

Moin statt Glück auf?

Ostfriesland und der Harz starten gemeinsame Social Media-Kampagne

Leer/Goslar, 17. Mai 2021 Über ein halbes Jahr befand sich der Tourismus in Deutschland – so auch in Ostfriesland und im Harz – im Lockdown. Beherbergungsbetriebe, Freizeit- und Kultureinrichtungen blieben geschlossen, eine schwere Bewährungsprobe für alle Unternehmen und Destinationen. Nun gibt es „Licht am Horizont“. Erste Öffnungsschritte sind in Kraft getreten, weitere Lockerungen stehen in Aussicht. Die Urlaubsregionen gehen nach und nach an den Start.

Und die potenziellen Gäste? Sie bereiten ihren nächsten Urlaub vor. „Meer oder Berge?“ lautet oft die vieldiskutierte Frage nach dem Ziel. Ausgehend von dieser Situation beschreiten die Ostfriesland Tourismus GmbH (OTG) und der Harzer Tourismusverband in diesem Jahr neue Wege und starten eine gemeinsame Kampagne in den Social Media-Kanälen.

Die Affinität der Kunden für einen Urlaub in einer Küstenregion oder einer Mittelgebirgslandschaft ist jeweils sehr ausgeprägt. Sie lässt sich nur bedingt durch Werbemaßnahmen ins Gegensätzliche wandeln – da sind sich die Organisatoren einig. Eine direkte Konkurrenz sehen sie daher nicht. Um die Aufmerksamkeit und Reichweite ihrer Werbeaussagen zu erhöhen, kooperieren die beiden sehr unterschiedlichen Regionen daher erstmalig.

„Der Quellmarkt Deutschland ist groß und für unsere beiden Destinationen wichtig“ so Carola Schmidt, Geschäftsführerin des Harzer Tourismusverbandes. „In unserer gemeinsamen Kampagne spielt jede Destination die Chance ihre Vorzüge und Charakteristika aus. Urlaub und auch die Vorbereitung dessen sollen Spaß machen und bei unseren Botschaften kann man auch mal schmunzeln.“ Profitieren werden davon beide Partner, da ist sich Schmidt sicher. „Gegensätze ziehen sich ja bekanntlich an. Wir machen uns gerade die Unterschiede beider Reiseregionen zu Nutze und erhoffen uns dadurch natürlich eine erhöhte Aufmerksamkeit bei unseren Gästen. Und ganz nebenbei ist das ein toller Schulterschluss zwischen zwei starken Reiseregionen in Niedersachsen“, ergänzt Imke Wemken, Geschäftsführerin der Ostfriesland Tourismus GmbH.

Zum Einstieg am 17. Mai 2021 wurde ein Trailer erstellt, der abwechselnd Motive aus Ostfriesland und aus dem Harz gegenüberstellt. Immer verbunden mit der Frage nach der jeweiligen Vorliebe des Gastes wird die Empfehlung entweder für Ostfriesland oder den Harz als Reiseziel ausgesprochen. Die Kampagne wird über die jeweiligen Social Media-Kanäle beider Organisationen über mehrere Tage fortgeführt und über zusätzliche Onlinewerbung verstärkt.

Die OTG hat für die Kampagne eine eigene Landingpage (www.ostfriesland.travel/dannachostfriesland) entwickelt. Sie greift die zentralen Kampagnenmotive auf und leitet den Nutzer zu den relevanten Urlaubsthemen für die Reiseregion Ostfriesland.

Pressekontakt
Ostfriesland Tourismus GmbH
Wiebke Leverenz
Ledastraße 10
26789 Leer
Tel.: 0491/91 96 96-64
presse@ostfriesland.travel

Informationen
ostfriesland.travel
twitter.com/Ostfriesland
facebook.com/Ostfriesland
instagram.com/ostfriesland.travel