



FALL
BEISPIEL

Mit Konzentration
zum Erfolg
Kaiserwinkl

MARO::PARTNER
WERBUNG UND PUBLIC RELATIONS



paradies

Zuerst die Strategie...

Der Kaiserwinkl ist eine der attraktivsten Urlaubsdestinationen in Tirol. Er liegt unmittelbar an der Grenze zu Bayern und ist damit bestens erreichbar, bietet eine traumhafte Landschaftsszene mit hoch aufragenden Bergen, weiten Tälern, einem faszinierenden See sowie einer perfekten touristischen Infrastruktur. Von Wandern bis Rafting, von Biking bis Golf, der Kaiserwinkl spielt in der ersten alpinen Liga. Dieses Qualitätsbündel spricht zwar für sich, bedarf allerdings einer gezielten Kommunikationsarbeit. Dabei befindet sich der Kaiserwinkl in einer Situation, von der viele Destinationen ein Lied singen können: Die Zahl der Zielgruppen, um die es zu werben gilt, ist groß, die Zahl der Herkunftsgebiete, in denen Gäste zu finden sind, noch größer – alleine die finanziellen Möglichkeiten können mit den Anforderungen oft nicht mithalten. Um die hoch gesteckten Ziele im Rahmen der Mittel dennoch zu erreichen, entwickelte MAROUNDPARTNER, seit Jahren für die Kommunikation des Kaiserwinkls zuständig, im Jahr 2006 eine komplett neue Strategie. Statt überall sein zu wollen und nirgends wahrgenommen zu werden, entstand ein Konzept der inhaltlichen, räumlichen und zeitlichen Konzentration. Dabei werden die Märkte auf die Größe eingeeengt, die mit den verfügbaren Mitteln eine erkennbare Präsenz zulässt. Überdies werden den Kommunikationsinstrumenten klare Aufgaben zugewiesen: PR-Arbeit und Online-Marketing für die überregionale Präsenz und für das Eindringen in Zielgruppen. Daneben die Vernetzung eines dichten Maßnahmenbündels in größenmäßig genau definierten regionalen „Clustern“.





Teil der Strategie ist es auch, in diese „Cluster“ in zeitlichen Abständen immer wieder zurückzukehren, um auf der geschaffenen Präsenz aufzubauen und diese sukzessive zu erweitern. Auf dieser Basis entstanden Aktionsprogramme im Raum Aachen/

...dann die Umsetzung

Belgisches Grenzgebiet, im Raum Stuttgart oder aber auch im Raum Essen. Dabei ist das im jeweiligen „Cluster“ eingesetzte Instrumentarium sehr unterschiedlich, abhängig auch davon, in welcher Form mediale oder wirtschaftliche Allianzen möglich sind, um den Kaiserwinkl-Aktivitäten eine noch größere Verbreitung oder intensivere Aufmerksamkeit zu sichern. So war beispielsweise in Aachen in einem Jahr ein Bündel aus Verkehrsmittelwerbung, Funk- und Onlinewerbung sowie Pressemaßnahmen im Einsatz. Anlässlich der Wiederkehr in diesen Raum gab es eine intensive Kooperation mit dem größten regionalen Medium, die Sponsorings großer Sportveranstaltungen, klassische Werbung, PR-Platzierungen und pressemäßige Unterstützung umfasste. In Essen wurde im Mai 2009 ein bisher noch nicht da gewesener Event zum primären Kaiserwinkl-Botschafter.





...schließlich der Erfolg

In der Ruhrmetropole veranstaltete der Kaiserwinkl eine „Hüttenjause in the Sky“. Ein Riesen-Kran hievte die Teilnehmer in 50 Meter Höhe, wo es mit Blick über die Stadt Speis und Trank aus Tirol gab. Dabei war dieser Event in

erster Linie Mittel zum Zweck, um bei den Medien der Region die touristische Berichterstattung über den Kaiserwinkl anzukurbeln.

Als Lockmittel wurden Freiflüge zur „Hüttenjause in the Sky“ für die Leser, Hörer und Seher der Medien zur Verfügung gestellt. Durch die Kooperation mit dem größten Möbelhaus des Ruhrgebiets, auf dessen Gelände der Event stattfand, erweiterte sich die Kaiserwinkl-Präsenz auch auf dessen Kundschaft.

Mit über 200 Berichten und Beiträgen zum Kaiserwinkl und über den Kaiserwinkl, die im Rhein-/Ruhrgebiet erschienen, wurde das Kommunikationsziel deutlich erreicht. Statistisch ist mittlerweile nachzuvollziehen, dass auch der „Cluster“ Aachen zur Steigerung von Nachfrage und Übernachtungen aus diesem Gebiet geführt hat. Und dass die in der Kaiserwinkl-Strategie festgeschriebene Zuweisung der Pressearbeit für überregionale Aufgaben ebenfalls funktioniert, zeigen folgende Zahlen: Vom Jahr 2006 bis Mitte 2009 erschienen in Medien Deutschlands, Österreichs und der Schweiz mehr als 3.200 Berichte und Beiträge über den Kaiserwinkl mit einer Gesamtreichweite (Leser/Hörer/Seher) von über 225 Millionen und einem medialen Gegenwert von rund 8,7 Millionen Euro.

Am Knie 8 · 81241 München
Deutschland
Fon ++49-89-547118-0
Fax ++49-89-547118-10
hm@maropublic.com
www.maroundpartner.com

Alle bisher erschienenen Fallbeispiele zum Downloaden:
www.maroundpartner.com/aktuell/downloads

MARO :: PARTNER
WERBUNG UND PUBLIC RELATIONS