

Marketingaktivitäten RTG 2020



Kampagnen in den drei wichtigsten Märkten

Deutschland: „Sommer 2020“, „Herbst 2020“, „Winter 2020“
(spricht auch Österreich an)

Österreich: DB / ÖBB-Kampagne (DZT)

MICE: MICE-Corona-Kampagne, dezentrale, hybride Events

Markt Deutschland Leisure

2019:

**Marktanteil Inland gesamt: 77,3% an Übernachtungen
davon ca. Leisure 39% an Gesamtübernachtungen
durchschnittliche Aufenthaltsdauer gesamt: 1,7 Nächte**

Inhalt:

- **Deutschland-Kampagne „Sommer 2020“**
- **Deutschland-Kampagne „Herbst 2020“**
- **Deutschland-Kampagne „Winter 2020“ (Weihnachtliches Regensburg und Q1)**
- **Weitere Marketingaktivitäten Deutschland**
- **Donau Panorama-Weg „Mikroerlebnis“**

Deutschland-Kampagne „Sommer 2020“

1) Website

2) PR

3) Präsentation

4) Social Media

5) Newsletter

6) DB und City-lights

7) Citycards am POI

1) Sommer 2020 – www.tourismus.regensburg.de



Möglichkeit der kostenfreien Einbindung von Arrangements für alle Übernachtungsbetriebe

Noch stärkere Hervorhebung des Umlandes (R, KEH)

Hinweis zur „Sicheren Gastfreundschaft in Regensburg“

Sonderrubrik auf der Website www.tourismus.regensburg.de mit „Sommer 2020“

2a) Redaktioneller Bericht (8 Seiten) im Magazin „Landlust“



Ausgabe März / April 2020

Verk. Auflage:
801.499 Expl. (Durchschnitt
IVW 3/18-2/19)

Reichweite:
4,17 Mio. Leser
(AWA 2019)

2b) Bunte Special „Urlaub in Deutschland“

WELTERBE REGENSBURG
#LOVE REGENSBURG

Egal, wie lange Ihr Regensburg-Aufenthalt dauert: Ein Bummel durch die Welterbestadt ist absolutes Muss, denn er berührt die Herzen. Mit fast 1000 Einzeldenkmälern erzählt die besterhaltene mittelalterliche Großstadt in Deutschland von ihrer Geschichte als blühende Handelsmetropole und politisches Zentrum. Schlendern Sie durch Gassen und über Plätze und schnuppern Sie das Flair „der nördlichsten Stadt“ Italiens.

Mein Augenblick über alle über das Pflaster der Regensburger Altstadt

Das für ein unvergessliches Augenblick. Danke dir dafür

Wahrhaftig ein Wunder!

Mit dir möchte ich auch gerne mal in Regensburg anlegen

REGENSBURG FÜR BESTE FREUNDINNEN
Manchmal wollen Frauen einfach nur unter sich sein, um gemeinsam gleiche Interessen und unvergessliche Erlebnisse zu teilen. Ob mit der Mama oder der besten Freundin - wie auch immer sich das weibliche Drameam zusammenstellt, eine kleine Auszeit mit der Seelenverwandten ist ideale Gelegenheit, um endlich einmal wieder auf gemeinsamer Wellenlänge zu reiten. Nach einem Einkaufsbummel durch die vielen kleinen Geschäfte und Manufakturen in der Altstadt sind die Straßencafés und Restaurant idealer Treffpunkt für ein ausgedehntes Wiedersehen mit der Besten.

REGENSBURG FÜR KULTURINTERESSIERTE
Wer auf alten Spuren wandelt und sich für Geschichte interessiert, sollte nach Regensburg kommen. In kaum einer anderen Stadt Deutschlands sind die Spuren von Jahrtausenden so präsent.

REGENSBURG FÜR WASSERFREUNDE
Was ist schon eine Stadt ohne Fluss? Ein Bummel an der Donau in Regensburg schenkt Ausgleich, Inspiration und Lebensfreude im Welterbe. Genusswanderer und Spätiergänger schlendern am Ufer entlang, genießen eine Rast in einem Café, Restaurant oder Biergarten und lassen Gedanken auf Reise gehen. Wer mag, steigt aufs Fahrrad und radelt auf dem malerischen Donau-Panoramaweg entlang... bis zur nächsten Einkehr.

Mehr Infos unter www.tourismus.regensburg.de
Sie möchten nachhaltig reisen? Mehr Infos unter www.regensburg-nachhaltig.de

Erscheinungstermin **25.06.2020**

Gesamt-Auflage beträgt ca. 150.000 Exemplare

- Davon 100.000 als Stand Alone im Handel
- Ca. 50.000 als Bundle mit dem ebenfalls im BURDA-Verlag erscheinenden Magazin FREUNDIN
- Leserreichweite mindestens 500.000

2c) Online Advertorial Funke Media Group NRW



Eine Stadt mit R, ein Fluss mit D und dann ist da noch das herrliche Landschaftskino, das mal mit alpiner, mediterraner oder urbayerischer Szenerie daherkommt. Die Stadt Regensburg und Ihr Landkreis, durch die mächtige Donau wie durch ein glitzerndes Band verwoben, erwecken das Kinderspiel „Stadt-Land-Fluss“ zu echtem Leben: Hier trifft eine UNESCO-Weltkulturerbestadt auf ein UNESCO-Naturschutzgebiet. Ein perfektes Sommererlebnis.



Gemeinsames Onlineadvertorial mit dem Landkreis Regensburg

<https://urlaubio.de/regionen/regensburg/>

Bewerbung des Advertorials durch
Bannerwerbung auf den Portalen der
Funke Media Group

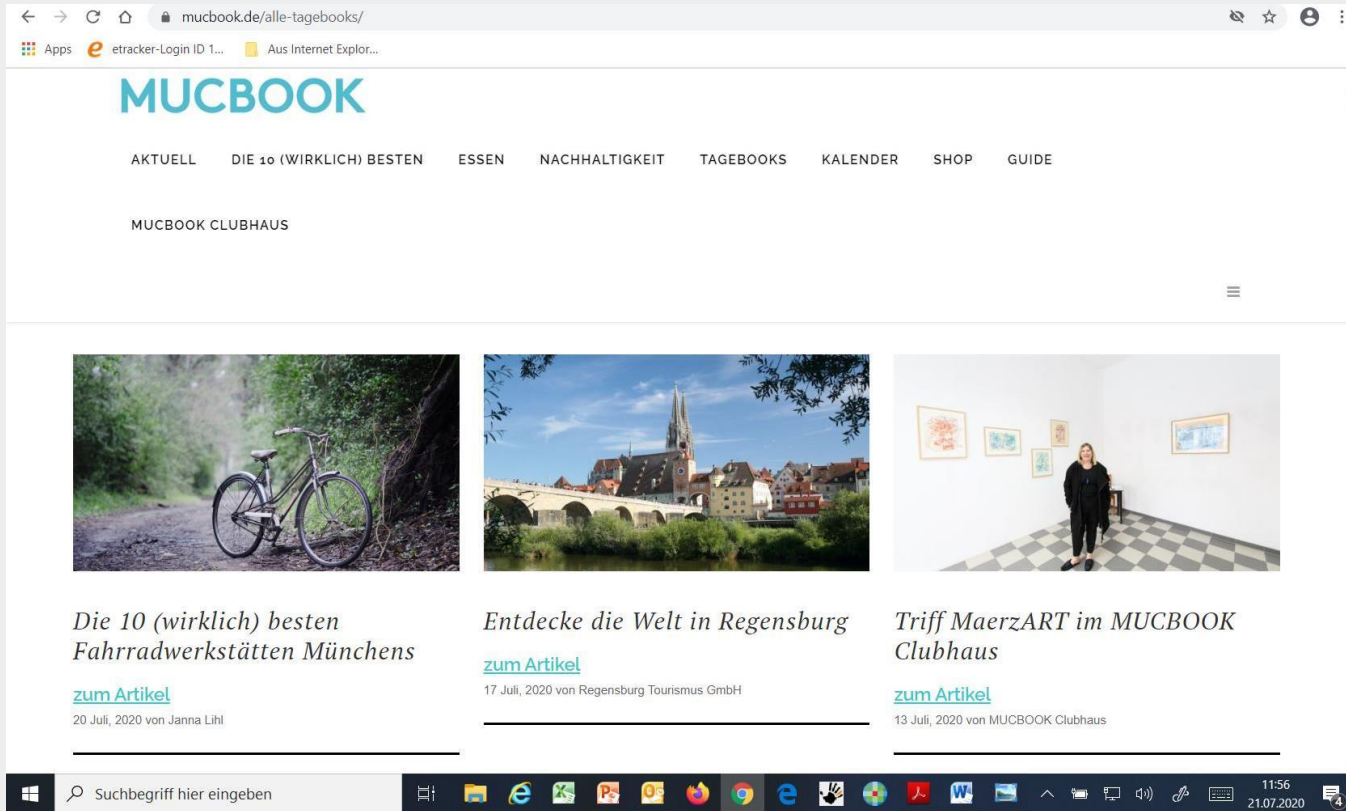
Zielregion: NRW

Laufzeit: 15.08. – 07.09.2020

Kampagnenergebnisse

- Impressions: 513.159
- Klicks: 13.067

2e) Blogeintrag MUCBOOK



The screenshot shows the MUCBOOK website interface. The browser address bar displays "mucbook.de/alle-tagebooks/". The website header includes the "MUCBOOK" logo and a navigation menu with items: AKTUELL, DIE 10 (WIRKLICH) BESTEN, ESSEN, NACHHALTIGKEIT, TAGEBOOKS, KALENDER, SHOP, and GUIDE. Below the menu is a section for "MUCBOOK CLUBHAUS". The main content area features three blog entries:

- Die 10 (wirklich) besten Fahrradwerkstätten Münchens**
Image: A bicycle parked on a dirt path in a wooded area.
[zum Artikel](#)
20 Juli, 2020 von Janna Lihl
- Entdecke die Welt in Regensburg**
Image: A view of Regensburg's skyline across a river, featuring a bridge and a large church.
[zum Artikel](#)
17 Juli, 2020 von Regensburg Tourismus GmbH
- Triff MaerzART im MUCBOOK Clubhaus**
Image: A woman standing in a gallery with a checkered floor and several framed artworks on the wall.
[zum Artikel](#)
13 Juli, 2020 von MUCBOOK Clubhaus

The Windows taskbar at the bottom shows the search bar with "Suchbegriff hier eingeben", various application icons, and the system tray with the time "11:56" and date "21.07.2020".

Erscheinungstermin **18.07.2020**

Gesamtreichweite beträgt ca. 180.000 Impressionen

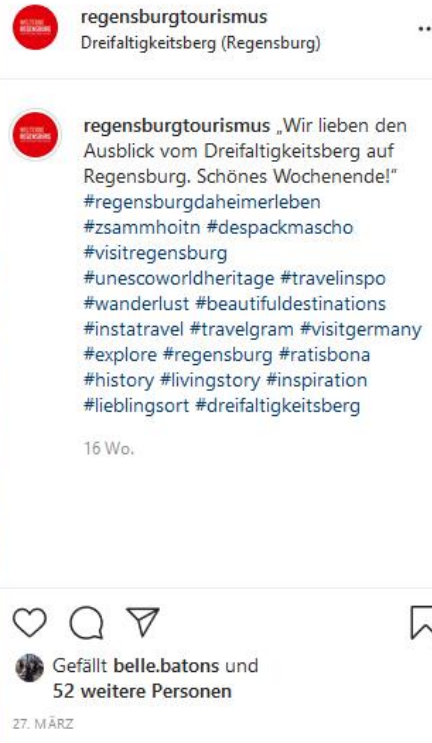
<https://www.mucbook.de/entdecke-die-welt-in-regensburg/>

3) Roadshows

- 20. – 24.07. Roadshow Baden-Württemberg in Ludwigshafen, Karlsruhe, Heilbronn, Tübingen, Ulm; ca. 5.500 verteilte Prospekte (Zuwachs um ca. 30 % gegenüber dem Vorjahr); in Verbindung mit City-Card Aktion und AdWords-Kampagne (Im Zeitraum 32,7% mehr Zugriffe aus Baden-Württemberg und 14,5 % mehr Zugriffe aus NRW), begleitende Facebook-Aktion mit Live-Postings



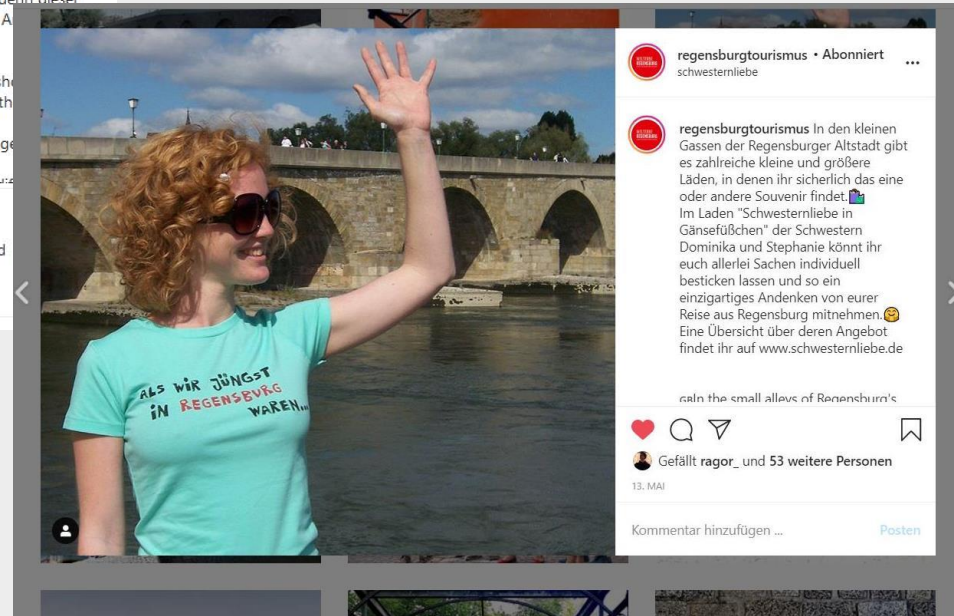
4) Social Media Kampagne #regensburgdaheimerleben



Während des Lockdowns präsentierten Mitarbeiterinnen der TI ihre Lieblingsplätze in Regensburg unter dem Hashtag #regensburgdaheimerleben

4) Umbenennung in #regensburgerleben (nach Aufhebung des Lockdowns)

Angebot an Leistungsträger, Inhalte
 kostenfrei auf den Social Media Kanälen
 der RTG auszuspielen (30 Rückmeldungen
 aus allen Branchen).



4) Social Media Ads



Die Motive der City Cards werden als Social Media Ads auf Instagram und Facebook ausgespielt.

Reichweite (Stand 20.07.): rund 50.000 Personen

5) B2C NEWSLETTER

Versand 1x Monat

UNSERE TIPPS FÜR SIE



AB AUF DIE DONAU
Ob eine historische Strudelrundfahrt oder ein Ausflug zum berühmten Ruhmestempel Walhalla in Donaustauf - mit den Schiffsfahrten auf der Donau erhalten Sie einen einzigartigen Blick auf Regensburg und auf die wunderschöne Umgebung. Lassen Sie an Bord die Seele baumeln, genießen Sie die Fahrt und lernen Sie nebenbei mehr über die Sehenswürdigkeiten.

LEINEN LOS!



AUF GEHT'S IN DIE NATUR
Stadt und Land verbinden? Nichts einfacher als das! Genießen Sie einen Wander- oder Fahrradausflug im Regensburger Umland. So können Radbegeisterte zwischen mehreren malerischen Flussradwegen, wie beispielsweise dem Fünf-Flüsse-Radweg, wählen. Auch für Geschichtsinteressierte ist etwas dabei, denn einzigartige Kulturdenkmäler warten entlang von Europas zweitlängstem Fluss darauf von Ihnen entdeckt zu werden.

DIE NATUR GENIEßEN



PROST UND "AN GUADN"
Was gibt es schöneres als bei gutem Wetter draußen zu sein und sich kulinarisch verwöhnen zu lassen? Genießen Sie die bayerische Lebensart in einer der zahlreichen Biergärten und beobachten Sie auf den Freisitzen der Restaurants das Treiben der Stadt und lassen Sie das historische Ambiente auf sich wirken.

VORGESCHMACK



GESCHICHTE UND GESCHICHTEN
Bei einer über zweitausendjährigen Geschichte gibt es viel zu entdecken in der UNESCO Welterbestadt. Unsere sachkundigen Gästeführer/innen zeigen Ihnen gerne bei einem Spaziergang durch die Stadt die Geheimnisse der engen Gassen und weiten Plätze und Sie lernen die Geschichte und Geschichten der Domstadt hautnah kennen. Bei manchen Führungen treffen Sie sogar auf berühmte Persönlichkeiten der Vergangenheit...

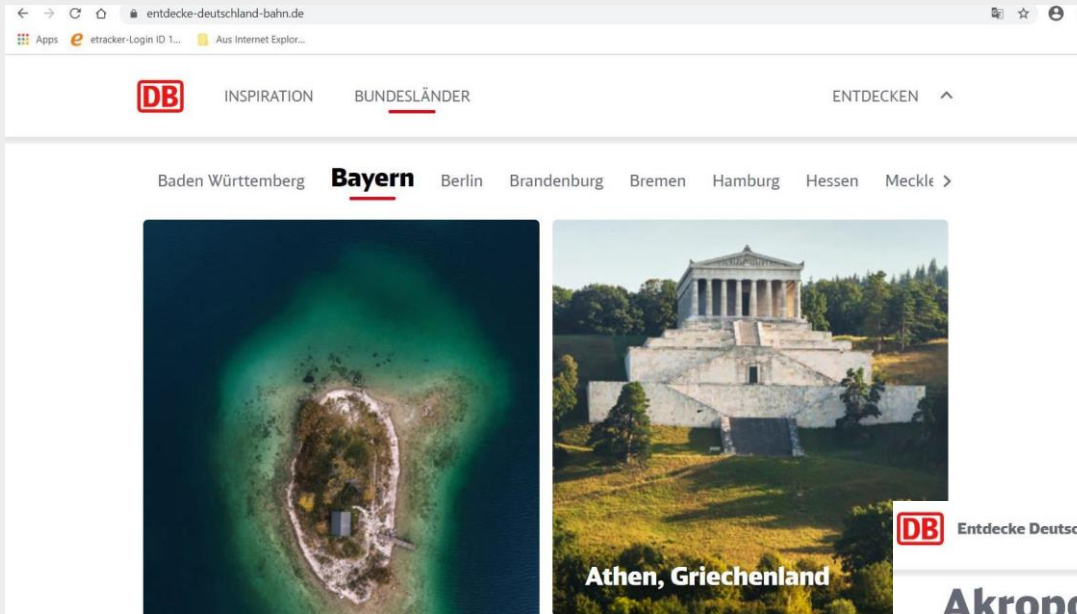
GESCHICHTE HAUTNAH

Seit April monatlicher Newsletter –
Versand mit Informationen und Tipps für
den Regensburg-Urlaub im Sommer 2020.

Empfänger: über 1.400

Öffnungsrate: Ø 45 %

6) DB Werbekampagne online



**Kooperation mit der
Bayern Tourismus
Marketing GmbH**

www.entdecke-deutschland-bahn.de

www.bahn.de

DB Entdecke Deutschland

Akropolis? Wäre möglich. Ist aber die Walhalla in Regensburg.

Sieht aus wie ein griechischer Tempel, ist aber in Wahrheit die urdeutsche Ruhmeshalle überhaupt. Die Walhalla liegt malerisch am Ufer der Donau bei Regensburg und gehört zu den wichtigsten Denkmälern Bayerns.

[Weiterlesen](#)

[Bahnticket buchen](#)



Walhalla, Regensburg

6) Citylights

- Werbung an 5 Bussen vom 01.10. – 31.12. in Würzburg und Coburg mit Facebook-Aktion Bild mit Regensburg Bus posten und gewinnen (jeweils 2 Stadtführungskarten)
- Würzburg: Citylights (20.10. – 02.11.) und Großflächenwerbung 23.10. – 12.11.) in Würzburg (gesamt 36 Flächen)



7) Citycards ab Juli 2020 an POI



180.000 Citycards mit vier verschiedenen Regensburg-Motiven

Auslage in Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg z.B. Münster, Köln, Dortmund, Essen, Düsseldorf, Bonn, Karlsruhe, Tübingen, Reutlingen, Ulm, Neu-Ulm

Flankierend hierzu mit den gleichen Motiven

- **AdWords Kampagne**
- **Roadshow in KW 30 (Ludwigshafen, Heilbronn, Karlsruhe, Tübingen, Ulm)**

Citycards für touristische Partner in Regensburg

Deutschland-Kampagne „Herbst 2020“

1) Website

2) PR

3) Bus-Werbung Würzburg

4) Social Media

5) Newsletter

8) Citylights

1) Herbst 2020 – www.tourismus.regensburg.de



Sonderrubrik auf der Website www.tourismus.regensburg.de mit „Herbst 2020“

1) Herbst 2020 – www.tourismus.regensburg.de

HERBST 2020

**REGENSBURG
ERLEBEN**

ÜBERNACHTEN

**FÜHRUNGEN &
RUNDFAHRTEN**

GRUPPENREISEN

TAGEN & FEIERN

**SICHERE
GASTFREUNDSCHAFT IN
REGENSBURG**

TOURIST INFORMATION

Übernachten
Erlebnisse online buchen
Stadtführungen

STADTSPAZIERGÄNGE

Spaziergang Alleengürtel
Laufend durch Regensburg
Kunstspaziergang
Herzogspark
Stadtpark
Dörnbergpark
Fürst Anselm Allee
Ostenallee
Villpark

KULTUR, EVENTS & MEHR

Sehenswürdigkeiten
Museen
Mikroabenteuer
KulTür
Haus der Bayerischen Geschichte
document Reichssaal
Kreativ durch die Krise
City Cards
Veranstaltungen

RUNDFAHRTEN

CityTour - Stadtrundfahrt
Schifffahrten

REGENSBURGER UMLAND

Ausflüge & Umgebung
Radeln & Biken
Donaupanoramaweg

Sonderrubrik auf der Website www.tourismus.regensburg.de mit „Herbst 2020“

2) PR

Bewerbung Kunstspaziergang HF 3, diverse Aktionen,
siehe Präsentation Tourismuskonzept

3) Buswerbung Würzburg und Coburg

Konzentration auf Würzburg wegen Corona-Hotspots in NRW, B-W, FRA, BER, etc., in Bayern und Übernachtungsgäste zu erwarten.



4) Social Media Ads



**UNESCO-WELTERBE
REGENSBURG**

Wir freuen uns auf Sie

**HERBST
2020**

Regensburg - Unesco Welterbe ...
Gesponsert · 🌐

Aufgepasst! In Coburg und Würzburg sind Busse mit unserem Regensburg - Motiv unterwegs. 🇩🇪 ... Mehr anzeigen

**Bild mit Regensburg-Bus
posten & gewinnen!**



Regensburg - Unesco Welterbe
Touristeninformati...

Ad-Kampagne: Herbst 2020

Start: 12.10.2020

Laufzeit: Bis 15.11.2020

Ad-Kampagne: Regensburg- Bus

Start: 9.10.2020

Laufzeit: Vorerst bis 31.11.2020
inkl. Fotoaktion Posten&Gewinnen

5) Newsletter, B2C



regensburg tourismus

„Eine der schönsten Städte der Welt.“
- Lord Norman Hyde, englischer Staatsbischof

Startseite Kontakt Veranstaltungen Ansprechpartner

Liebe Freunde und Freundinnen des Städtereisens,

Städterip und gleichzeitig Natur? Das ist keinesfalls ein Widerspruch. Die Altstadt, einem wunderschönen Alleegürtel und Parks. Ein Spaziergang entlang der ehemals hier einiges zu entdecken gibt. Natürlich können Sie auch sportlich das Weiberte in unserer Rubrik „Sommer 2020“ haben wir für Sie tolle Laufstrecken zusammen Regensburg geboten. Die fürstlichen Museen auf Schloss Thurn und Taxis öffnen ab Gäste und das Palazzo Festival bietet ab 23. Juli im Akademiehof des Thurn- Programm für jeden Geschmack. Und last unsere Gastronomie wegen der Pandemie konnte, heißt es, sei Regensburg noch italienischer geworden! Überzeugen Sie sich

Wir freuen uns auf Sie!

Ihre Regensburg Tourismus GmbH

P.S.: Die Gesundheit und Sicherheit unserer Gäste hat für uns oberste Priorität. In Website in der Rubrik „Sommer 2020“ alle wichtigen Informationen zu der ak Verfügung. So können Sie entspannt Ihren Aufenthalt planen und in Ihren Urlaub können Sie auch jederzeit unsere [Tourist-Information](#) unter 0941 507 4410 kontaktieren.

regensburg tourismus

Startseite Kontakt Veranstaltungen Ansprechpartner Service Presse

Liebe Freunde und Freundinnen des Städtereisens,

der Oktober steht in Regensburg ganz im Zeichen der 1920er. Kommen Sie mit uns auf eine Zeitreise der Widersprüche. In der Ausstellung „Tempo, Tempo“, im Haus der Bayerischen Geschichte stehen dem wirtschaftlichen Aufschwung Unsicherheit und Existenzängste gegenüber. In der Ausstellung „Unter Spannung“ in der Städtischen Galerie Leerer Beutel werden diese Gegensätze ebenfalls thematisiert. Mit der Gegenwart und Zukunft Europas beschäftigt sich die Ausstellung Peter Weibels im Kunstforum Ostdeutsche Galerie. Außerdem geben wir Ihnen Tipps zu den Weihnachtsmärkten, Theateraufführungen und einer nachhaltigen Reise nach Regensburg.

Auf bald in Regensburg!

Ihre Regensburg Tourismus GmbH

P.S.: Die Gesundheit und Sicherheit unserer Gäste hat für uns oberste Priorität. Daher stellen wir Ihnen auf unserer Website in der Rubrik „Herbst 2020“ alle wichtigen Informationen zu der aktuellen Lage in Regensburg zur Verfügung. So können Sie entspannt Ihren Aufenthalt planen und in Ihren Urlaub in Regensburg starten. Bei Fragen wenden Sie sich an unsere Tourist-Information unter 0941 507 4410 oder kontaktieren Sie tourismus@regensburg.de.

Der B2C Newsletter wird einmal im Monat verschickt.

Empfänger: 1.540

Öffnungsrate: Ø 45 %

UNSERE TIPPS FÜR SIE



IM GRÜNEN SCHLENDERN
Wo früher wuchtige Befestigungsanlagen die Stadtgrenze markierten, ziehen sich heute Alleen und Parks um die Altstadt. Angelegt um 1800 ermöglichen sie bis heute lauschige Spaziergänge in entspannter Atmosphäre.

ENTSCHLEUNIGEN



LAUFEND DURCH
Warum nicht Sightseeing in Regensburg können erkunden. Auf unseren Strecken durchs We als auch Natur verbi

FIT DURCH RU

UNSERE TIPPS FÜR SIE



„TEMPO, TEMPO – BAYERN IN DEN 1920ERN“

26. September 2020 – 7. Februar 2021

Die goldenen 1920er in Bayern, eine Zeit des Aufbruchs, die viele Gegensätze in sich vereint. Als urbaner und ländlicher Raum auf ein



„UNTER SPANNUNG!“

19. September - 22. November 2020

Tradition trifft auf Moderne – dies gilt auch für die Künstler der 1920er Jahre. Einerseits bilden erweichende Mittel anderer Nachbarstädte wie

6) Citylights in Würzburg

Ab 26. Oktober 2020: Citylights an 36 Standorten

Deutschland-Kampagne „Winter 2020“

1) Website

2) PR

3) Winteredition Magazin

4) Social Media & Online
Werbung

5) Newsletter

Deutschland-Kampagne „Winter 2020“: Maßnahmen

- 1) Website: Darstellung des Angebots wie „Sommer 2020“ und „Herbst 2020“
Themenschwerpunkt: Q1 (und weihnachtliches Regensburg)
- 2) PR-Schwerpunkt:
 - Vorbereitung PR-Kampagne via Ameropa (Köln – Regensburg)
 - Radiowerbung, voraussichtlich Antenne Bayern und Regionalsender Würzburg
- 3) Winteredition Magazin
 - Postwurfsendung im Raum Würzburg
 - Verteilung bei Präsentationen in Saarbrücken und Kulmbach
- 4) Social Media
u.a. Advertorial TN-Deutschland, Facebook, Instagram
- 5) Newsletter

1) Website



Sonderrubrik auf der Website www.tourismus.regensburg.de mit „Winter 20/21“

1) Website

WEIHNACHTEN IN REGENSBURG



ADVENT IM DOM ST. PETER

Das Domkapitel erweitert das Angebot, den Advent geistlich zu begehen. [mehr](#)



REGENSBURG GLÄNZT IM ADVENT

Bis zum 10. Januar werden verschiedene Gebäude der Altstadt illuminiert. [mehr](#)



ÖKUMENISCHER KRIPPENWEG

Von 28. November bis 06. Januar findet der erste ökumenische Krippenweg in Regensburg statt. Der Rundgang ist auch virtuell verfügbar. [mehr](#)



ADVENTSMARKT ST. KATHARINENSPITAL

Holen Sie sich den Adventsmarkt der STADTMAUS nach Hause. [mehr](#)



ONLINE ADVENTSKALENDER

Jeden Tag im Dezember öffnet sich für Sie eine Tür in Regensburg... [mehr](#)



DENKMALADVENTSKALENDER 2020

Die Stadt lädt dazu ein die Geheimnisse hinter den Sehenswürdigkeiten im Advent zu entdecken. [mehr](#)

Präsentation der digitalen Angebote in der Rubrik „Winter 20/21“

2) PR

- Radiospot Antenne Bayern an unterschiedlichen Wochentagen und am Wochenende, Schaltung mehrmals täglich
 - insgesamt 51 Schaltungen
 - Fortsetzung voraussichtlich Februar
- Vorbereitung Ameropa Kampagne mit Köln und Wilde und Partner
 - Unterschiede und Gemeinsamkeiten der beiden Städte aufzeigen
 - gemeinsame Marketingaktionen (Bloggerreise, Social Media)

4) Social Media & Online Werbung



**UNESCO-WELTERBE
REGENSBURG**

Wir freuen uns auf Sie!

Social Media Ads „Winter 20/21“
Laufzeit: 26.11.2020 bis
28.02.2021



**UNESCO-WELTERBE
REGENSBURG**

Wir freuen uns auf Sie!

4) Social Media & Online Werbung

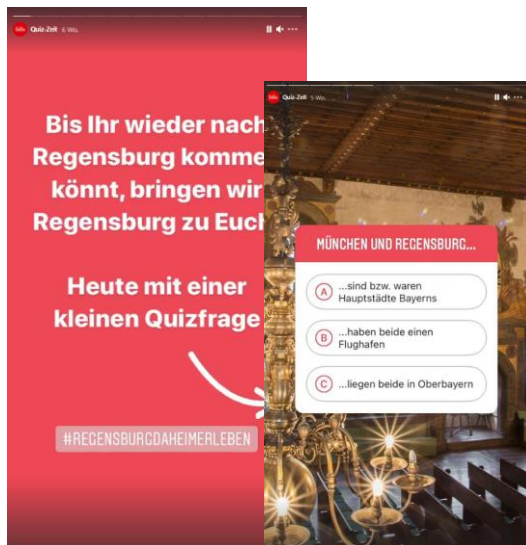


Displaykampagne „Winter 20/21“
auf Google

Laufzeit: 26.11.2020 bis
28.02.2021



4) Social Media & Online Werbung



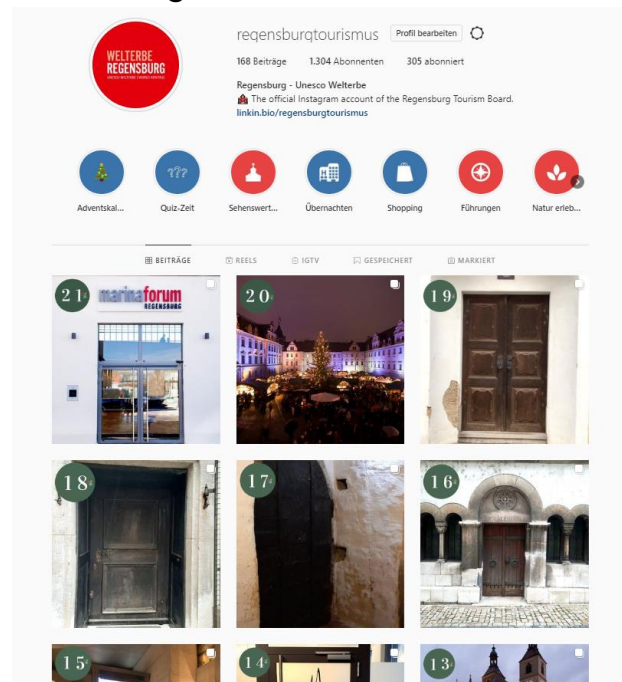
November - Dezember
Relaunch der Kampagne
#regensburgdaheimerleben
mit wöchentlichen Quizfragen
zu Regensburg und den
LieblingsHERZEigeplätzen

Fortsetzung im Januar 2021

4) Social Media & Online Werbung

Adventskalender 1.12. – 24.12.2020

Tägliche Postings und Clips von Türen zu Sehenswürdigkeiten in Regensburg auf Facebook (DE und EN) und Instagram

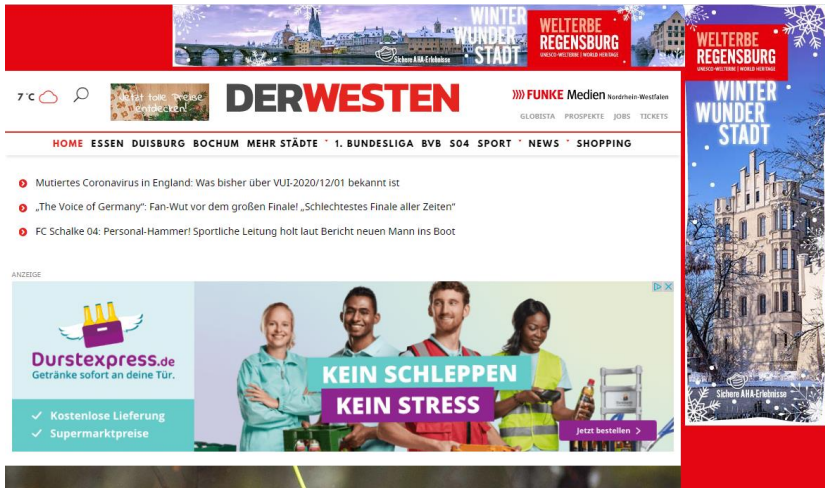


4) Social Media & Online Werbung

Online Advertorial mit TN Deutschland und der Funke Media Group NRW. Begleitende Banner Ads

Start: 20.12.2020

Laufzeit: ca. vier Wochen (bis zur Erreichung von 10.000 Klicks)



The image shows a screenshot of a website. At the top, there is a red banner with a winter scene of a city and a castle, with the text "WINTER WUNDER STADT" and "WELTERBE REGENSBURG". Below the banner is a navigation bar for "DERWESTEN" and "FUNKE Medien". The main content area shows a list of news items and a large advertisement for "Durstexpress.de" with the text "KEIN SCHLEPPEN KEIN STRESS".

Advertorial:

<https://urlaubio.de/regionen/winter-regensburg/>

Bannerwerbung mit Verlinkung zum Advertorial

Weitere Marketingaktivitäten Deutschland

- Prospektbeilage über der Tourismusmarketing GmbH Bayerischer Wald
- Hidden-Places Aktion über Ostbayerische Städte, ab 07.09. Herzogspark, ab 14.09. Römermauer
- 04. -06.09. Bloggeraktion Instawalk „Donaupanoramaweg“ mit TVO, Mikroabenteuer
- Anzeige im Kelheim-Magazin (Okt 2020, Verteiler Kelheim)
- Regensburg-Advertorial in der Bierzeitung des TVO (Verteiler: TVO)
- in Vorbereitung: Landesausstellung „Götterdämmerung II“ und weitere Programme zur Vermarktung, Absprache mit Partnern

weitere Marketingaktivitäten Deutschland

- Regensburg-Magazin 2021
- Weihnachtsedition 2020
- „Auf einen Blick“ in 11 Sprachversionen

Donau Panoramaweg - Mikroerlebnis

Kooperation mit dem Landkreis Kelheim und dem Tourismusverband Ostbayern (in Abstimmung)

**Werbekampagne mit dem Routen-Vorschlag
(unter anderem in der Wander-App „komoot“, derzeit fast 140.000 User,
Tendenz stark steigend)**

Tag 1: Ankunft in Regensburg

Tag 2: „Einwandern“ zur Walhalla und mit Schiff zurück
(laut Schifffahrt Klinger Abfahrt 16Uhr bei der Walhalla)

Tag 3: Regensburg – Bad Abbach

Tag 4: Bad Abbach – Kelheim/Kloster Weltenburg

Tag 5: Kelheim/Kloster Weltenburg – Bad Gögging

Tag 6: Abreise

App „komoot“

Aktuell im
GooglePlayStore
und im iTunes
Store unter den
TOP 5 App's
bezogen auf die
Downloads.

Donau Panoramaweg - Mikroerlebnis

- Bewerbung des Wanderangebots unter www.donaupanoramaweg.de
- Maßnahmen: Google AdWords, Facebook Ads, Promoted Posts
- Laufzeit: September 20
- Ergebnisse: Facebook 9.677 Klicks (Reichweite 136.017, Interaktionen 649), Google 546 Klicks (Reichweite 13.738); beste Reichweite 45 – 54jährige mit 30.116

Internationale Märkte

2019:

Marktanteil Ausland gesamt: 22,7% an Übernachtungen
durchschnittliche Aufenthaltsdauer gesamt: 1,8 Nächte

Ziel: In allen Überseemärkten ist das aktuelle Ziel Präsenz zu zeigen, sich bis zum Restart als verlässlicher Partner zu bewähren.

Inhalt:

- **GTM (marktübergreifend)**
- **Österreich: DB/ÖBB-Kamagne, PR-, Trade-, Customer-Newsletter, etc.**
- **USA: Trade Webinar, PR-Webinar / Online-Pressekonferenz, HHoG, Bavarian Connection, Mailing, US Advisory Board online, USTOA conference digital**
- **China: HHoG DZT-Kooperationspaket offline, DZT-Kooperationspaket online, China Live-Streaming**
- **weitere Märkte**

GTM

Kooperationspartner Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)

Der GTM Germany Travel Mart 2020 ist der größte jährliche Incoming-Workshop für das Reiseland Deutschland. Aufgrund der Covid-19 Pandemie fand dieser 2020 als virtueller Marktplatz statt.

Möglichkeit, in kürzester Zeit mit hoher Effizienz die Produktpalette internationalen Key-Accounts zu präsentieren.

Die Buyer sind von den Marktexperten der DZT-Außenstellen nach marktspezifischen Qualitätskriterien ausgewählte Top-Key-Accounts.

22. – 24. Mai 2020: Kontakt zu ca. 30 Reiseveranstaltern – Nachbereitung

Markt Österreich

2019:

Marktanteil Österreich gesamt: 12,7% an ausländischen
Übernachtungen

durchschnittliche Aufenthaltsdauer Österreich: 1,5 Nächte
stärkster Auslandsmarkt

Inhalt:

- DB / ÖBB-Kampagne
- Österreich Roadshow abgesagt – Ersatzmaßnahme:
 - Trade-Newsletter
 - PR- Newsletter
 - Customer-Newsletter
- Werbestand in Wels
- Straße der Kaiser und Könige

DB / ÖBB-Kampagne

Kooperationspartner: DZT

Fokus: B2C

Zeitraum: August 2020 – März 2021

Zeitraum und Inhalte wurden bis Mitte Dezember angepasst

Schwerpunkt: wie Deutschland-Kampagne

Übersicht Touchpoints und Zielgruppen in 2020



1



Stuttgart: Neue Blickwinkel
Regensburg: Die Befahrten des Odysseus

Micro-Influencerkampagne

Intensive Bewerbung der Influencer Videos aus 2019, bzw. Erstellung der Videos für neue Partner (für Partner, die 2019 noch nicht dabei waren wird ein neues Videos erstellt).

(Februar bis Oktober)

Fokus auf Young Generation (18- bis 29- Jährige), kinderlose Paare

2



ÖBB Landingpage am POS

- Partnerinput und Eventhighlights auf www.oebb.at/deutschland
- Organischer Traffic
- Ansprache von interessierten Bahnreisenden direkt am POS mit inspirierendem Content.

Fokus auf bahnaffine ZG

3



Reichweitenstarke Bannerkampagne

- Microsite auf germany.travel als zentraler Content-Hub
- Bewerbung mit reichweitenstarker Bannerkampagne.

Fokus auf ZG 30+, Familien

4



Außenwerbung mit Bahnbezug

- 90 City Light Plakate an Bahnhöfen
- 25 Großflächen (mind. 3 m groß) an Bahnhöfen
- 1.500 A3 Plakate in S-Bahnen
- Dauer: 1 Monat
- Zeitraum: voraussichtlich April/Mai 2020 (tbc)

DB / ÖBB Kampagne – im Einzelnen:

1) Micro-Influencerkampagne

Content:

- Videoproduktion • Social Media Posts • Instagram Stories
- Content-Tausch unterjährig möglich.

Kanäle:

Content Hub: www.traeumweiter.at / ÖBB: Facebook | Instagram | Youtube / DZT: Facebook | Instagram | Youtube / Influencer (Instagram) / Earned und Paid Media

geplante Reichweite lt. DZT:

#Träumweiter0049: > 2Mio. Video Views / > 10Mio. Bruttokontakte
Micro-Influencerkampagne

Die Microsite www.germany.travel/sparschiene dient als Content Hub zur Ansprache einer Zielgruppe 30+ mit mittlerer bis höheren Schulbildung, gehobenes bis hohes HHN Einkommen, Paare und Familien.

DB / ÖBB Kampagne – im Einzelnen:

2) ÖBB-Landingpage am POS

Die Landingpage www.oebb.at/deutschland dient als zusätzlicher Content Hub direkt am POS. Fokus auf bahnaffine Zielgruppe.

- 4 x jährlich Contenttausch für Partner
- Organischer Traffic (ca. 15.000 Unique Visitor Per Month UVPm)

Content pro Partner:

- Kurzer Einführungstext zur Destination
- 3 Eventhighlights Ihrer Destination per Bild, Überschrift und Verlinkung
- Bildergalerie bis zu 10 Fotos
- Verlinkung auf Partner Website
- Logoeinbindung

Content-Tausch Anfang Oktober erfolgt, Inhalte: weihnachtliches Regensburg, Kunstspaziergang, Tempo Tempo, Führungen, Schiffe, etc., Bilder Wintermotive

Weiterer Content-Tausch wurde aufgrund des Lockdowns nicht mehr umgesetzt.

geplante Reichweite lt. DZT:

www.oebb.at/deutschland: 180.000 Besucher

DB / ÖBB Kampagne – im Einzelnen: 3) reichweitenstarke Banner-Kampagne

Fokus auf Zielgruppe 30+, Familien

- Microsite auf germany.travel als zentraler Content Hub
- Bewerbung mit reichweitenstarker Bannerkampagne

geplante Reichweite lt. DZT:

Onlinekampagne: >10 Mio. Impressions / >20.000 Besucher auf
www.germany.travel/sparschiene

Content-Tausch Anfang Oktober erfolgt

Inhalte: weihnachtliches Regensburg, Kunstspaziergang, Tempo Tempo, Führungen, Schiffe, etc., Bilder
Wintermotive

Weiterer Content-Tausch wurde aufgrund des Lockdowns nicht mehr umgesetzt.

DB / ÖBB Kampagne – im Einzelnen: 4) Außenwerbung mit Bahnbezug

Fokus auf Zielgruppe 30+, Familien

- City Light Plakate in Wien, Linz und Innsbruck (für jeden Partner individuelles Layout) – korreliert mit Deutschland-Kampagne
- Großflächen an Bahnhöfen
- Dauer : 14 Tage bis 1 Monat (je nach Medium)

geplante Reichweite lt. DZT:

OOH: > 45 Mio. Bruttokontakter



Hansjörg Hauser fand in Wien eine Einladung nach Regensburg. Foto: Wolfgang Ley

Österreich-Roadshow

Kooperationspartner: DZT

Zeitraum: 22. – 24. September 2020

Fokus: B2B

ABGESAGT

Konzept & Leistungen

Bezüglich des geplanten Konzeptes findet derzeit eine Evaluierung und Umplanung gemäß der behördlichen Auflagen statt (Details folgen im 2. Informationsmailing)

Folgende Eckdaten:

- Termin: September 2020: Mo 21.9. Graz / Di 22.9. Wien / Mi 23.9. Salzburg
 - Durchführung in adäquaten Locations (Details auf folgenden Folien)
 - Abendveranstaltungen: 18.00 -22.30 Uhr
 - Fokussierte Produktvermittlung an den Trade AT
 - Partnereinbindung im Look & Feel der DZT
 - Kombination von Wien mit entweder Graz **oder** Salzburg
 - ca. 30-40 Teilnehmer in Wien, ca. 20-30 Teilnehmer in Graz bzw. Salzburg
 - kostenloser Transfer zwischen den Städten & Hotelempfehlungen
 - Digitale Reisetombola
 - **NEU Zwei Buchungsvarianten:**
 - 1 Wien & Graz
 - 2 Wien & Salzburg
- oder

Ersatzmaßnahme Österreich Roadshow

2 Artikel Presse-Newsletter

2 Artikel Trade-Newsletter

3 Artikel Endkunden-Newsletter

Kooperationspartner: DZT

Focus: B2B, B2C, PR

Zeitraum: Beginn im November und Dezember

Verteilergröße:

PR 825

B2B 1.200

B2C 3.000

Werbestand in Wels

Tourismus-Marketing Bayerischer Wald e.K.

Zeitraum: 10. – 11. Juli 2020

**Verteilung von Regensburg Magazinen,
Schwerpunkt auf Sommer 2020-Kampagne**

Fokus: B2C



Straße der Kaiser und Könige

Zeitraum: ganzjährig

Fokus: B2B

Schwerpunkt: Österreich

- Blog- / Facebook-Aktivitäten
- Kooperationen mit Ferienstraße.info, Grand Tour und ÖAMTC
- EU Projekt Danube Transnational Programme "Danube Travel Stories" (wurde 2019 eingereicht, Informationen zur Förderung folgen 2020)

Kooperation wurde aus Spargründen für 2021 gekündigt, wird durch TV Ostbayern fortgeführt.

Markt USA

2019:

Marktanteil USA gesamt: 9 % an ausländischen Übernachtungen

durchschnittliche Aufenthaltsdauer USA: 2,5 Nächte

zweitstärkster Auslandsmarkt

nur übernachtende Gäste werden gewertet, keine Kreuzfahrtgäste

Inhalt:

- **Trade Webinar**
- **PR-Webinar / Online-Pressekonferenz**
- **Historic Highlights of Germany (HHoG): AFAR / Avanti Destinations**
- **Bavarian Connection der Bay.TM: Sales Calls, Online Conferences, Webinars, Trade Newsletter, Avanti, Ensemble, Pre&Post River Cruise Broschüre, engl. Fact Sheet**
- **Mailing**
- **US Advisory Board online**
- **Mitgliedschaft USTOA**
- **digitale USTOA conference**
- **Mailing**

Webinare - DZT

DZT: Trade Webinar USA

Regensburg

Fokus: B2B

am 9. Juni 20 mit 279 Travel Agents

DZT: PR Webinar Regensburg - Online Pressekonferenz

Fokus: PR

am 2. Juni 20 mit ca. 70 Teilnehmern, u.a. Washington Post

Nachbereitung

Historic Highlights of Germany (HHoG)

Zeitraum: ganzjährig

Fokus: B2B

- Trade Travel Online Training bis Sept. 20
- HHoG-Website und Social Media Kanäle
- Sonstiges inkl. Mitgliedsbeiträge
- diverse Newsletter Trade, PR

Zeitraum: Januar / Februar 2020 (vor Corona)

- International Media Market Place
- Trade Schulungen Ostküste, Sales Calls bei 3-5 Reiseveranstaltern

Fokus: PR

Fokus: B2B

Historic Highlights of Germany (HHoG)

NEUES DZT-Kooperationsprojekt USA 1: AFAR

Fokus: B2B

AFAR ist lt. DZT einer der wichtigsten Inspirationsplattformen für die USA. Es wird Wert gelegt auf "off the beaten track"-Städte, Attraktionen und Events.

- 1x Custom Article für alle Städte gemeinsam
- 1x Bannerplatzierung AFAR.com Homepage für 1 Woche
- 1x Bannerplatzierung Germany Travel Guide-Kategorie für 2 Wochen
- 1x Bannerplatzierung Tips&News-Kategorie für 2 Wochen
- 2x Advisor Newsletter, je ein Artikel in einem Gesamtnewsletter
- 2x Advisor Promo Mail - Sondernewsletter zu HHoG/DZT
- 1x Facebook Post
- 1x Gespräch mit AFAR Fokusgruppe (Travel Agent Consortium Advisors)

Page Views: 1.100 UVPM (Unique Vistors Per Month)

Zeit auf Artikel: 1:59min

Banner-Impressions: 250.000 UVPM

Facebook-Impressions: 50.000 UVPM

Empfänger Newsletter: 7.500, Click-Through-Rate: 8%, Opening rate: 35%

Empfänger Advisor Promo Mail: 2.500

Historic Highlights of Germany (HHoG)

NEUES DZT-Kooperationsprojekt USA 2: Avanti Destinations

Fokus: B2B

Avanti passt als Tour Operator hervorragend für die HHoG-Städte: Individualreisende, Kleingruppen, 3-4*-Bereich, off the beaten-track, themed
arbeitet ausschließlich über TA's und insbesondere Consortia

1x Magazine/Broschüre mit 20 Seiten

6x Webinar für Reiseverkäufer - jeweils 60 Minuten, mit jeweils ca. 150 Reiseverkäufern

1x Video (1 Min) - wird auf allen Trainingsportalen der Travel Agents und Social Media Kanälen geteilt

2x Corporate Newsletter Spotlight - wöchentlicher Avanti Newsletter

2x Exklusives EMail - Email an alle Reiseverkäufer und Consortia-Partner

1x Newsletter (Schwerpunkt Europa)

1x Consumer-facing Banner auf Homepage Avanti (2 Wochen)

1x Agent-facing Banner auf Reiseverkäuferportal (2 Wochen)

1x PM an alle Avanti PR-Kontakte und Consortia

Aufbau einer Germany Microsite

Homepage 20.000 UVPM (da nur via TA's) / Agent-facing Banner 25.000 UVPM / Corporate Newsletter Spotlight: 52.000

Bavarian Connection

Fokus: B2B

Virtual conferences:

- **Germany Travel Mart, June 24-27 2020**
 - 27 meetings with top U.S operators including: Tauck, Abercrombie & Kent, Sky Vacations, Tumlare, etc.
- **Leisure Destination & Cruise Expo, July 15-16, 2020**
 - Shared booth with Munich Airport
 - Virtual chats with over 200 travel agents from U.S & Canada over 2 days
 - Total attendance at virtual booth of over 600 travel agents
- **Signature Virtual Conference, October 15, 2020**
 - Shared virtual webinar with 3 other German state destinations- 10 minutes to present Bavarian Ambassadors stories
 - Promotion of conference included 2 pre and 2 post emails with Bavaria content to over 6,000 travel advisor members
 - Total attendance of over 110 travel advisors

Bavarian Connection

Fokus: B2B

Virtual conferences:

(Continued)

- **ETOA GEM, October 30, 2020**
 - 20 meetings with U.S tour operators included: Tauck, Rick Steves' Europe, Globus, Worldstrides, Avalon waterways, Maple Leaf Tours

- **USTOA Virtual Conference Dec. 1-3, 2020**
 - 30 meetings with top U.S tour operators over 3 days that included: SITA Tours, Disney Adventures, Goway, Amawaterways

- **ETOA Recovery21, December 9, 2020**
 - 7 meetings with North American tour operators over 6-minute meetings that included: Journeys Connect, Holiday Vacations, Tours Chanteclerc Inc.

Bavarian Connection

Fokus: B2B

Sales & Marketing Aktivitäten:

Sales Calls: Highlights

Meetings

- Local NY Ensemble travel agencies- Staff destination training as Ensemble preferred supplier
- **Unitours**- Staff training on religious destinations and highlights for Passion Play year
- **Artisans of Leisure**- Destination presentation, strong interest in 5-star hotels in cities and towns
- **iWorld of Travel**- Product development lead with desire to introduce Bavaria to portfolio in the next couple of years
- **Miracolo Tours**- Interest in FAM trip for university alumni travel groups with unique experiences
- **Walking Connections**- Small tour operator looking to introduce Bavaria walking/hiking tours in 2021 and beyond
- **Global Consolidated Services**- Strong interest in revamping Bavaria tour activities for 2022
- **Tenon Tours**- FIT tour operator looking to begin selling Germany in Spring 2021 for 2022 and keen to start with Bavaria
- **Learning Journeys (Perillo Tours)**- Began discussions on Bavarian themed courses with ambassadors- food/drink, art, handcrafts, etc.

Bavarian Connection

Fokus: B2B

Webinars:

- **Signature Travel Network:** Feb 2020, via GNTO and partnered with MUC Airport, 80+ attendees
- **Europe Express:** June 2020, 90+ attendees
- **Travel Leaders Network:** June 2020, via GNTO and partnered with MUC Airport, 100+ attendees
- **Ensemble:** August 2020, 40+ attendees
- **Virtuoso:** December 2020, 30+ attendees
- **GNTO webinars**
 - August 11 (Bavaria-only) 269 live attendees, as of mid-Dec., 98 more watched recording
 - November 3 (partner: MUC Airport) 252 live attendees, as of mid-Dec., 53 more watched recording
 - December 8 (partner: Altötting) 193 lives attendees, as of mid-Dec., 29 more watched recording

Bavarian Connection

Fokus: B2B

Neuaufgabe der Pre & Post River Cruise Broschüre & Versand an über 10.000 Travel Agents als Beileger im JaxFax Destination Magazine



Next up, southwest of the main cruise port Passau, we continue in Regensburg where a statue of the Virgin Mary and a healing miracle more than 1,000 years ago have turned a small Bavarian town into one of Europe's main places of pilgrimage. About one million pilgrims and tourists come here each year to see the "Black Madonna" in the Shrine of Our Lady in the Chapel of Grace.



Creativity and Tradition Create A Colorful Bavaria

Local artist Andre Maier brings vibrant color to the 1,000-year-old city streets and corners of Regensburg in a special Art Nouveau style. He is one of the "Bavarian Ambassadors" working with Bavaria Tourism to inspire visitors to Bavaria. Read more about these artistic city promotions under www.bavaria.de

Bavarian Connection

Fokus: B2B

Erstellung einer Landingpage für die Pre- and Post-River Cruise-Broschüre

Beyond the Boat: Inspirational River Cruise Extension Tours in Bavaria

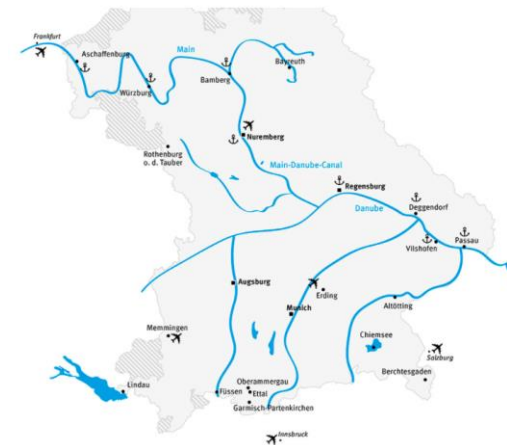
Bavaria

Are you selling and booking European River Cruise tours? Include extension tours to experience Bavaria at its best with 5 custom-made tour ideas. [Click here to read the full brochure.](#)

The Danube and Main are Bavaria's major rivers and included in numerous European routes. The Main-Danube Canal connects both rivers enabling uninterrupted travel! The Bavarian stretch of one of Europe's most glorious rivers is characterized by outstanding natural beauty and a host of cultural highlights, including Walhalla Hall of Fame overlooking the Danube, Regensburg, known as Germany's best preserved medieval city with the famous Stone Bridge and St Stephan's Cathedral in Passau, home to the world's largest church organ.

Enjoying a river cruise in Bavaria leaves you with many options to hop off the boat. When you are ready to explore, river cruises continue to be a great way of traveling around Germany. Venture beyond the boat or plan a stand-alone dream trip to Bavaria. The special tips inside capture the spirit of Bavaria – traditionally different and full of surprises.

Discover these 5 tour ideas and if you don't have the time for all it, just mix and match. Each stop-over is a highlight of its own. Safe travel planning!



Bavarian Connection

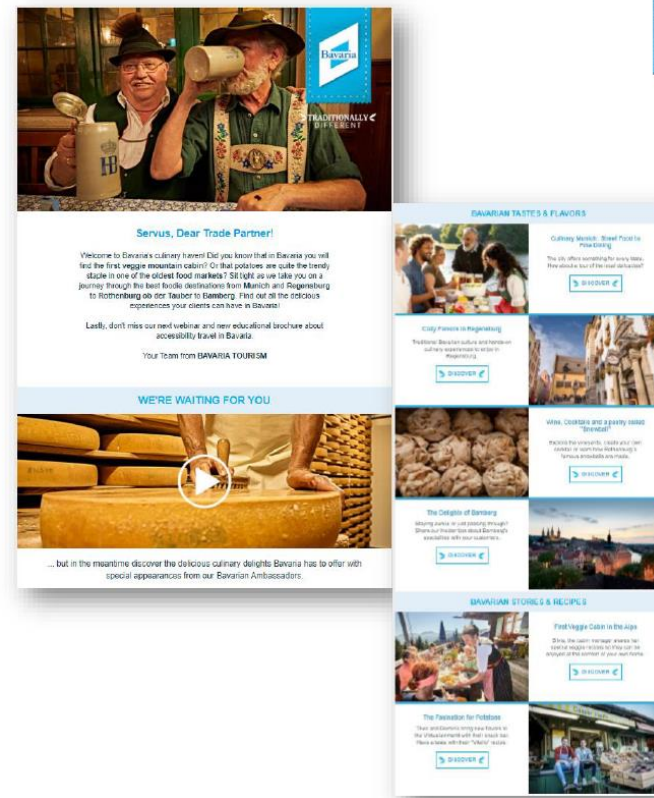
Fokus: B2B

Im November B2B-Newsletter „A journey through Bavarian flavors“

BayTM Trade Newsletter

November 19, 2020

- Part of Bavarian Connection Package
- **Theme:** A Journey Through Bavarian Flavors
- **Featuring:** Munich, Regensburg, Rothenburg, Bamberg
- **Recipients:** 44.835 (BayTM & JaxFax)
- **Total Openings:** 4.507
- **Opening rate:** 11%



Bavarian Connection

Fokus: B2B

Kooperation mit Ensemble Travel

Ensemble Travel Group

Overview

Member since 2018 to improve awareness of Bavaria as a destination of value among Ensemble members

- **Weekly Newsletter:** contribute themed content on a weekly basis with an average opening rate of 20% and CTR of 10%
- **5 minute MP4 about Bavaria:** presentation and recording for the member profile portal library
- **Exclusive Online Training:** Aug 5, 2020
 - 40+ live attendees and available on Ensemble training portal for later access
 - B2B & B2C Marketing Campaign: launched in Q4 2020



Ensemble Travel Group

Member Portal-Ad: October 2020

- **Objective:** increase awareness of Bavaria within membership and inspire as a top pre and post river cruise extension tours in and around Bavaria
- Month long Bavaria destination content included:
 - Beyond the Boat: River Extension Tours brochure
- Click [here](#) for full view
- Final report and stats: Pending

Bavarian Connection

Fokus: B2B

Kooperation mit Avanti

Avanti Destinations 2020

E-Brochure Extension Phase 2: Release August 2020

- **Objective:** To increase sales to Bavaria over the next 5 years
 - Extension of 2019 tailor-made e-brochure
 - Reach across 70,000+ travel advisors within their network
 - Total page view: 12,688 (As of Dec. 2020)
- **Campaign includes:**
 - Exclusive Email (March & August)
 - Average Open rate: 25%
 - Regional & Corporate Newsletter Spotlight (March & August)
 - Average Open rate: 30%
 - Consumer-Facing Banner Ads - Full Top Row (March & August)
 - Total clicks: 159



Avanti Destinations 2020

Marketing-in-kind

- Bavaria destination content included in:
 - Avanti Destinations Global E-Brochure 2020
 - Germany E- Brochure 2020
 - Several emailing marketing campaigns as Germany whole destination (winter travel, food/drink, etc)
- Live virtual training with Avanti sales staff:
 - Reach: 90+
- 2019 to 2020 report:
 - 30% ↑ from Jan & Feb 2019 to Jan & Feb 2020 bookings (measured in this manner as per COVID-19)
 - Offering flexible booking rules has increases confidence in clients
 - Slight booking increase post vaccine and U.S election news

Bavarian Connection

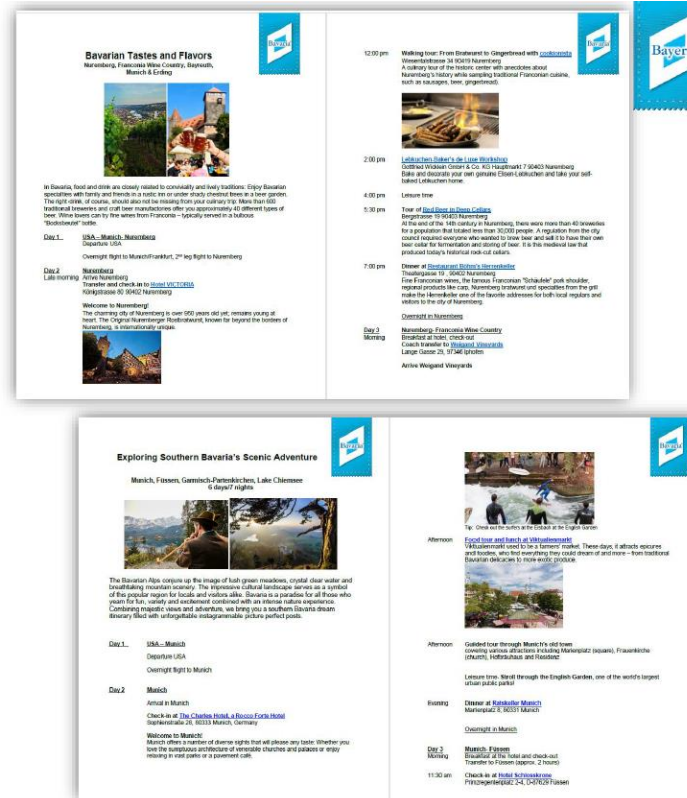
Fokus: B2B

Erstellung und Distribution von Sample Itineraries

Sample Itineraries

2020 & 2021 Project

- Objective:** To provide travel trade industry with relevant Bavaria sample tours in a detailed itinerary format to facilitate training and sales efforts for industry
 - Building and curating a variety of sample themed itineraries for the industry that range from: history, culinary, religious, adventure, wellness and outdoors
- Distribution:** As part of main marketing theme for 2021 and sales efforts at conferences and meetings
- Final design format to be finalized in Q1 2021 with new BayTM design template



Bavarian Connection

Fokus: B2B

- **Erstellung eines englischen Factsheets für Regensburg**
- **monatliches Reporting, Halbjahres-Reporting**

Teilnahme am US Advisory Board der DZT

Datum: 20. Oktober 20

Live entfällt

- jährliches US-Meeting in Deutschland
- aktuelle Marktinformationen
- Networking
- langjähriger persönlicher Kontakt zu 4 Top US-Tour Operators und 4 US-Travel Agents

Teilnahme Online-Variante:



Mitgliedschaft USTOA

USTOA

Die USTOA ist die Vereinigung der Top
Tour Operator in USA.

Mitgliedsbeitrag 950,--€
Bei Teilnahme USTOA Annual
Conference (alle zwei Jahre) zusätzlich
Teilnahme- und Reisekosten.

Teilnahme digitale USTOA conference

Die USTOA ist die Vereinigung der Top Tour Operator in den USA.

Termin: 01. – 03. Dec 2020
24 Einzelgespräche

Umfassende Nachbereitung

Fazit: sehr positiv. Das Engagement wurde von den Veranstaltern sehr geschätzt. Teilweise sehr konkrete Anfragen. Teilweise konnten jahrelange persönliche Kontakte so aufgefrischt werden.

Auch wenn in 2021 ein Rebooking aus 2020 erwartet wird, wird für 2022 ein Boom erwartet, die TO arbeiten an neuen Programmen. Regensburg konnte sich sehr gut positionieren.

Mailing US-Kontakte

Zeitraum: Jahresende

Fokus: B2B + PR

Kontakte: 2.600 Regensburg-Kontakte

Content: Infos zum Re-Start in 2021

- sehr positive Rückmeldungen und persönliche Mailkontakte zu ca. 23 B2B-Kontakten im Nachgang -

Markt China

2019:

Marktanteil China gesamt: 2,9% an ausländischen Übernachtungen
durchschnittliche Aufenthaltsdauer China: 2,3 Nächte
größter, aufstrebender Weltmarkt

Inhalt:

HHoG:

- **DZT-Kooperationspaket China 1 offline**
- **DZT-Kooperationspaket China 2 online**
- **China-Live Streaming**

Historic Highlights of Germany (HHoG)

DZT-Kooperationspaket China 1 - offline:

Fokus: PR

PR-Events

Abwicklung durch Oliver Sedlinger vor Ort

1x Presse Event Beijing (voraussichtlich 40 Teilnehmer)

1x Presse Event Shanghai (voraussichtlich 25 Teilnehmer)

Auflage offline Medien gesamt: 2 Mio.

Auflage online Medien gesamt: 3 Mrd.

Media Besuche

Abwicklung durch Oliver Sedlinger vor Ort

1x Besuch Mainstream Print Media, Beijing

1x Besuch Online Portal, Beijing

1x Besuch Rundfunk/Social media, Beijing

Netzwerkausbau

Historic Highlights of Germany (HHoG)

DZT-Kooperationspaket China 2 - online:

Fokus: B2C

Contentkampagne Mafengwo TravelGuide-Blogpost: 3 Monate Bewerbung, auch nach Kampagnenlaufzeit sichtbar, Inhalt: 3x TravelGuide - jeweils 1.000 - 1.500 chin. Zeichen (ist relativ viel), max. 20 Bilder
Impressions: 1,2 Mio UVPM, Page Views: 60.000 UVPM

Live-Streaming Mafengwo: 5x Live-Streaming in 5 S
Posting auf DZT-We Chat und DZT-Weibo,
Live-Streaming Test, Live-Streaming,
Video Ende Oktober online

Testlauf am 18. September
Live-Stream am 21. September

Heat Index in total: 126.000



Historic Highlights of Germany (HHoG)

DZT-Kooperationspaket China 2 - online:

Fokus: B2C

WeChat MiniProgramm und Social Media: Aug-Sep 2020 mit Content im Programm der DZT

- Warm-up Postings auf DZT Social Media Kanälen, insgesamt:
- 17x Weibo-Post auf DZT-Account - 140 chin. Zeichen mit max. 9 Bildern
- 4x WeChat Post auf DZT-Account - 1.000-1.500 chin. Zeichen mit Bildern
- 17x Travel Note auf Mafengwo - 140 chin. Zeichen mit max. 9 Bildern
- 4x Travel Blog auf Mafengwo - 1.000-1.500 chin. Zeichen mit Bildern
- 17x Travel Note auf Qyer - 140 chin. Zeichen mit max. 9 Bildern
- 4x Travel Blog auf Qyer - 1.000-1.500 chin. Zeichen mit mehreren Bildern

Aktionen weitere internationale Märkte

2019:

Marktanteil Japan gesamt: 1,6% an ausländischen Übernachtungen
durchschnittliche Aufenthaltsdauer Japan: 2,3 Nächte
UNESCO- und kulturraffine Gäste

Marktanteil Italien gesamt: 6,3% an ausländischen Übernachtungen
durchschnittliche Aufenthaltsdauer Italien: 1,6 Nächte

Marktanteil Niederlande gesamt: 7,1% an ausländischen
Übernachtungen
durchschnittliche Aufenthaltsdauer Niederlande: 1,4 Nächte

TOP FIVE Ausland: A, USA, NL, IT, UK

Japan:

HHoG:

nur Newsletter, Umschichtung Budget erfolgt

Bayern Tourismus Marketing (BY.TM):

Online Maßnahme Japan der BY.TM in Kooperation mit der DZT

Kampagnenthema: „Schlösser, Burgen, Städte, romantisches und mittelalterliches Stadtbild, Kulinarik“
kostenfreie Bewerbung aufgrund langjähriger, guter Kooperation

Niederlande:

Entfällt!

Umschichtung Budget in Deutschland-Kampagne

War für Juli geplant, da im Juli die meisten Niederländer nach Regensburg reisen.

DZT: Social Media-Monat inkl. Newsletter Beitrag

Summerspecial Städte&Co im Juli

ein Post auf Facebook

Einsatz eines Karussell-Ads auf Facebook max. 5 Fotos

wöchentliche Platzierung auf Twitter twitter.com/germanytravelNL

Beitrag im thematischen Konsumentennewsletter an ca. 23.000 Kontakte

Italien:

Entfällt!

**Umschichtung Budget in Deutschland-Kampagne
Italiener sind in „Covid 19-Schockstarre“**

DZT: Social Media-Maßnahme Facebook

Erstellung eines Instant Experience auf Facebook,

Thema: Städte und Kultur

Bewerbung durch Ads im Wert von 400,--€

Monitoring und Reaktion auf Kommentare,

Laufzeit: 1 Woche

89.000 Follower

MICE

2019:

Marktanteil MICE gesamt: ca. 19% an Übernachtungen

Klassische Geschäftsreisen, ebenfalls ca. 19% an Übernachtungen (nicht beeinflussbar)

Fokus MICE: B2B

Ziel: Bewerbung Q1, dezentrale, hybride Events

Inhalt:

vor Corona: Best of Events, red. Bericht mep

ab Corona: MICE-Corona-Kampagne:

- MICE Online-Event am 30.04.20
- dezentrale, hybride Events
- Corona-Kapazitäten mice-in-regensburg.de
- Update Tagungsinfos: Folder und online pdf-Fact Sheet
- Teilnahme an Präsenzveranstaltungen: MICE Branchentreff
- PR / Advertorials / Newsletter / Social Media
- Mailing
- Kooperation bay.TM: Premium-Marketingpaket
- Mitgliedschaften GCB und EVVC

Best of Events

vor Corona – wie geplant

Kooperationspartner: Europäischer Verband
der VeranstaltungsCentren e.V. (EVVC)
Zeitraum: 14. – 16.01.

15.01. Vorstellung Best Practice Regensburg
als nachhaltige Destination –
zusammen mit Berlin und Hamburg
auf der Best of Events



16:28 – 16:30 Uhr, Halle 6, Stand 6.A06

Nachhaltig? Wie Convention Bureaus Planer unterstützen

Im Folgenden zeigen 3 Städte im Elevator-Pitch wie sie
Planer beim Thema Nachhaltigkeit unterstützen.
Normal in 60 Sekunden hier in 300 Sekunden.
#Elevator Pitch mit Nachhaltigkeitsexperte Jürgen May ⁶

16:30 – 16:35 Uhr, Halle 6, Stand 6.A06

Regensburg Tourismus GmbH – Das ganzheitliche Nachhaltigkeits- konzept der Veranstaltungs- destination Regensburg

Daniela Wiese, Regensburg Tourismus GmbH ¹⁰

16:35 – 16:40 Uhr, Halle 6, Stand 6.A06

Nachhaltiges Hamburg – kein Buch mit sieben Siegeln sondern gelebte Praxis

Saskia Müller, Hamburg Convention Bureau ¹¹

16:40 – 16:45 Uhr, Halle 6, Stand 6.A06

Tipps und Tools auf dem Weg zur nachhaltigen Veranstaltung von Visit Berlin

Kyra Reiter ¹² und Luisa Mentz ¹³, Berlin Tourismus &
Kongress GmbH

redaktioneller Bericht mep

vor Corona – wie geplant



Was gibt's eigentlich Neues in Regensburg?

Die Kurzversion der Antwort lautet: viel! Nicht zuletzt die Eröffnung des marinaforums vor einigen Jahren als Tagungs- und Veranstaltungszentrum hat dem ostbayerischen Standort an der Donau mit seiner wunderbar erhaltenen großen Altstadt zusätzlichen Auftrieb gegeben. Doch für Formate mit etlichen hundert Teilnehmern, vielleicht sogar noch parallel in der Stadt stattfindend, braucht es entsprechende Unterkünfte. Hier passiert derzeit jede Menge.



Quelle: RTG

Konkret stehen nicht weniger als fünf Hotel-Neueröffnungen in kurzer Zeit an. Bereits seit verganginem Jahr gibt es ein Holiday Inn Express mit 144 Zimmern, das von seiner Lage her den besonderen Vorzug hat, im Winter nicht weit vom romantischen Thurn + Taxis Weihnachtsmarkt entfernt zu sein. Ebenfalls nicht weit davon weg soll in der zweiten Hälfte diesen Jahres ein NU Hotel an den Start gehen, das dann 258 Zimmer anbieten kann. Beide Häuser übergens unweit des ICE-Hauptbahnhofs gelegen. Das trifft auch auf das neue Vier-Sterne Novotel und das Drei-Sterne ibis Hotel zu, die jeweils 125 Zimmer offerieren und im Frühjahr eröffnen wollen. Schließlich entsteht zwischen marinaforum und Altstadt ein Hampton by Hilton mit insgesamt 131 Zimmern, dessen Opening fürs kommende Jahr, also auch schon in Planungsnähe, vorgesehen ist. Tipp für Bahnreisende nach Regensburg: Mit der neuen ÜFEX-Regionalbahn, die stünd-

lich verkehrt, erreicht man den Münchner Flughafen schnell und bequem in einer reichlichen Stunde (exakt: 1h13min).
Seit 2019: Museum des Hauses der bayerischen Geschichte
Interessant für Rahmenprogramme: Ganz neu in Regensburg ist das „Museum des Hauses der bayerischen Geschichte“ (HdBG, kleines Bild), das den Besuch wert ist. Der rote Faden der Dauerausstellung lautet: Wie Bayern Freistaat wurde und was ihn so besonders macht. Im 17 Meter hohen, lichten Foyer begrüßt der Löwe als symbolträchtiges Wappentier und wer will, kann seinen Audioguide in bayerischer Version haben. Am Ende der Tour lockt ein Besuch im Wirtshaus des Museums, wo genau das serviert wird, was der Name verspricht – heimische Schmankerln und die Auswahl aus 300 (!) Bieren.

Deftig speisen ist in Regensburg Kult. Fürs gesellige Get-together gibt es zahlreiche

Gelegenheiten, die von historischen Gasthäusern über riesige Brauereikeller bis zum rustikalen „Kneitinger“ am Rande der Altstadt reichen. Einen Gesamtüberblick über die aktuellen MICE-Möglichkeiten im UNESCO Welterbe Regensburg bietet die Seite www.mice-in-regensburg.de.

Die auch so manchen Geheimtipp parat hat. Etwas das neue Work & Meet -Space in der Altstadt, das ab sofort und nur für begrenzte Zeit über die Regensburg Tourismus GmbH (RTG) buchbar ist. Abschließend sei gesagt: Auch wenn Regensburg auf eine schon fast unglaubliche 2.000-jährige Stadtgeschichte zurückblicken vermag, die schon die Römer hier gesehen hat, so ist der Standort auch in puncto Klimaschutz up-to-date. Das beweist der Sonderpreis Nachhaltigkeit im Rahmen des Tourismuspreis Bayern 2019, den die MICE Destination Regensburg für ihr ganzheitliches Konzept erhalten hat.

MICE-Corona-Kampagne



aktuell Gespräche mit Bay.TM zur bayernweiten Vermarktung unter dem Dach der Bay.TM

1) MICE-Online-Event am 30. April 2020

- MICE-Live-Event am 30. April 2020 von 15 bis 17 Uhr mit Partnern aus der Branche. Insgesamt wurden über die Streuung in sozialen Netzwerken und über die Website www.mice-in-regensburg.de und www.tourismuskonzept-regensburg.de sowie ein Info-Mailing an die 1.800 persönlichen MICE-Kontakte fast 1.000 Zuschauer aus der MICE-Branche erreicht.
- Wird als Beispiel für die Durchführung eines dezentralen, hybriden Events verwendet: Begrüßung, Keynote, Fachinformationen, Stream in und aus vielfältigen Locations mit unterschiedlicher Atmosphäre, Übernachtung, Stadtführung, Wein-Tasting / Networking zum Abschluss
- <https://mice-in-regensburg.de/corona-informationen/wie-wird-die-hybride-tagung-zum-erfolg.html>

2) dezentrale, hybride Events in Korrelation mit Tourismuskonzept HF4

Durchführung von dezentralen, hybriden Events in mehreren Locations Regensburger Partner bei Corona-bedingten reduzierten Kapazitäten, wechselnder Live- und Stream-Anteil. <https://mice-in-regensburg.de/corona-informationen/dezentrale-hybride-events-als-chance.html>

Vorteile:

- Veranstaltungen in Regensburg mit Übernachtung, Catering, Rahmenprogramm, etc.)
- Durchführbarkeit unter Corona-Bedingungen, 85% der Veranstaltungsplaner bevorzugen lt. Studie KPM reale Meetings
- Networking möglich, in Studien werden fehlendes Networking und technische Probleme als größter Nachteil von Online-Veranstaltungen genannt)
- 88% der Teilnehmer werden lt. Studie KPM durch die Verbindung realer mit hybriden Elementen aktuell erreicht.

25. Juli 20: Auftaktveranstaltung / Vorstellung des Projektes an Regensburger Locationpartner

06. Juli 20: Workshop zur technischen Durchführung bei bezahlbaren Preisen

aktuell: Gewinnung von Locationpartnern, weitere Partner sind jederzeit willkommen und Entwicklung Corona-optimierter Rahmenprogramme

aktuell: **Vermarktung im Marketing-Mix**

3) Corona-Kapazitäten auf mice-in-regensburg.de

Ständiges Update der Corona-Kapazitäten der Locationpartner, um Tagungsplanern aktuelle Informationen zu bieten

<https://mice-in-regensburg.de/corona-informationen/corona-kapazitaeten.html>

4) Update Tagungsinfos Folder / online Fact Sheets

kostenfreie Darstellung für Partner im Print-Folder und online inklusive Vermarktung der Corona-Informationen

<https://mice-in-regensburg.de/locations.html>

aktuell: deutsche Informationen fertiggestellt
und auf Homepage, englische folgen

ALLE CORONA-INFOS

Auf unserer Website www.mice-in-regensburg.de finden Sie die aktuellen Informationen zu den Corona-Bestimmungen, u.a. informieren wir Sie über die gegenwärtig mögliche Personenanzahl in unterschiedlichen Bestuhlungsarten unter Corona-Bedingungen.

DIGITALE UND HYBRIDE EVENTS SIND DIE LÖSUNG

Wie wird Ihre Veranstaltung in Regensburg zum Erfolg?
Tipps & Tricks zum Streamen, zu Rahmenprogrammen und genereller Organisation.

DIE NEUE NORMALITÄT

Aus Nachhaltigkeits- oder Zeitgründen sollen nicht alle Teilnehmer anreisen?
Sie wissen nicht, ob Ihre internationalen Gäste an Ihrer Veranstaltung teilnehmen können?
Ihre gebuchte Location kann die Teilnehmerzahl unter den neuen Abstandsbedingungen nicht mehr aufnehmen?
Bleiben aktuelle Bestimmungen bestehen oder werden diese wieder restriktiver?
Sie wollen die Vorteile einer digitalen Veranstaltung mit denen einer realen kombinieren?

Tipp: Dezentrale hybride Events – ausführliche Informationen: www.mice-in-regensburg.de



Ausführliche Informationen: www.mice-in-regensburg.de

5) Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

- 9. Juli 20: **Branchentreff Starnberg am Ammersee**, Kontakt zu 15 Veranstaltungsplanern mit sehr gutem Erfolg. Regensburg war der einzige Aussteller mit einem Corona-Konzept für Veranstaltungen, das über reine Hygienekonzepte hinausgeht.
Nachbereitung

5) Teilnahme an Präsenzveranstaltungen

abgesagte, verschobene, digital durchgeführte Präsenzveranstaltungen:

- ICJ MICE Advantage: verschoben auf März 2021
- geplanter Studytrip zum Incomer-Workshop der Bayern Tourismus Marketing in Regensburg abgesagt
- Durchführung des Workshops als digitaler Workshop am 12. Mai 20, Gespräche mit 11 Incomern
- MICE Study Trip Ostbayern der Bayern Tourismus Marketing im Oktober abgesagt
- ibtm world
- MICE Online Reise – verschoben auf 2021
- Locations – verschoben auf 2021
- MICE Alpenstammtisch – verschoben auf 2021

Budgetumplanungen, z.B. Vermarktung dezentrale, hybride Events

6 und 8) PR / Advertorials / Newsletter / Social Media

In Zusammenhang mit dem HF 4 – Tourismuskonzept: Vermarktung dezentrale, hybride Events
ca. 32 Einzelaktionen im PR-/Social Media-Bereich bei 10 Medien, Reichweite: ca. 200.000 Kontakte,
über 1.348 Seitenaufrufe bei Tracking Cookies von www.mice-in.regensburg.de

Beispiele:

Business Traveller

mep
FACHZEITSCHRIFT FÜR'S
INT. MICE-BUSINESS

Anzeige

Regensburg: Sichere Tagungen und Seminare gemeinsam erleben
Wertvolle Orientierung zu Corona-konformen Locationkapazitäten, kreativen, sicheren Rahmenprogrammen wie einem hybriden Wein-Tasting und unter anderem einen Beispiel für eine dezentrale, hybride Tagung findet man auf www.mice-in-regensburg.de.



cim
Conference & Incentive Management

WELTERBE REGENSBURG creative solutions
TAGEN: NEXT STEP

- + mehrere Locations gleichzeitig nutzen
- + live referiert live gestreamt
- + trotzdem clever netzwerken
- + Planungssicherheit: auch rein hybrid (live & stream) kurzfristig umsetzbar

Corona-konforme Rahmenprogramme: Picknick im Riesernd, verschiedene Locations, hybrides Wein- oder Bier-Tasting, Stadtführungen in kleinen Gruppen, Attraktionen wie z. B. Würstchenmarat werden nachfolgender Bereich: Teile Veranstaltungszentren wie das nachfolgende nachfolgend und viele mehr... www.mice-in-regensburg.de



WELTERBE REGENSBURG
UNESCO-WELTERBE | WORLD HERITAGE
www.mice-in-regensburg.de

CORONAKONFORM TAGEN: NEXT STEP

- + dezentrale, hybride Events + mehrere Location gleichzeitig nutzen + live referiert, live gestreamt
- + trotzdem clever netzwerken + Planungssicherheit: auch rein digital (live & stream, kurzfristig umsetzbar) + coole Rahmenprogramme: z. B. hybrides Wein- oder Bier-Tasting, Stadtführungen in kleinen Gruppen, Attraktionen wie Würstchenmarat, u.v.m. + ... **Welterbe-Feeling inklusive.**



Sicheres Taggen auf Distanz
2018 eröffnete das Veranstaltungszentrum marinaforum Regensburg mit einer Kapazität von bis zu 750 Personen in Reihe

managerSeminare
TAGEN SPECIAL
Regensburg Tourismus GmbH

Mit Abstand sicher meeten

Regensburg. Auf www.mice-in-regensburg.de sind wertvolle Informationen zum Corona-konformen Taggen in der UNESCO-Welterbestadt wie aktuelle Raumkapazitäten zusammengefasst. Überzeugend sind insbesondere die Ideen für dezentrale, hybride Events in atmosphärisch einmaligen Locations

bei attraktiven Streamingpreisen.

Außergewöhnlich präsentieren sich auch die Rahmenprogramme vom hybriden Wein- oder Bier-Tasting bis zur Genuss-Rallye in kleinen Gruppen mit kulinarischen Spezialitäten der Domstadt oder einem Winter-Picknick.



Corona-konform Taggen in Regensburg.

Unser Vorschlag: digitale, hybride Veranstaltungen. Die Teilnehmer werden auf verschiedene Tagungsorte verteilt, aus jedem wird mal live berichtet oder per Stream zugeschaltet. Die Veranstaltung wird auch digital übertragen.

Die Streamingkosten halten sich beim Regensburger Konzept im Rahmen.

Fülle Rahmenprogrammideen vom hybriden Bier- und Weintasting, gemeinsamen Picknick und Stadtführungen in kleinen Gruppen ergänzen das Angebot.

Wer mehr wissen will, auch über die Corona-Kapazitäten der Locations, der findet Informationen auf www.mice-in-regensburg.de

Regensburg Tourismus GmbH
Veranstaltungsmanagement
Tel. +49 941 507 -1415, -1416
tagungen@regensburg.de
www.mice-in-regensburg.de

Anzeige: Erfolgreich Taggen mit sicherer Distanz
Regensburg Tourismus



In Regensburg haben sich die Veranstaltungspartner zusammengesetzt und sichere Konzepte entwickelt, um Menschen auch auf Abstand zusammenbringen. Auf www.mice-in-regensburg.de findet man unter dem

WELTERBE REGENSBURG creative solutions
CORONAKONFORM TAGEN: NEXT STEP
FACHMAGAZIN FÜR EVENT-MARKETING
EVENT PARTNER
6/2020

Locations, Programmideen und Co-Working-Angebote
Corona-konform Taggen in Regensburg

Vom hybriden Taggen bis zum Bier-Tasting: Regensburg Tourismus gibt wertvolle Orientierung zu Corona-konformen Events sowie Infos und Beratung zu Locations, Programmideen und Co-Working-Angeboten.

Erfolgreich Taggen mit Distanz – unter diesem Motto bietet die Regensburg Tourismus GmbH (RTG) Veranstaltungen- und Meetingplanern verschiedenste kreative Lösungen aber auch Tipps für Corona-konforme Tagungen, Kongresse und Events an. Für eine einfache sowie verlässliche Eventplanung sind unter www.mice-in-regensburg.de beispielsweise die jeweiligen aktuellen Raumkapazitäten und Ausstattungsmerkmale von zahlreichen Hotels sowie Veranstaltungsorten in und um Regensburg aufgeführt.

Viele Hotels warten zudem mit ihren eigenen innovativen Lösungen auf, wie modernen Co-Living- oder Co-Working-Angeboten, die all diejenigen ansprechen sollen, die einen Tapetenwechsel für Arbeit oder Wohnen benötigen.

Corona-konform, kreativ und hybrid

Auch das Thema Hybrid-Events wurde in Regensburg gemeinsam mit Partnern dezentral neu gedacht. Dani Wiese, MICE-Marketingexpertin der RTG erklärt: „Für dieselbe Personenzahl unterzubringen, ist entweder die Anmietung einer wesentlich größeren und sicherlich auch teureren Location notwendig oder man nutzt unsere atmosphärischen, teilweise modernen, teilsweise historischen Locations und tagt gleichzeitig in kleineren Gruppen. Einmal wird aus der einen, einmal aus der anderen Location live berichtet, per Stream sind alle Gruppen miteinander verbunden. Wir haben das gemeinsam mit unseren Locationpartnern ein preislich attraktives Streaming-Konzept entwickelt. Gleichzeitig

7) Mailing

Dezember/Ende des Jahres: Mailing an 1.800 regionale und überregionale persönliche MICE-Kontakte mit Regensburg-Bezug zur Vermarktung der dezentralen, hybriden Events

sehr positive Rückmeldungen

8) MICE Social Media

MICE Online Reise, eine Reise durch Bayern. MICE.bayern ist live vor Ort.

Verteiler:

3.000 Newsletter Empfänger

60.000 Social Media-Kontakte

langfristig online verfügbar

Nutzung der Social Media Accounts in LinkedIn und XING

- verschoben auf 2021 -

Kooperation Bay.TM Tagungen & Events Marketingpaket Premium

- Darstellung unter www.bayern.by/tagen-events im Jahr 2020: Die Darstellung beinhaltet eine Kurzbeschreibung des Angebotes, eine Bildergalerie mit bis zu 12 Bildern, mögliche Videoeinbindung, die Anzahl Ihrer Tagungsräume/-möglichkeiten, Sterne, Kapazitäten und die Darstellung Ihrer USPs unter „Bayerisch & Regional“
- englische Übersetzung der Online-Darstellung und Präsentation unter www.bavaria.by/conferences-events
- zusätzliche Darstellung von 3 Tagungspauschalen bzw. 3 Rahmenprogrammen
- hervorgehobene Darstellung auf zielgruppenspezifischen Messen wie z. B. MICE Branchentreffs oder ICJ Power Days. Hier legen wir Ihre Flyer/Broschüren an unserem Stand aus und bauen Ihr Produkt in unsere iPad-Präsentation vor Ort ein. Dieses Jahr war die Teilnahme nur beim BT Starnberg möglich.
- Integration in den E-Mail-Newsletter „Tagungen & Events in Bayern“ mit Versand an einen zielgruppenspezifischen Verteiler (7.500 Adressen aus dem Illerhaus Marketing-Verteiler) – genutzt für die dezentrale. hybride Events-Kampagne
- ICJ-Advertorial verschoben auf 2021

Mitgliedschaften MICE

Das **German Convention Bureau (GCB)** ist die offizielle MICE-Organisation Deutschland. Frau Thiele im Verwaltungsrat.

Fördernde Mitglieder sind DZT, DB und Lufthansa. Aufsichtsratsvorsitzende Frau Hedorfer, Geschäftsführerin DZT.

Geschäftsstelle in Frankfurt.

Interessensvertretung, Networking, Studien und Statistiken zum MICE-Markt (oft in Zusammenarbeit mit dem EVVC), Akademieangebot, Marketingbeteiligungen möglich.

Der **Europäische Verband der VeranstaltungCentren e.V. (EVVC)** ist der größte Verband der (deutschsprachigen) Locationbetreiber.

Geschäftsstelle in Frankfurt.

Interessensvertretung, Networking, Studien und Statistiken zum MICE-Markt (oft in Zusammenarbeit mit dem GCB), Akademieangebot, Marketingbeteiligungen möglich.

29. Juni 20: Teilnahme an den Mitgliederversammlungen von GCB und EVVC in Berlin

Innenmarketing

Berücksichtigung von / Kontakt zu wichtigen Interessensgruppen vor Ort

Inhalt:

- **Interessensgruppe Partner und Freunde der RTG, Aufsichtsrat, Stadtrat: (abgesagt: 15 Jahre RTG, jährliches Partnerevent / Partnerjahresabschlussfeier), Marketingfrühstücke, Altstadt-Zehner**
- **Interessensgruppe MICE-Kooperationspartner: MICE Afterwork-Stammtisch, Info-Email (2x jährlich)**
- **Interessensgruppe Bürgerinnen und Bürger (abgesagt: Marina Furiosa), Stream Lange Nacht der TI meets marinaforum Regensburg**
- **Interessensgruppe Anwohner Marina Quartier: Marina Quartier Fest, Info-Email**
- **Interessensgruppe direkte Kunden der RTG: (abgesagt: Kundenevent), kleines Präsent**
- **Interessensgruppe Botschafter: Botschafter-Wahl, Botschafter-Jahrestreffen, Botschafter-Strategie-Workshop**

Interessensgruppe Partner und Freunde der RTG, Aufsichtsrat, Stadtrat

- **„15 Jahre RTG“ im Zusammenhang mit Marina Furiosa, abgesagt**
aktuell: kleines, **nachhaltiges Präsent „15 Jahre RTG“** liegt zur Abholung in der TI bereit
- **Marketingfrühstück** in Kooperation mit Stadtmarketing – 4x jährlich – im Kultur- und Kreativzentrum Degginger
 - 8. Jan: stattgefunden
 - 8. April: verschoben auf Oktober**
 - 8. Juli: fand statt, Podiumsdiskussion zur Corona-Situation, hybrides Event, Vorstellung des neuen Botschafter Herr Dr. Christian Keller, Geschäftsführer Jahn Regensburg
 - 14. Oktober: Umgang mit der Krise. Was sie aus uns macht und wie wir sie bewältigen können. Prof. Dr. Volker Busch
- **jährliches Partnerevent / Jahresabschlussfeier abgesagt**
Altstadtzehner als Weihnachtspräsent

Interessensgruppe MICE- Kooperationspartner

2x jährlich **Afterwork-Stammtisch**

März: abgesagt

12. Oktober: **2. Afterwork-Stammtisch fand statt**

Info-Email mit Ein- und Ausblick im Juli

Info-Email mit Ein- und Ausblick im Dezember

Interessensgruppe Bürgerinnen und Bürger

- Marina Furiosa im marinaforum Regensburg, **abgesagt**
- Lange Nacht der TI, **verschoben auf 2021**
- **Neu:** Stream Lange Nacht meets marinaforum / Marina Quartier Fest am 18. September 2020

Interessensgruppe Anwohner Marina Quartier

- 2- 3 Newsletter jährlich
- Marina Quartier Fest am 18. September 20 – Live und Stream



Interessensgruppe direkte Kunden der RTG

jährliches Kundenevent sollte im Rahmen von „15 Jahre RTG“ veranstaltet werden, **abgesagt**

aktuell: kleines, nachhaltiges Präsent „15 Jahre RTG“ liegt zur Abholung in der TI bereit

Interessensgruppe Botschafter

Die Botschafter haben die Aufgabe durch ihre besondere Funktion für Regensburg als Wirtschafts- und Veranstaltungsstandort nach außen zu bewerben. Die Jury und die Botschafter sind zunächst auf 5 Jahre gewählt.

Botschafter-Wahl hat wegen Corona Ende März im Umlaufverfahren stattgefunden.

Neuer gewählter Botschafter Herr Dr. Christian Keller wurde beim Marketingfrühstück im April vorgestellt, Update Website www.botschafter-regensburg.de erfolgt.

30. Juli 20: Botschafter-Jahrestreffen auf der Siebnerin. Jährlich wird ein besonderes Regensburg-Programm vorgestellt.

voraussichtlich 13. November 20: Botschafter-Strategieworkshop

Tourismuskonzept

siehe Präsentationen Beirat

Tourismuskonzept

Verschiedene Aktionen in den einzelnen Handlungsfeldern gemeinsam mit den Mitgliedern der Arbeitsgruppen in Planung bzw. Umsetzung.

- Handlungsfeld 1 –** Werbemaßnahme mit Gewinnspiel „Urlaub zuhause – erlebe Regensburg auf den Spuren unserer Gäste“
- Handlungsfeld 2 –** Planung und Umsetzung „Tag der Tourismuswirtschaft“ und eines Workshops zur „Onlinebuchbarkeit von Tickets“
- Handlungsfeld 3 –** Kunstspaziergang. Entwicklung eines Angebots für kunstinteressierte Gäste in Regensburg, die mit dem „Kunstspaziergang“ Regensburgs Kunst auf eigene Faust entdecken kann.

Tourismuskonzept

- Handlungsfeld 4 –** Schwerpunkt liegt bei dezentrale Veranstaltung in Regensburger Locations - „die ganze Stadt als Veranstaltungsort“, Vermarktung Q1
- Handlungsfeld 5 –** Maßnahme befindet sich noch in Abstimmung
- Handlungsfeld 6 –** Workshop für interessierte Leistungsträger im Juli „Video als Marketinginstrument erfolgreich erstellen und nutzen“

weitere Kooperationspartner

Struktur in Deutschland

Kooperation	Beschreibung	Mitgliedsbeitrag / Kosten
Struktur in Deutschland		
DZT	Die Deutsche Zentrale für Tourismus (GNTB German National Tourism Board) ist die offizielle Marketingorganisation für Deutschland, direkt dem Bundeswirtschaftsministerium unterstellt. Verfügt über ca. 40 Auslandsvertretungen.	Kein Mitgliedsbeitrag Marketingbeteiligungen gegen Extrakosten möglich.
BY.TM	Landesmarketingorganisation Bayern Tourismus Marketing. Direkt dem bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft unterstellt.	Kein Mitgliedsbeitrag Marketingbeteiligungen gegen Extrakosten möglich.
TVO	Der Tourismusverband Ostbayern ist der Regionalverband für die Oberpfalz und Niederbayern, insgesamt fünf Regionalverbände in Bayern.	Mitgliedsbeitrag 24.000,-€ Weitere Marketingbeteiligungen gegen Extrakosten möglich.

Mitgliedschaften im Überblick

National	
Deutsche Donau	2.520
Limesstrasse	2.250
Ostbayerische Städte	4.200
Tourismusverband Ostbayern Mitgliedschaft	24.000
TVO gesetzte Marketingbeteiligungen	3.500
ARGEs Rad (BayGTL, 5 Flüsse, ...)	2.800
Bayerische Eisenstraße	50
Arbeitskreis Kanäle	500
Stadtmarketing	300
5-Flüsse-Radweg TVO	3.000
DTV	2.500
International	
Strasse der Kaiser und Könige	1.600
Bavarian Promotion Pool	300
USTOA	950
UNESCO	5.550
ETOA	1.750
Historic Highlights of Germany	15.250
Bavarian Connection (by.TM)	4.500
MICE	
Mitgliedschaft GCB	3.780
Mitgliedschaft EVVC	1.100
Mitgliedschaft Marketing Club	250
Premium MICE Paket BayTM	1.050
RTG	
Nachhaltigkeit Green Globe	2.000
Presseclub	160
Skal	150
marinaforum	
DEHOGA Mitgliedsbeitrag	500

E - Marketing

Inhalt:

Ganzjährige Aktionen

- 1) Google AdWords
- 2) Google My Business
- 3) Facebook
- 4) Instagram
- 5) E-Mail Marketing

E-Marketing

Google AdWords

- Ganzjährig werden Suchmaschinenanzeigen geschaltet
- Pausierung der Kampagne während des Lockdowns
- Sommer und Winter Kampagne

Regensburg Sehenswürdigkeiten | Buchen
Sie eine Stadtführung | UNESCO-Welterbe
tourismus.regensburg.de
Erfahren Sie bei einer Stadtführung mehr
über Sehenswürdigkeiten in Regensburg!
Erleben Sie das UNESCO-Welterbe in seiner
vollen Pracht!



E-Marketing

Google My Business

Tourist Information Regensburg

Rathauspl. 4, Regensburg

4,3  85 Rezensionen

 Tourist Information Regensburg
auf Google



Ende Juli sind wir in Baden-Württemberg unterwegs. Besuchen Sie uns gerne in...
vor 4 Tagen

[Weitere Informationen](#)


Beitrag hinzufügen
Hier kannst du Kunden über eine besondere Veranstaltung, ein Angebot oder ein Produkt informieren



Dominik Bösl
Local Guide · 1.307 Rezensionen
★★★★★ vor 10 Monaten

Wir haben eine Stadtführung mitgemacht. Diese war mit 90 Minuten kurzweilig und interessant. Die Infos wurden gut aufbereitet und mit Witz nähergebracht. Für 10 € in Ordnung, könnte aber auch etwas günstiger ausfallen. Es wird darauf geachtet, dass die Gruppen nicht zu groß werden.

 1

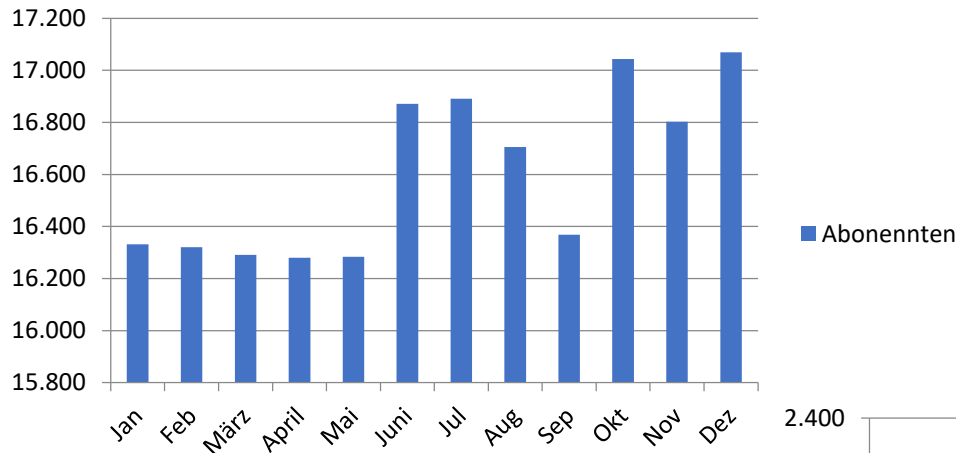
Antwort vom Inhaber vor 9 Monaten
Herzlichen Dank, Dominik für die 5 Sterne und die ausführliche Bewertung!

Aktive Pflege von Google My Business Accounts

- Regelmäßige Veröffentlichung von Beiträgen
- Beantwortung jeder Rezension

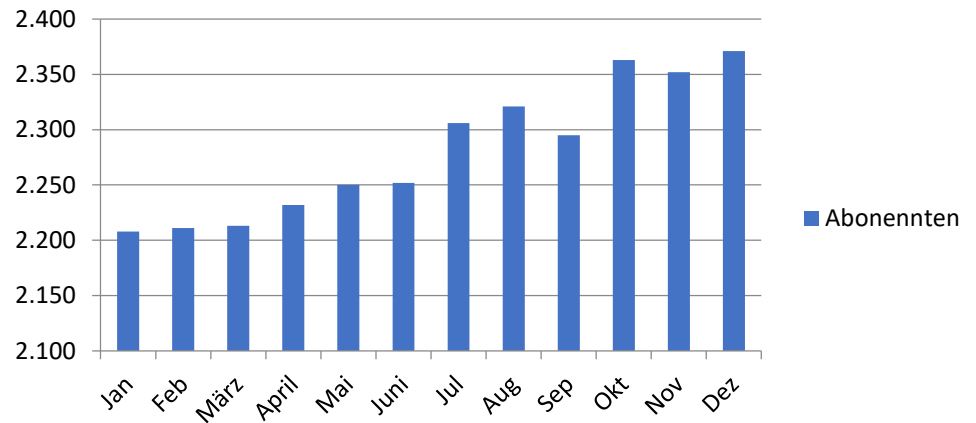
E-Marketing Facebook

Page Abonennten 2020
Facebook Regensburg.Unesco.Welterbe



Regelmäßige Posts auf Facebook

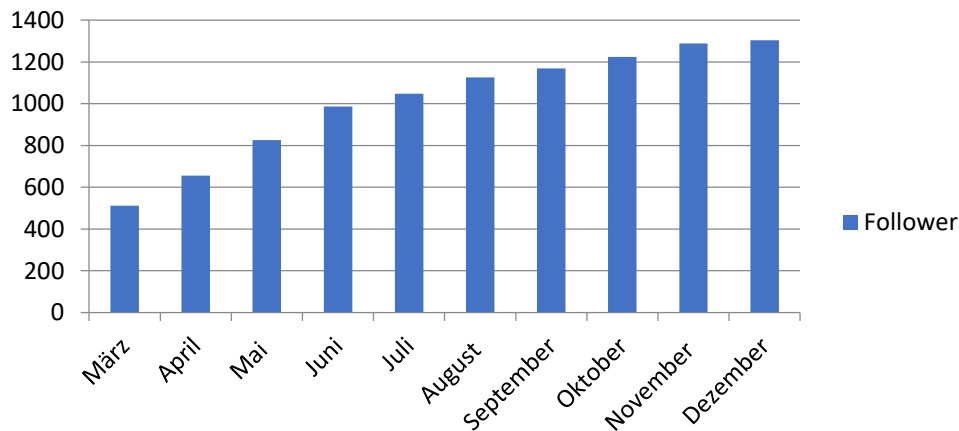
Page Abonennten 2020
Facebook Visit.Regensburg



E-Marketing

Instagram

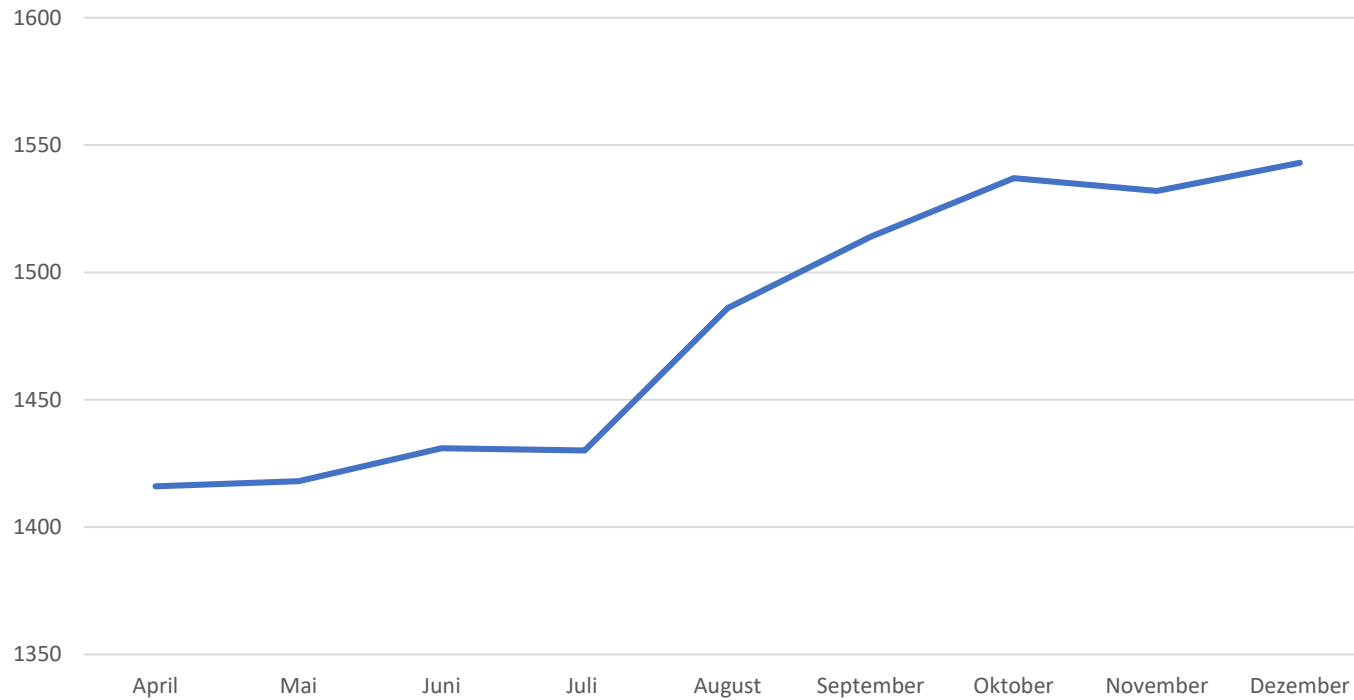
Follower
@regensburgtourismus



- Regelmäßige Postings und Stories sowie Teilen von Inhalten von Partnern, Gästen und Bloggern
- Abonnentenzahl Stand 22. Dezember: 1.306
- Ø Reichweite im November: 16.010 Nutzer
- Ø Impressions im November: 42.715

E-Marketing Newsletter B2C

Empfänger



E-Marketing Weiteres

- Destination One
- B2B-Newsletter
- B2C-Newsletter
- Website-Entwicklung www.regensburg-nachhaltig.de
- Website-Entwicklung www.regensburg-tourismus.gmbh
- Website-Pflege

UNSERE STANDORTE

- + Beratung von Touristen und Einheimischen
- + Verkauf von Karten für Veranstaltungen, Stadtführungstickets und Souvenirs (TI Rathausplatz)



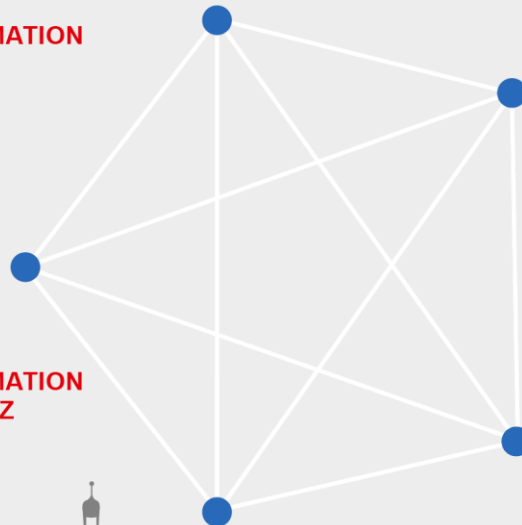
**TOURIST-INFORMATION
RATHAUSPLATZ**



**TOURIST-INFORMATION
SCHWANENPLATZ**

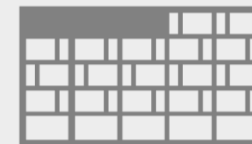


**BESUCHERZENTRUM
WELTERBE**



MARINAFORUM REGENSBURG

- Veranstaltungsmanagement
- + Catering und Technik



PRINZ-LUDWIG-HÖFE

- + Geschäftsführung
- + Marketing
- + Finanzen Controlling
- + Reiseabwicklung: Arrangements & Rahmenprogramme
- + VM: Vertrieb & Arrangements / Rahmenprogramme

KONTAKT

Regensburg Tourismus GmbH
Prinz-Ludwig-Straße 9
93055 Regensburg
rtg@regensburg.de