

# Marketing

## Budget und Marketingaktionen



11.01.2016 Zweckverband

# Marketingbudget 2013

- 396.552 Euro (IST)
- + Sonderbudget:

- **Gesamt 2013:  
497.311,58**

Medium	Kosten
Kino NRW	28.479,95
Kino HH-SH	3.728,81
Großflächen NRW	16.560,61
Großflächen HH-SH	23.863,51
Living-Banner NRW	6.028,55
Living-Banner HH-SH	3.888,90
Sonstige Kosten NRW	14.959,25
Sonstige Kosten HH-SH	3.250,00
<b>Gesamtsumme</b>	<b>100.759,58</b>

# Marketingbudget 2013

**2014**

(IST)

331.474 Euro

**2015**

(IST Jan.-Okt. plus Plan Nov.-Dez.)

303.205 Euro

# Marketingmaßnahmen 2015

## Überblick

- Neues Fotomaterial
- Großflächen (Myska)
- Weihnachtsmarktaktion
- Fotowettbewerb
- Pressearbeit
- Anzeigen u. PR-Beiträge
- Partner-Newsletter
- Tag der offenen Tür



# Marketingmaßnahmen 2015

## Neues Fotomaterial



# Marketingmaßnahmen 2015

## Großflächen

Spontan entschieden: 2.650 EUR – regulärer Preis: 3.650 EUR



# Marketingmaßnahmen 2015

## Weihnachtsmarktaktion

- 5. und 6. Dezember 2015  
in Flensburg und Hamm
- Surfer und 2 Girls verteilen  
Flyer und Schoko-  
Weihnachtsmänner
- **ca. 4.600 Euro**



# Marketingmaßnahmen 2015

## Fotowettbewerb



### Gewinnen Sie:

1. Preis: ein tolles Wochenende auf Föhr für 2 Personen von Freitag bis Sonntag (außerhalb der Hauptsaison), inkl. Hotelunterkunft/Frühstück, Abendessen sowie die Personenfährfahrkarten für die An- und Abreise.
2. Preis: eine Softshell-Jacke
3. Preis: ein Sauna- und Strandhandtuch
- 4-10. Preis: eine Jahresmitgliedschaft im Club der Föhr-Freunde

- Seit Anfang Mai – läuft noch bis zum 30.03.2016
- Bisher über 800 Einsendungen
- Nach Beendigung nehmen 100 von uns ausgesuchte Bilder am Online-Voting teil
- Es warten tolle Gewinne!

# Marketingmaßnahmen 2015

## Pressereisen

- 16 Pressereisen
- 28 Journalisten/Blogger/Redakteure

Deutschland, Dänemark, Norwegen, Österreich, Polen, Schweiz, Slowakei, Spanien, Tschechien

ZDF, NDR, RTL Nord, DIE ZEIT, BILD, Neue Westfälische, TravelPolka, Politiken, Reiser & Ferie, Salzburger Nachrichten, Meine Landküche uvm.



# Marketingmaßnahmen 2015

## Medienbeobachtung

ZEITRAUM	PRINT + TV		ABWEICHUNG IN % (zum Vorjahr)	
	Auflage	AÄW* (in €)	Auflage	AÄW*
Jan-Sept. 13	41.284.962	2.312.364,15 €		
Jan-Sept. 14	80.190.048	3.826.700,76 €	+ 94,24	+ 65,49
Jan-Sept. 15	38.662.489	4.595.225,58 €	- 51,79	+ 20,08

Quelle: Landau Media (Stand: 30.11.2015)

\*AÄW= Anzeigenäquivalenzwert (Opportunitätserlös der Pressearbeit)

Parameter: Größe, Platzierung, Farbigkeit

# Marketingmaßnahmen 2015

## Veranstaltungen



Papierbootfaltung 03.07.



Föhr on Fire 08.08.



Schollenbraten 28.07.



Tauziehen 18.07.

## Red Bull Tri Islands Triathlon 2016

**23. Juli 2016**

- Bereits 351 Anmeldungen
- Gehört zu den 10 besten Triathlon-Veranstaltungen (Triathlon Magazin)



# Marketingmaßnahmen 2015

## Innenmarketing

**14. November 2016**

- Tag der offenen Tür



## Partner-Newsletter

- Rund 1.000 Insulaner erhalten mittlerweile den regelmäßigen Newsletter



# Marketingmaßnahmen 2015

## Shoperweiterung



# Marketingmaßnahmen 2015

## Facebook

 **Föhr - Friesische Karibik**  
Gepostet von Claudia Meyer [?] · 6. Mai · Bearbeitet [?]

So lässt es sich doch aushalten!



35.008 erreichte Personen

1342 „Gefällt mir“-Angaben 69 Kommentare 61 geteilte Inhalte

 Gefällt mir  Kommentieren  Teilen

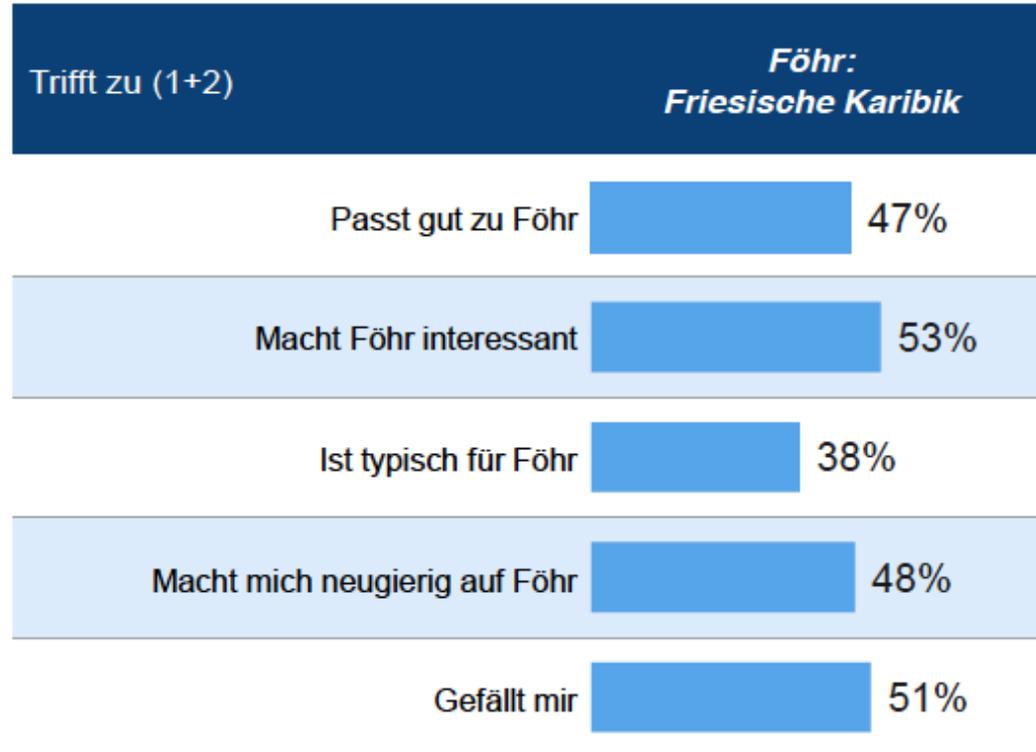
- 11.214 Fans (1.12.2015)
- 9.723 Fans (2.12.2014)

← Reichweitenstärkster Beitrag  
35.008 Personen

# Marketingmaßnahmen 2015

## Claim „Friesische Karibik“

- Behalten oder neu?
- Befragung durch das NIT



# Marketingmaßnahmen 2016

## Standardprogramm

- Anzeigen
- Pressearbeit
- Prospekte
- GGM 2017
- Messen
- Diverses

**Budget 2016: 309.000 EUR**



## Internet

- Unsicherheit bei CMS-System Typo3

Präsentation von Sandra Lessau, 24.11.2014:

- Fortschritt im Netz ist rasant = Föhr hat seit vier Jahre den gleichen Auftritt.
- damals Vorreiter, heute Nachzügler
- Wichtigkeit diese Werbekanals
- technische Planungen 2014 nicht umgesetzt = doppelter Einsatz der Gelder

# Marketingmaßnahmen 2016

## Zusätzliche Ideen



- Neue Wege
- Neue Kooperationen
- Flexibilität

# Marketingmaßnahmen 2016

## Kooperation mit Deichlimo

- Gebrandete Flaschen in Hotels und Ferienwohnungen
- Promo-Aktion mit Deichlimo/Tadsen, Doppeldecker-Bus in verschiedenen Städten

- **5.000 Euro**



# Marketingmaßnahmen 2016

## Gelenkbuswerbung in Hamburg

- In Kooperation mit W.D.R. und Amrum



10 m



# Marketingmaßnahmen 2016

## Zusatzbudget 2016

Medium	Kosten
Großflächen	33.750,00
Großflächen Produktionskosten	1.850,00
Traffic-Boards (Bus)	25.950,00
Gelenkbus (mit Amrum u. W.D.R.)	8.316,00
<del>Radiospot (Tagesgäste)</del>	<del>8.000,00</del>
Promo-Aktion (Deichlimo)	<del>20.000,00</del> 5.000,00
<b>Ursprüngliche Gesamtsumme</b>	<b>97.866,00</b>
	-8.000
	-15.000,00
<b>Reduzierte Gesamtsumme</b>	<b>74.866,00</b>

# *Marketingmaßnahmen 2016*

*Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!*

