

Teilnehmer

Name	Vorname	Stadt/Organisation
Wörz	Nele	Stadt Bad Wimpfen
Wickenhäuser	Sandra	Stadt Eppingen
Hübl	Sabine	Neckar-Zaber-Tourismus
Kurz	Hans-Joachim	Heilbronn Marketing GmbH
Hagner	Franziska	Heilbronn Marketing GmbH
Linnebach	Wolfram	Tourismus im Weinsberger Tal
Mahrenholz	Louisa	THL
Seegelke	Tanja	THL
Entschuldigt		
Bauschert	Ute	Stadt Bad Wimpfen
Eggensperger	Sabine	Stadt Bad Rappenau
Geißler	Sabrina	Stadt Gundelsheim
Keßler	Bettina	Stadt Lauffen a.N.
Lämmle	Tanja	Stadt Bad Friedrichshall

AGENDA

1. Leistungsbaustein ÖPNV
2. Gemeinsame Marketingmaßnahmen
3. Vernetzung zu regionalen/thematischen Clustern

1. Leistungsbaustein ÖPNV

Option Sondertarif über HNV:

Der HNV benötigt eine zeitnahe Info darüber, wo die Veranstaltungen stattfinden und könnte dann ein individuelles Ticket-Angebot machen.

Entscheidung:

TiWT, Bad Wimpfen und HMG haben in Ihren Tickets bereits ein ÖPNV Ticket inkludiert, das soll auch beim Aktionstag weiterhin so angeboten werden. Alle anderen bieten Ihre Tickets ohne ÖPNV an. Kommuniziert wird, dass einige Angebote ein Ticket für den ÖPNV beinhalten und der Gast sich informieren soll.

Preise:

Online-Buchbare Angebote i.d.R. min. 1€

Angebote mit ÖPNV: es wird freigestellt, ob diese auch kostenlos angeboten werden sollen

Für alle weiteren Angebote Preisstaffel in 5er Schritten: 0 €, 1 €, 5 €, 10 €, 15 €, ...

2. Gemeinsame Marketingmaßnahmen

Landingpage

THL erstellt auf heilbronnerland.de eine Landingpage.

Mehrheitsentscheidung: Veranstaltungen werden im StimmeEventcenter gepflegt.
Über THL gibt es für Alle eine Schulung, Terminabstimmung wurde bereits von Frau Seegelke versendet.

Alle Marketingmaßnahmen verlinken auf diese Landingpage.

Heilbronner Stimme

Angebot Heilbronner Stimme siehe Anlage.

- ➔ Paket 1 wird bevorzugt, allerdings soll auf die Videowall verzichtet werden
- ➔ Für ein Gewinnspiel stellt jeder Partner 1-2 Tickets zur Verfügung (Mindestwert 5€)
- ➔ Redaktionelle Berichterstattung Mitte März, 10 Tage vor Aktionstag soll das Thema nochmal aufgegriffen werden mit dem Gewinnspiel (THL verhandelt dies mit HSt)

Amtsblätter

Sobald THL Info über die Veranstaltungen von den Partnern bekommt wird ein Text vorbereitet.
Anlieferung an die Amtsblätter erfolgt über den jeweiligen Partner.

Poster & Flyer

THL bereitet ein Keyvisual für Flyer und Poster vor und lässt diese auf Bestellung der Partner drucken. Dafür melden Partner ihren Bedarf und die Größe der Poster an die THL. Ein Flyer soll im Postkartenformat gestaltet werden.

Social Media

THL erstellt Social Media Posts und einen Redaktionsplan.

THL klärt in der Social Media Schulung: Partner über Co-Autorenschaft einladen, sodass alle gleichzeitig posten bzw. Reposting oder Posten die Partner individuell?

Bitte an alle Partner: Leistungsträger/Anbieter mit einbeziehen, sodass die die Beiträge auch posten.

3. Vernetzung zu regionalen/thematischen Clustern

Eine landkreisweite Kombination der Angebote wird nicht gewünscht. Denkbar ist eine Fokussierung auf regionale Angebote, z.B. alle Aktionen im Zabergäu,...

Buchungsfreigabe der Angebote mit Start des redaktionellen Beitrags in Heilbronner Stimme Mitte März.