

PRESSE-INFORMATION

01.12.2023

Städteverbund startet neue Werbekampagne für Schleswig-Holsteins Städtetourismus

Erfolgreiche Landes- und Städtemarketing-Kooperation findet Fortsetzung – kommunikative Klammer lautet „nah am Wasser gebaut“

Kiel. Die Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS) hat gemeinsam mit der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH) eine neue Werbekampagne entwickelt, die unter dem erfolgreichen Claim „echt nordiSH“ angelaufen ist. Inhaltlich geht es um das verbindende Element Wasser. Die vorzugsweise mit Bewegtbild auf den Onlinebereich ausgerichtete Ganzjahres-Kampagne wird insbesondere in Niedersachsen und erstmals auch in den zehn größten Städten Nordrhein-Westfalens ausgespielt.

Mit „echt nordiSH – unsere Städte, nah am Wasser gebaut“ wurde im Oktober eine Kampagne gestartet, die das Lebenselixier schlechthin in den Fokus rückt. Produziert wurden vier Werbeclips, die jeweils eine Jahreszeit und entsprechende Stimmungen darstellen. Anders als in vergangenen Kampagnen, in denen es pro Stadt ein Keyvisual gab, wurde nun auf städteübergreifende Themen und Emotionen gesetzt, wie zum Beispiel Entspannen, Genießen, Vergnügen/Erleben. Das Konzept ermöglicht allen Partnern mit ihrem individuellen Absender aufzutreten, gleichzeitig nutzt es die bereits etablierte und von Gästen geschätzte Wort-Bildmarke des Reiselandes Schleswig-Holstein.

„Unsere Städte sind ein wichtiger Faktor bei der Vermarktung des gesamten Tourismus- und Tagungsstandorts Schleswig-Holstein im In- und Ausland. Es freut mich, dass die so erfolgreiche und sinnvolle Kooperation mit dieser neuen Kampagne fortgesetzt wird. Dank der engagierten Arbeit unserer Marketingleiterin Claudia Mank und ihrer Städtemanagerin Lisa Möllmann sind wir mit den Touristikerinnen und Touristikern vor Ort besser vernetzt und können Gäste noch gezielter ansprechen, um sie für die einzigartigen Städte im echten Norden zu begeistern“, sagt TA.SH-Geschäftsführerin Dr. Bettina Bunge.

Kräfte bündeln, Wirkung erhöhen, gezielt Gäste in die Städte Schleswig-Holsteins locken – das ist das Ziel der 2020 begonnenen Partnerschaft von TA.SH und MakS. Ein wesentlicher Bestandteil der Kooperation und die wichtigste Werbebroschüre des Städteverbundes ist das Magazin „StadtLiebe“. Das reich bebilderte Publikumsmagazin, in dem sich die 14 MakS-Städte vorstellen, wird es demnächst auch in englischer und dänischer Sprache geben. Ebenfalls mit dabei: Die neuen Kampagnenmotive von „echt nordiSH – unsere Städte, nah am Wasser gebaut“.

„Die Städte im echten Norden sind zu jeder Jahreszeit attraktiv. Sie sind absolut vielseitig und haben alle ihren eigenen Charme. Ob vor maritimer, historischer oder moderner Kulisse: Wer sich für Kultur, Shopping, Aktivitäten auf und am Wasser oder für Kulinarik interessiert, dem bietet sich ein enormes Angebot – als Kurzreiseziel oder als Ausgangsort für Ausflüge quer durchs Land. Auch Geschäftsreisende finden optimale Locations für kleinere Tagungen oder größere Kongresse. Im Verbund können wir sämtliche Gäste-Bedürfnisse erfüllen“, so MakS-Vorsitzender Uwe Wanger.

Die MakS wurde im Oktober 1999 gegründet, ist die offizielle touristische Städtevertretung in Schleswig-Holstein und gehört zudem zu den fünf anerkannten Tourismus-Marketingorganisationen des Landes. Die aktuellen Mitglieder des eingetragenen Vereins sind Ahrensburg, Bad Segeberg, Eutin, Flensburg, Friedrichstadt, Glückstadt, Husum, Kiel, Lübeck, Mölln, Neumünster, Norderstedt, Plön und Rendsburg.

„Die Dreharbeiten waren mit großem Aufwand verbunden, doch am Ende hat sich die Mühe gelohnt. Wir hatten tolle Models und Locations – ob am Meer, an Häfen, Grachten, Seen oder Flüssen. Auf der B2C-Website der TA.SH wurden schon einige Bilder mit den schönsten Farben der jeweiligen Jahreszeit eingebunden. Nun kann der Content nach und nach ausgestrahlt werden“, freut sich Städte-Managerin Lisa Möllmann.

Eckdaten der Städte-Kampagne

„echt nordiSH – unsere Städte, nah am Wasser gebaut“

- Start: Oktober 2023, Laufzeit bis Ende 2025
- Beteiligte: Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS), Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH). An der Produktion beteiligt war die Frankfurter Kreativagentur „Markenzeichen“
- Ziel: Inspiration und Information für Neugierige und Städteinteressierte ab 35 Jahren in, Niedersachsen und den Top Ten-Großstädten Nordrhein-Westfalens (Köln, Düsseldorf, Dortmund, Essen, Duisburg, Bochum, Wuppertal, Bielefeld, Bonn und Münster)
- Maßnahmen: Onlineauspielung, vorzugsweise Bewegtbild (Social Media, Programmatic Advertising) sowie als Print im „StadtLiebe“-Magazin
- Website: www.sh-tourismus.de/nahamWasser
- [Behind-the-scenes: www.sh-business.de/staedte-marketing](http://www.sh-business.de/staedte-marketing)

Die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) ist die offizielle touristische Landesmarketing-organisation für Schleswig-Holstein und organisiert die überregionale Vermarktung des Reise- und Tagungsstandorts Schleswig-Holstein mit dem Ziel, potenzielle Gäste für den echten Norden zu begeistern. Die TA.SH ist ein 100%iges Tochterunternehmen des Landes mit Sitz in Kiel und beschäftigt ein 25-köpfiges Team. Sie setzt die Tourismusstrategie 2030 im In- und Ausland um und wird vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus gefördert.