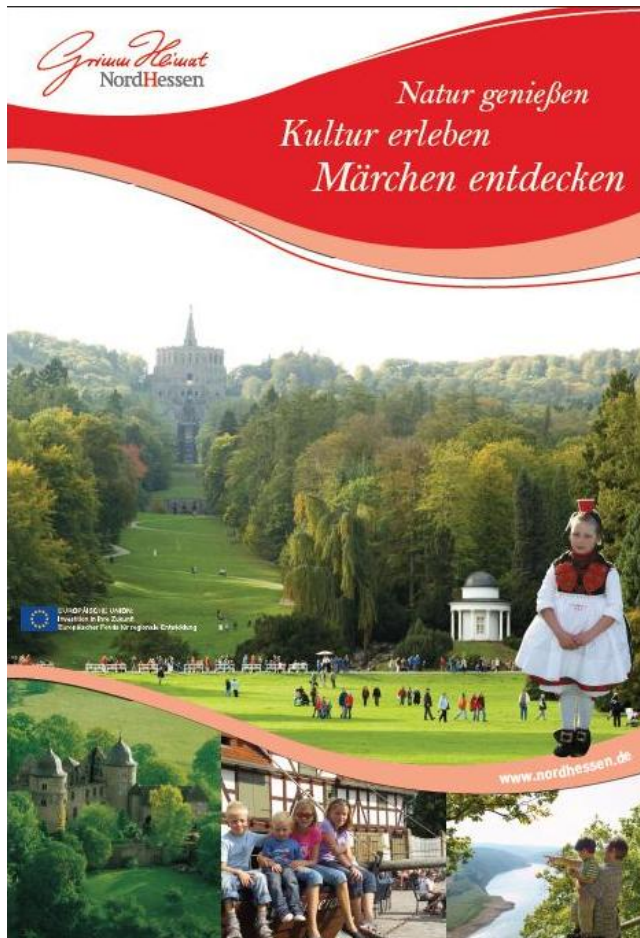
Basis für touristischen Erfolg

1. Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen
2. Vernetzung der touristischen Akteure auf allen Ebenen
3. Definition von gemeinsamen Themen, Produkten und Märkten
4. Ausschöpfung von Synergie-Effekten
durch gemeinsames Marketing

Corporate Design

- Abkehr von „Stadt Land Genuss“ – austauschbar
- Weiterentwicklung des Logos „NordHessen“ zu GrimmHeimat NordHessen
- Weiterentwicklung, Vereinheitlichung und Festschreibung von Gestaltungsrichtlinien für zentral erstellte Werbemittel, Internetauftritte, Displays u.ä.

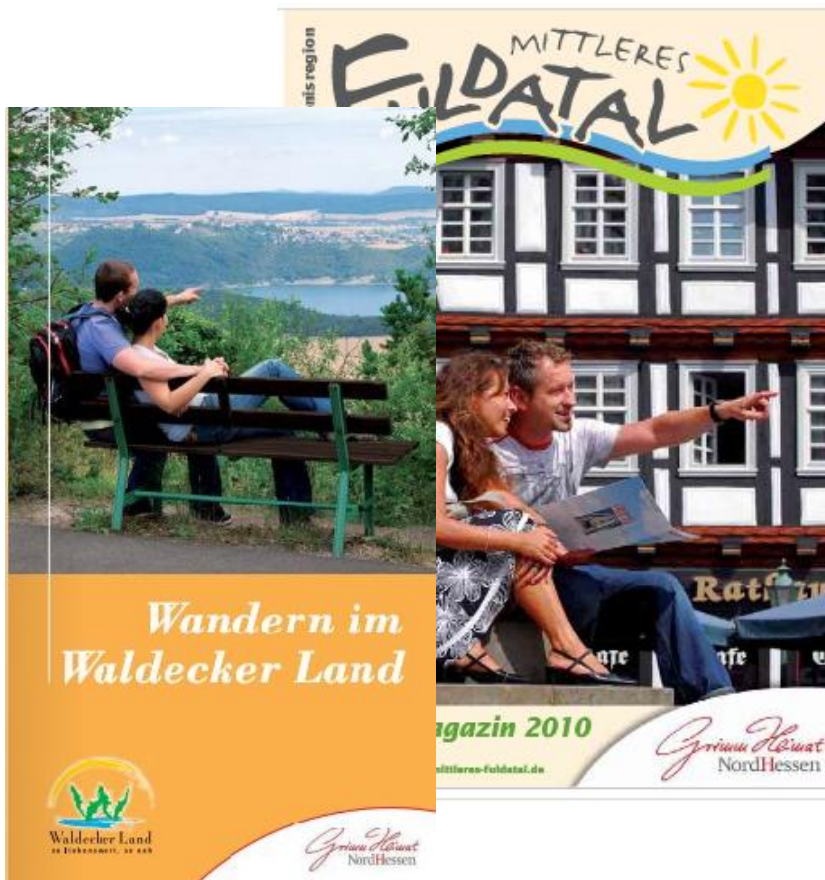
Corporate Design



Corporate Design für Partner

- Einbindung des Logos in Werbemittel und Internetauftritte der Partner als Abbinder
- schnelle und weite Verbreitung der Dachmarke
- gemeinsame Präsentation ohne Aufhebung der eigenen Gestaltungsrichtlinien
- hohe Wiedererkennung aller touristischen Akteure der GrimmHeimat

Corporate Design für Partner



NEU: Die GrimmHeimat im Internet

- Hauptseite www.nordhessen.de
- 5 Microsites, 1 Themenseite
- 360.000 Besucher, 1,2 Mio. Seitenaufrufe p.a.
- Gastgeber-/Angebotsdatenbank
- Veranstaltungsdatenbank
- Bilddatenbank
- Web 2.0 fähig
- interaktive Karte
- intelligente Suchfunktion

The screenshot shows the website's layout with a navigation menu, a search bar, and a main content area with a sidebar. The sidebar lists various activity categories, and the main content area provides detailed information about a specific location, including a search and booking interface.

NEU: Bewertungen und Kommentare

Reiseführer

Top-Tipps

Insidertipps

Top - Veranstaltungen

Veranstaltungs- Kalender

Webcams

Videos

Anreise

Wetter

Drucken Merken

INSIDER-TIPP

Tropengewächshaus Witzenhausen

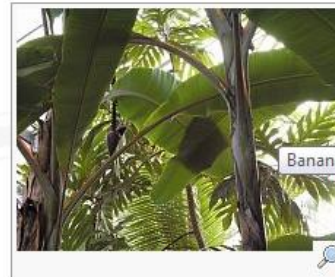


von Sarah Schinkel, Werratal Tourismus Marketing GmbH, 03.11.2009

★★★★☆ 76 Bewertungen (Bewerten)

1 Kommentar (Kommentar schreiben)

An einem verregneten Sommertag, Mitte Juli, war ich im Tropengewächshaus in Witzenhausen. Ein super Ort, um dem schlechten Wetter einfach mal zu entfliehen.



Bananenpflanze im Tropengewächshaus Events

Denn hier ist es das ganze Jahr über warm, und man kann die verschiedensten Blattgrößen und Formen bestaunen. Kaum ist man aus dem Regen herausgekommen, steht man auch schon bei angenehmen 18°C zwischen verschiedenen Zitrusfrüchten und bunten Blumen in den Subtropen. Wo man auch hinschaut,

Lage auf Karte



Das, © Alpstein Tourismus GmbH & Co. KG, Reiseveranstaltungen der Bundesländer -

Karte öffnen

Suchen & Buchen

Stöbern oder mit Datum

Was?

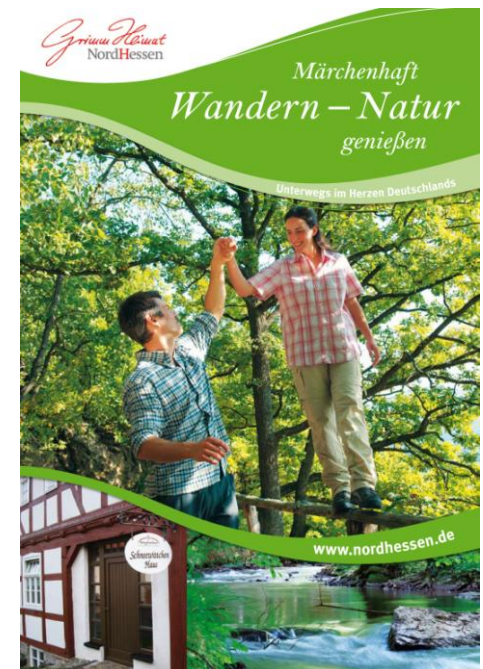
Hotel

Wo?

Stadt / Ort

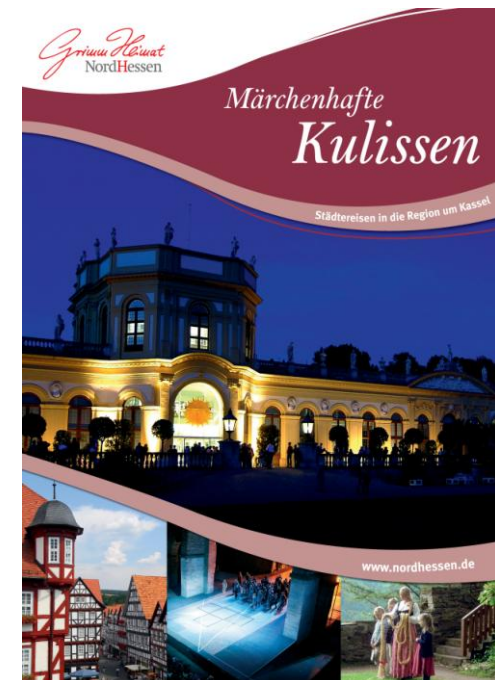
NEU: Broschüre Märchenhaft Wandern – Natur genießen

- Kooperation mit Waldecker Land
- Qualitätswege und Gastgeber sowie Wanderregionen
- Genusswanderer / Gelegenheitswanderer
- deutsch / englisch / niederländisch
- Beilage in BRIGITTE Woman
(Abo-Auflage)
- Vertrieb über Online-Marketing
und Tourist-Infos



NEU: Broschüre Märchenhafte Kulissen

- Kooperation mit kassel-tourist
- 18 Städte in NordHessen und die Deutsche Märchenstrasse
- Kultururlauber, Erholungsurlauber
- Deutsch / englisch / niederländisch
- Kooperationsnetzwerk der nordhessischen Städte
- Vertrieb über Online-Kampagne auf reichweitenstarken Internetportalen / Tourist-Infos



NEU: Broschüre Reiseziele für Mobile

- Kooperation mit Region Kassel-Land
- Orte und Campingplätze mit Wohnmobilstellplätzen
- Zielgruppe: Wohnmobiltouristen
- deutsch / englisch / niederländisch
- Vertrieb über Sponsoringpartner Gante auf Camping- und Caravaning-Messen
- Vertrieb über Online-Marketing und Tourist-Infos



NEU: Gartenroute Nordhessen (EGHN)

- Kooperation mit IHK Welterbe-Initiative
- 7 Gärten und Parks in NordHessen
- Zielgruppe: Kultururlauber, Gartenliebhaber
- Einbindung in Europäisches Gartennetzwerk
- deutsch / englisch
- Vertrieb über EGHN-Online, eigenes Online-Marketing und Tourist-Infos



Prospekte in Vorbereitung



- Kanuurlaub
- Freizeitkarte
- Radurlaub
- Grimm | Märchen / Sagen | Legenden

Werbeartikel und Präsentationsmaterialien

- Baumwolltragetaschen
- Kompass
- Regenschirm
- Pins
- Aufkleber
- Sattelüberzug für Fahrräder
- Roll-ups
- Beachflags
- Plakate

Promotiontour der GrimmHeimat

- ab Herbst 2010
- in Einkaufszentren in Rhein-Main, Ruhrgebiet, Niedersachsen
- Präsentation der Angebote der GrimmHeimat NordHessen
- Teilnahmemöglichkeit für Orte, Regionen und Gastgeber

Gästebefragung GrimmHeimat NordHessen

- Kooperation mit Uni Kassel im Verbundprojekt KLIMZUG
- den GAst und seine Bedürfnisse kenne lernen
- Basis für die Weiterentwicklung von Produkten und Angeboten
- Koordination der Befragung durch die Landkreisorganisationen und die Tourist-Infos
- Start der zweiten Befragungswelle im März 2010
- Einzelauswertungen für Orte, Regionen und Gastgeber möglich

Kräfte bündeln – gemeinsam wachsen

- Konzentration auf gemeinsame Stärken
- strategisches Marketing
- Kooperation aller touristischen Ebenen
- Unterstützung durch die Landesebene
- **starke Positionierung im Wettbewerb der Regionen**

**Wer kooperiert
stärkt seine Stärken!**