

**BRÜSSEL?
BROOKLYN?**



**BASEL?
BREISGAU?**



**BRISBANE?
BRIGHTON?**



**BODRUM?
BREGENZ?**

**BERLIN?
BRÜSSEL?**



**BANGKOK?
BARBADOS?**



RECAP 2021

Kampagne: Region **Bonn**, überrascht?

Ausprägung Online

- 17 Motive auf Social Media
- 6 Kategorien á min 2 Motive
 - Instagram
 - Facebook
 - Twitter



Auftakt Motiv

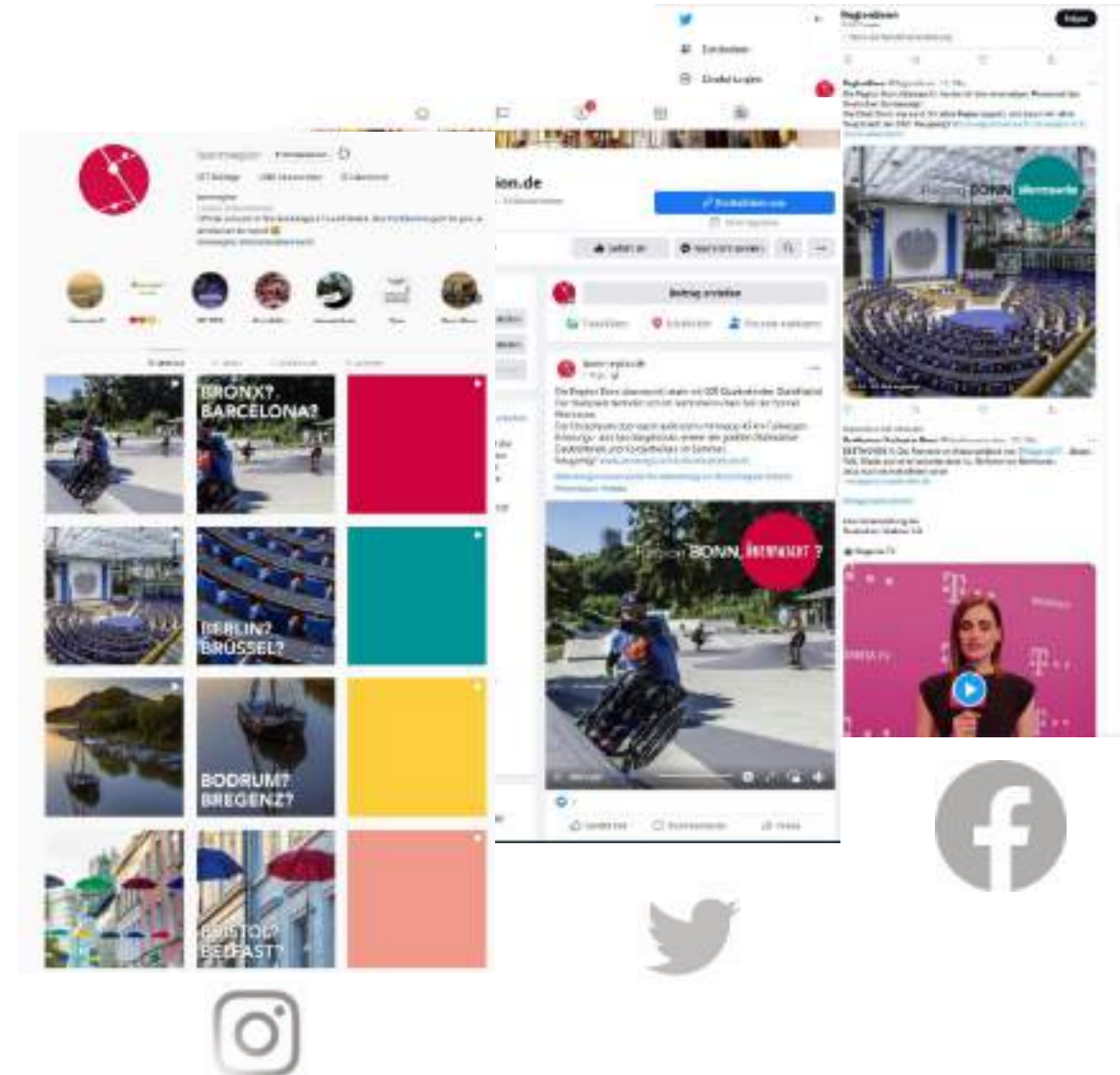
- **Kultur & Beethoven**
- Graffiti Beethoven zum Auftakt
- Ein Ausgesprochen starkes Motivunkonventionell / bricht mit herkömmlichen Erwartungen / Verbindet altes und junges Bonn/ stellt direkt eine Verbindung zur Stadt/Klassik her uvm.

RECAP 2021

Plattformen

Blog
Landingpage

Social Media
Instagram
Twitter
Facebook



RECAP 2021

Kennzahlen: Social Media

Reichweite/ Interaktion Online

- ca. **300.000** Menschen erreicht
- Engagement Rate per Post (Reaktionen, Kommentare und Shares)

Gesamte Reichweite

Reichweite der Facebook-Seite ⓘ

247.254 ↑ 305,7 %



Reichweite auf Instagram ⓘ

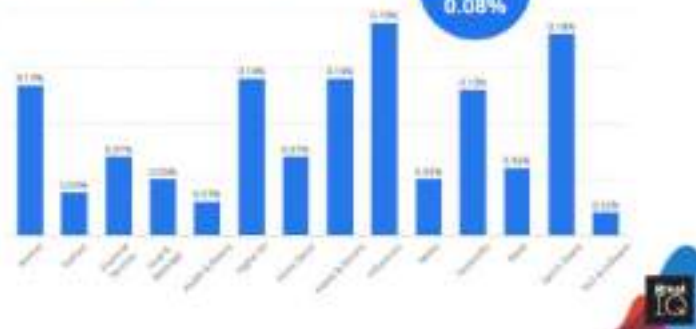
55.815 ↑ 2.987,1 %



Benchmark Engagement 2021

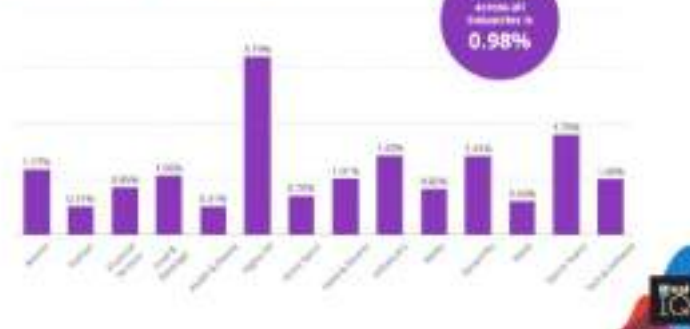
f Facebook engagement

Engagement rate / post (by follower)



📷 Instagram engagement

Engagement rate / post (by follower)



Unser Engagement



ca. 3,04%

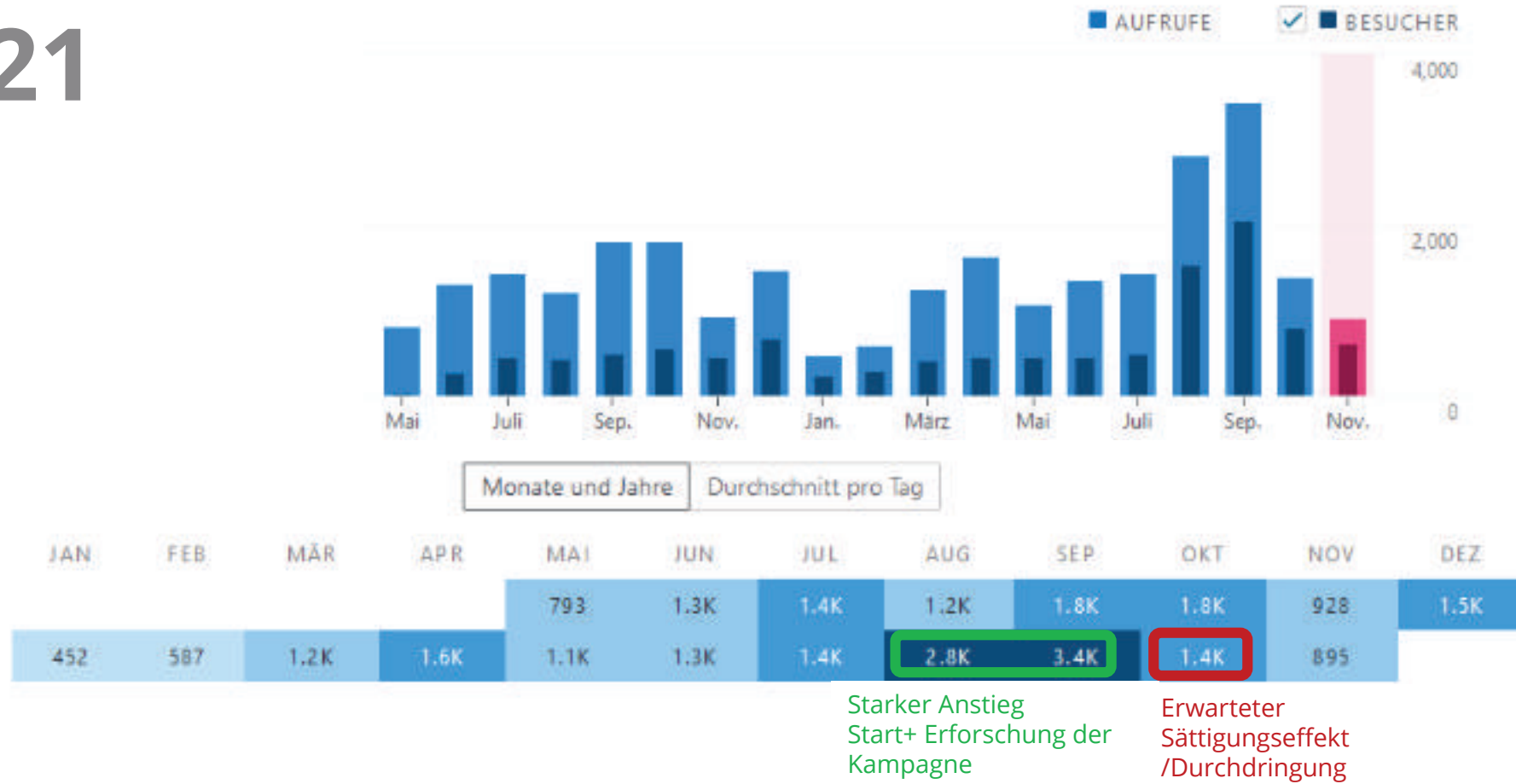


ca. 1,13%

Quelle: <https://www.rivaliq.com/blog/social-media-industry-benchmark-report/>

RECAP 2021

Kennzahlen: Landingpage



Starker Anstieg
Start+ Erforschung der
Kampagne

Erwarteter
Sättigungseffekt
/Durchdringung

Aufrufe Jan. – Juli. : ca. 7600
Zeitraum 7 Monate

∅ Pro Monat: etwas weniger als 1100

Aufrufe Aug. – Nov. : ca. 8400
Zeitraum 4 Monate

∅ Pro Monat: etwas mehr als 2100

RECAP 2021

Maßnahmen: Out of Home

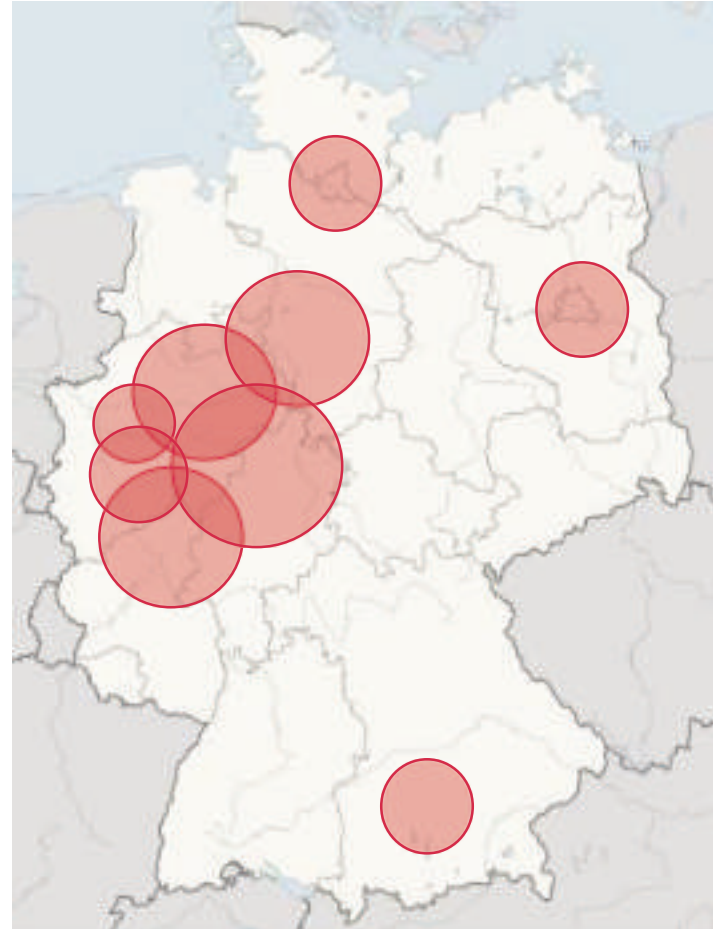
Ausprägung Out-of-Home Werbung

4 Motive
3 x Citylight Poster
1 x Großfläche

Mediavolumen
ca. 300.000 Euro

Technische Kosten
ca. 36.000 Euro

Distribution
ca. 400 Flächen in
ca. 1150 Belegungseinheiten
7 Bundesländern
13 Städte bzw. Großräume



RECAP 2021

Kennzahlen: Out of Home

Reichweite
Out-of-Home Werbung

Zielgruppe:
Bevölkerung ab **14 Jahre**

Zeitraum:
05.10. – 15.11.2021

Grundgesamtheit im
Einzugsgebiet: **8,58 Mio.**

Reichweite: 4,80 Mio. (56,0%)

TKP: 9,21
(Tausender-Kontakt-Preis)

Weitere **150.000 Euro** nutzbares Media
in 2022



EINORDNUNG: Im Belegungsgebiet mit ca. **8,5 Mio.** Einwohnern mehr
als jeden 2. erreicht. Das im Schnitt mit **6 Wiederholungskontakten**
// Ströer Statistiken

RECAP 2021

Kennzahlen: Out of Home

Flexibles Kampagnen-Konzept: ✓

- **pandemische Lage**
- Timing (kurzfristiger Start Juli)
- finanzielle Rahmenbedingungen
- touristischen **Anforderungen von Bonn & Region**

Inhalte stoßen auf Resonanz: ✓

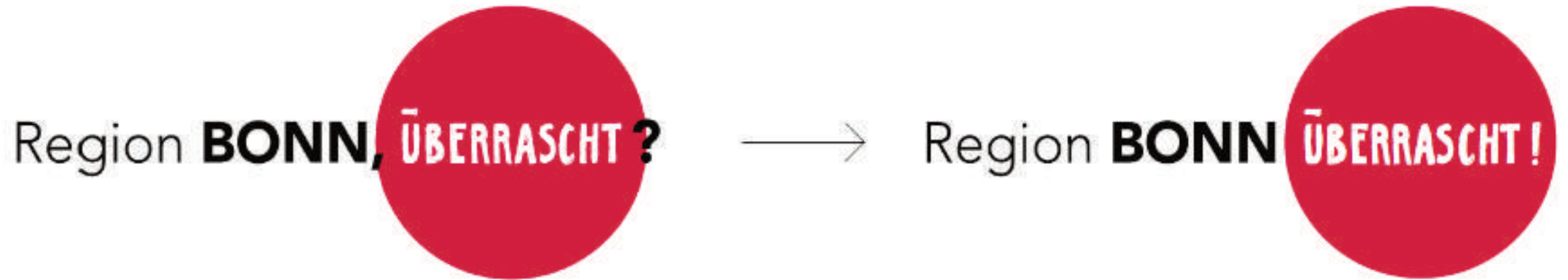
- Merklicher **Traffic** auf unseren Plattformen
- Gute **Reichweiten** in online & klassischen Instrumenten
- Sehr gute **Interaktionsraten** im Bereich der Social Media
- Vermehrte **Wahrnehmung** von Kommunikations- und Marketingdienstleistern
- **Auch bei den Übernachtungszahlen verzeichnen wir seit August 2021 grundsätzlich eine positive Entwicklung**

Zusammenfassend:

- In einer **schwierigen Zeit**, geprägt durch die **Pandemie**, ist es gelungen **gemeinschaftlich** einen Ansatz der **Vermarktung** zu finden, welcher wirkt!
- Damit haben wir mit **Stufe 1** unserer Maßnahmen einen **Anfang** gemacht, auf dem es gilt aufzusetzen.
- Darum ist es jetzt wichtig diese Erfahrung **aufzugreifen** und weiter **fortzuführen**, um den touristischen Folgen aus der Pandemie **entgegenzuwirken**.
- Vor diesem Hintergrund ist es wichtig in 2022 den **gemeinsam erarbeiteten Fahrplan** Stufe 2 und 3 **fortzuführen...**

WIR WERDEN ÜBERRASCHEN!

#regionbonnüberrascht



REGION BONN ÜBERRASCHT!

Einblick ins Konzept 2022

Online Fokus: Social Media ✓

Content-Marketing



Zusätzlich zu starken **Bildern** auch **Informationen, Tipps**, Events, Veranstaltungen, Aktivitäten

User Generated Content



Aufruf zum Mitmachen und interagieren. Flankiert durch **Gewinnspiele**. „Zeig uns deine Lieblingsbar“

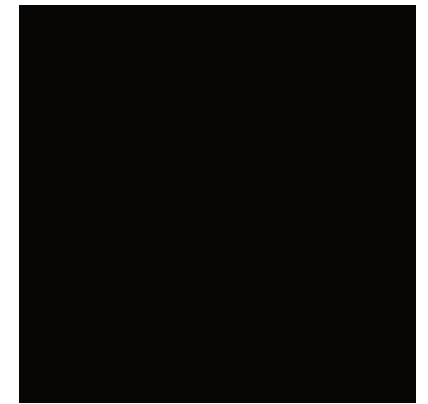
Storytelling Content



Ausgewählte Persönlichkeiten aus der Region Bonn erzählen **Ihre Geschichte** in Bezug auf einen bestimmten Ort, ein Ereignis oder eine Attraktion

Fokus
Authentizität, Insider-Tipps, spannende Geschichten, **Verschneidung mit Blog**

Influencer Content



Das bleibt eine **Überraschung**

REGION BONN ÜBERRASCHT!

Beteiligungsmöglichkeiten 2022

Thematisch bzw. redaktionell

- Einbindung in die Themenagenda
- Hierfür erarbeiten wir gerade einen Fahrplan über 16 Wochen
- Zeitraum etwa Anfang/Mitte Juni bis Mitte/Ende August
- Fokus: Social Media/ OoH (möglich)

Bezahlte Kooperation

- Fokus digitale Bannerwerbung
- Flankiert durch Media Freikontingenten (REACT)
- Ausspielung auf touristisch relevanten Plattformen
- Erstellung eines Banners durch unsere Agentur (kostenpflichtig)

WIR WERDEN ÜBERRASCHEN!

Einblick ins Konzept 2022

Print: OOH & Flyer ✓

OHH: Ansatz
Weitere **150.000 Euro** nutzbares
Media in 2022

Umsetzung
bekannter und
ggfs. neuer
Motive



Flyer als Streuartikel

informiert, interessante Attraktionen und Motive
zeigt und dazu aufruft, die Kampagne zu verfolgen und den Hashtag
#regionbonnüberrascht zu nutzen (z.B. über Aktionen) und die „neue“
Bonn Regio Welcome-Card bewirbt



Forschhoffen Flyer und -Tafel





Bonn Regio
WELCOME CARD

SOCIAL MEDIA

Adaption



WELCOMECARD

Landingpage



<https://bonnregion.info/welcomecard/>



Ihre Vorteilskarte für Bonn & Region

Erleben Sie die Vielfalt der gesamten Region und Sie profitieren mit der Bonn-Region WelcomeCard von attraktiven Rabatten und Ermäßigungen. Hier finden Sie Vorteile auf einen Blick.

Freier Eintritt & Ermäßigungen

bei Kulturveranstaltungen, Museen und Freizeitanlagen

Freie Fahrt mit Bus und Bahn

außer zu den Achsoptionen

Gültigkeit 24 Stunden

ab Inanspruchnahme der ersten Leistung



WERBEMITTEL

Web & vor Ort

Logos & Mail-Signaturen



Screen Präsentation



WERBEMITTEL

Web & vor Ort

Plakate in A4/A3/A2



Roll Up



Tickethülle



NEXT STEPS

Wie geht es weiter?

Landingpage

Weiterentwicklung

- Einbindung weiterer Sprachen: EN
- Eigene Hauptdomain (z.B.: www.brwc.de)
- Darstellung von „Premium-Partnern“
- Gegenseitige Verlinkung aller Partner & Verkaufsstellen
- Google Maps Einbindung für LT

Verkaufs und Bezahloptionen

Optimieren und Zugang erleichtern

- Einbindung von Store Batches: „EasyGo“ App u.ä.
- Prominentere Platzierung in Easy Go App
- Ausbau weiterer digitaler Verkaufsmöglichkeiten z.B. Ferratel
- Verlinkung, deutliche Platzierung dieser Möglichkeiten bei allen Partnern

Angebot & Leistungsträger

Portfolio und Akquise Maßnahmen ausbauen

- Kommunikation mit vorhandenen Partnern: z.B. Verkehrsbetriebe Thema: Bikes/Scooter
- Gemeinsame Analyse des bestehenden Angebotes mit den Partnern (Workshops)
- Partnergespräche zur optimalen Einbindung der BRWC in Ihr Angebot
- Leistungsträger „um Bonn herum“ verstärkt akquirieren und Angebot in Bonn diversifizieren
- Angebote für Premium-Partner konzipieren
- Bereitstellung von Logos und weiteren Mitteln präzisieren Platzierung der BRWC

Verkaufsförderung

Mit Fokus auf digitale Kanäle

- SEO Maßnahmen
- SEA Planung und Umsetzung
- Social Ads auf allen Social Media Kanälen
- Thematische Verschneidung im Fahrwasser von Kampagnen
- Banner Werbung
- Flankierende Kooperation mit Medienhäusern im Raum Bonn Rhein-Sieg, Köln, Düsseldorf

VIELEN DANK

für Ihre Aufmerksamkeit