Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Wie geht Content heute?

#kommunikation #content #zielgruppenfokus

Laupheim,
07.11.2023

Alex Mirschel
Realizing Progress

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

HINWEIS:

Diese Präsentation ist aus lizenzrechtlichen Gründen nur in Auszügen öffentlich zugänglich. Etwa die Hälfte der Folien wurde ausgeblendet. Die vollständige Fassung ist nur auf individuelle Anfrage zugänglich. Herzlichen Dank für Ihr Verständnis.

Realizing Progress

OBER
SCHWABEN
ALLGÄU

Welches Milieu kann sich in uns verlieben?

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Persona für Oberschwaben Allgäu: Anja und Stefan

1972 und 1970 geboren
verheiratet
zwei fast erwachsene Kinder,
die meist nicht mehr mitreisen

Anja ist Lehrerin in Teilzeit
Stefan ist selbständiger
Ingenieur in Partnerbüro

Selbstverwirklichung ,
Individualität, Work-Life Balance,
Authentizität, lebenslanges
Lernen, Natur und Umwelt, aktiv
Entspannen, Kunst und Kultur,
Genuss, bewusstes Erleben &
Eintauchen, Austausch mit Locals

Anja und Stefan sind...

weltoffen und tolerant
achtsam und verantwortungsbewusst
bewusst und hochwertig im Konsum
gesund, ausgewogen
aber genussvoll in der Ernährung

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Die passenden Erlebnisse sind bereits vorhanden

Diese Leuchttürme müssen jedoch *richtig* kommuniziert werden.

THEMENWELT 1

NATUR- UND GESUNDZEIT

- Naturschutzgebiete, naturnahe Ausflugsziele,
- Badeseen
- Aktivangebote (außer Rad, s. Leuchtturm-Produkt)
- Naturnahe Unterkünfte und Urlaub auf dem Land
- Natürliche Heilmittel, Gesundheitsangebote, Thermen, Wellness

mit dem Leuchtturm-Produkt – Radwege –

- Oberschwaben-Allgäu-Radweg
- Donau-Bodensee-Radweg
- RadReiseRegion Naturschatzkammern
- Übernachtungsbetriebe mit besonderer radlerorientierter Eignung
- Ausflugsziele

THEMENWELT 2

LAND- UND STADT-GESCHICHTEN

- Ländliche Gemeinden und Städte mit ihren Highlights
- Leben & Genießen mit Direktvermarktern, Hofläden, Gastronomie, Brauereien, Brennereien
- Lebendige Historie und Gegenwart
- Freilicht-/Museen, Erlebniswelten

mit dem Leuchtturm-Produkt – Oberschwäbische Barockstraße –

Barock-Stationen der Oberschwäbischen Barockstraße

- Events
- Kulinarik
- Erlebnisse

(Ein Workshop zur Adaption der bisherigen Erlebnisse und Angebote an die Zielgruppe ist geplant)

Reisemobil- und **Camping-Angebote** werden je nach Themenschwerpunkt einer Themenwelt zugeordnet

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Müssen alle anderen nun zu Hause bleiben?

Natürlich nicht.

Es geht vor allem um klare Fokussierung.

Postmaterielle passen am besten zur Region und wissen das touristische Angebot sehr zu schätzen.

Sie schaffen Wertschöpfung und können zu Botschafter*innen werden.

Realizing Progress

OBER
SCHWABEN
ALLGÄU

Der Wurm muss nicht dem Angler schmecken, sondern dem Fisch.

Doch was „schmeckt“ unserer Zielgruppe eigentlich in Sachen Content?

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Für Anja & Stefan ist es wichtig, Inhalte sinnvoll zu verknüpfen.

In der Kommunikation und im Marketing gilt daher: Erlebnisse und Produkte müssen ganzheitlich dargestellt werden.

Nicht monothematisch.

Sondern mit Geschichten, die mit vernetzten Themen(feldern) für die Region inspirieren und begeistern.

Realizing Progress

Wir müssen verstehen wie wir die Zielgruppe begeistern können…

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

1.
Reise-Inspiration

=

Königsdisziplin

Vor allem um neue Gäste anzulocken,
muss die Inspiration sitzen.

Daher auch hier: FOKUS

Nicht 1000 Dinge, sondern Fokus auf die Leitprodukte und Reisegründe der Zielgruppe, die sie wirklich begeistern können.

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Wertigkeit und Passgenauigkeit unseres Contents sind wesentliche Schlüssel.

Die beste Kommunikation rund um schlechten Content verpufft wirkungslos.
Im schlimmsten Fall schreckt sie unsere Zielgruppe sogar ab.

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Content & Kommunikation: Erwartungen

Gute Geschichten, Storytelling mit Niveau

(Lebens-)Gefühle vermittelnd

fundiert

authentisch

überzeugend

geistreich, pointiert

nicht werblich

reflektiert

qualitativ hochwertig

ausdrucksstark

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Was heißt das für unsere Texte?

Stil, Aufmachung und Formate:

- Inspirierende Überschriften, die Neugier wecken
- gut recherchierte Inhalte, spannende Einblicke
- z.B. Hintergrundgeschichten, Reportagen, Interviews
- Blick aus Sicht von Locals oder der Zielgruppe
- schlichte Eleganz, klares Layout, keine Überladungen
- nach Möglichkeit luftig, genügend Weißraum
- gerne ausführlicher mit Tiefgang und Details
- dennoch Möglichkeit für einen schnellen Überblick, d.h. gute Struktur und Zwischenüberschriften

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Was heißt das für unsere Texte?

Sprache und Tonalität:

- niveauvoll, mit intellektuellem Anspruch, kein 0815
- geistreich, gut pointiert
- gerne ausführlicher mit Tiefgang und Details
- Fachbegriffe und Bildungssprache sind erlaubt
- intertextuell, also mit Bezügen zu anderen Themen
- Verzicht auf Simplifizierung, auch Fachwörter erlaubt
- inspirierende, emotionale Adjektive nutzen
- möglichst gendergerecht schreiben, z.B. Künstlerinnen und Künstler

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

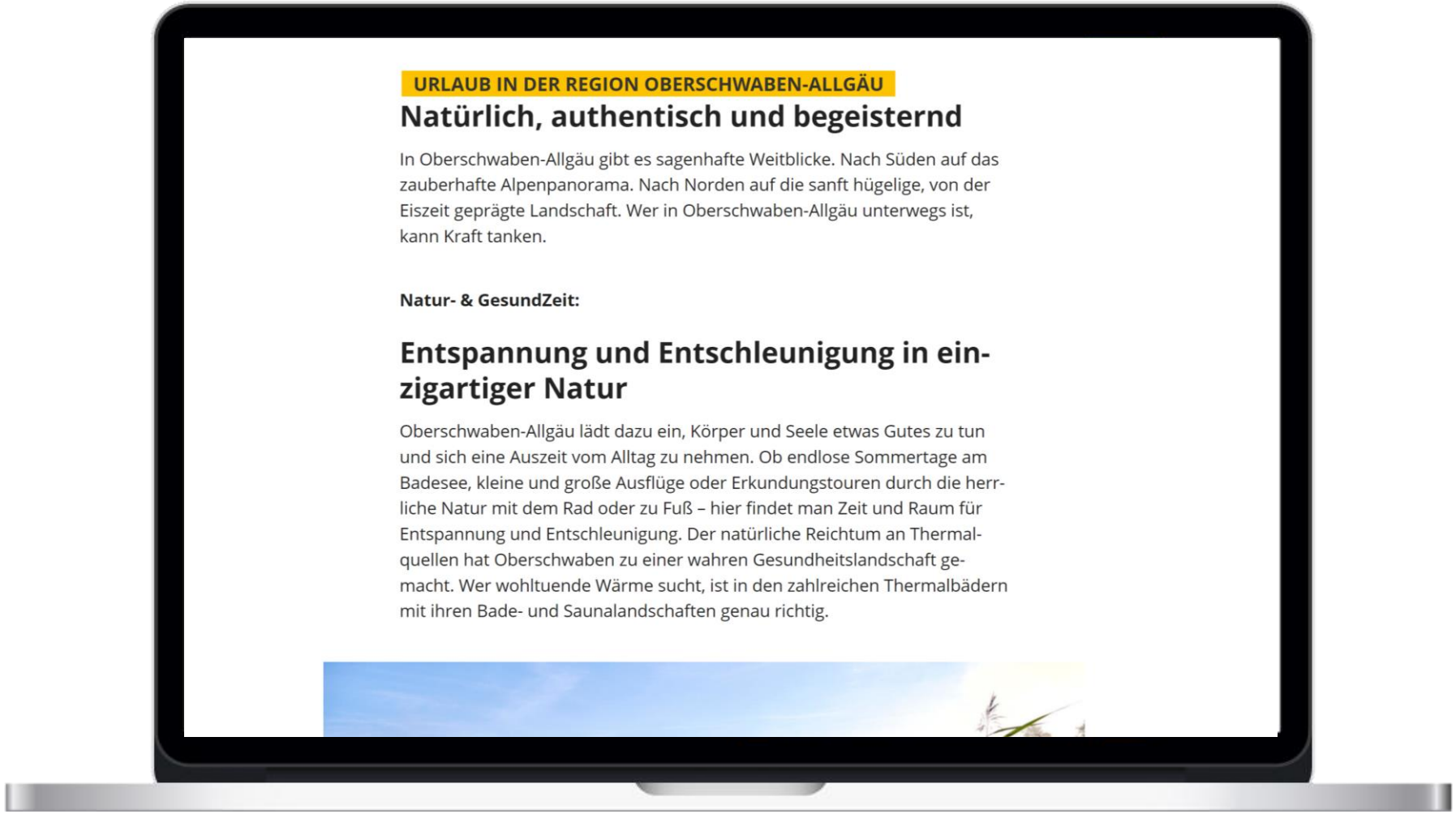
Beispiel: Luftig, viel optischer Freiraum, nicht überladen

oberschwaben-tourismus.de

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Beispiel: Schöne Subline, sehr gelungene Wertebrücken



URLAUB IN DER REGION OBERSCHWABEN-ALLGÄU

Natürlich, authentisch und begeisternd

In Oberschwaben-Allgäu gibt es sagenhafte Weitblicke. Nach Süden auf das zauberhafte Alpenpanorama. Nach Norden auf die sanft hügelige, von der Eiszeit geprägte Landschaft. Wer in Oberschwaben-Allgäu unterwegs ist, kann Kraft tanken.

Natur- & GesundZeit:

Entspannung und Entschleunigung in einzigartiger Natur

Oberschwaben-Allgäu lädt dazu ein, Körper und Seele etwas Gutes zu tun und sich eine Auszeit vom Alltag zu nehmen. Ob endlose Sommertage am Badesee, kleine und große Ausflüge oder Erkundungstouren durch die herrliche Natur mit dem Rad oder zu Fuß – hier findet man Zeit und Raum für Entspannung und Entschleunigung. Der natürliche Reichtum an Thermalquellen hat Oberschwaben zu einer wahren Gesundheitslandschaft gemacht. Wer wohltuende Wärme sucht, ist in den zahlreichen Thermalbädern mit ihren Bade- und Saunalandschaften genau richtig.

tourismus-bw.de

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

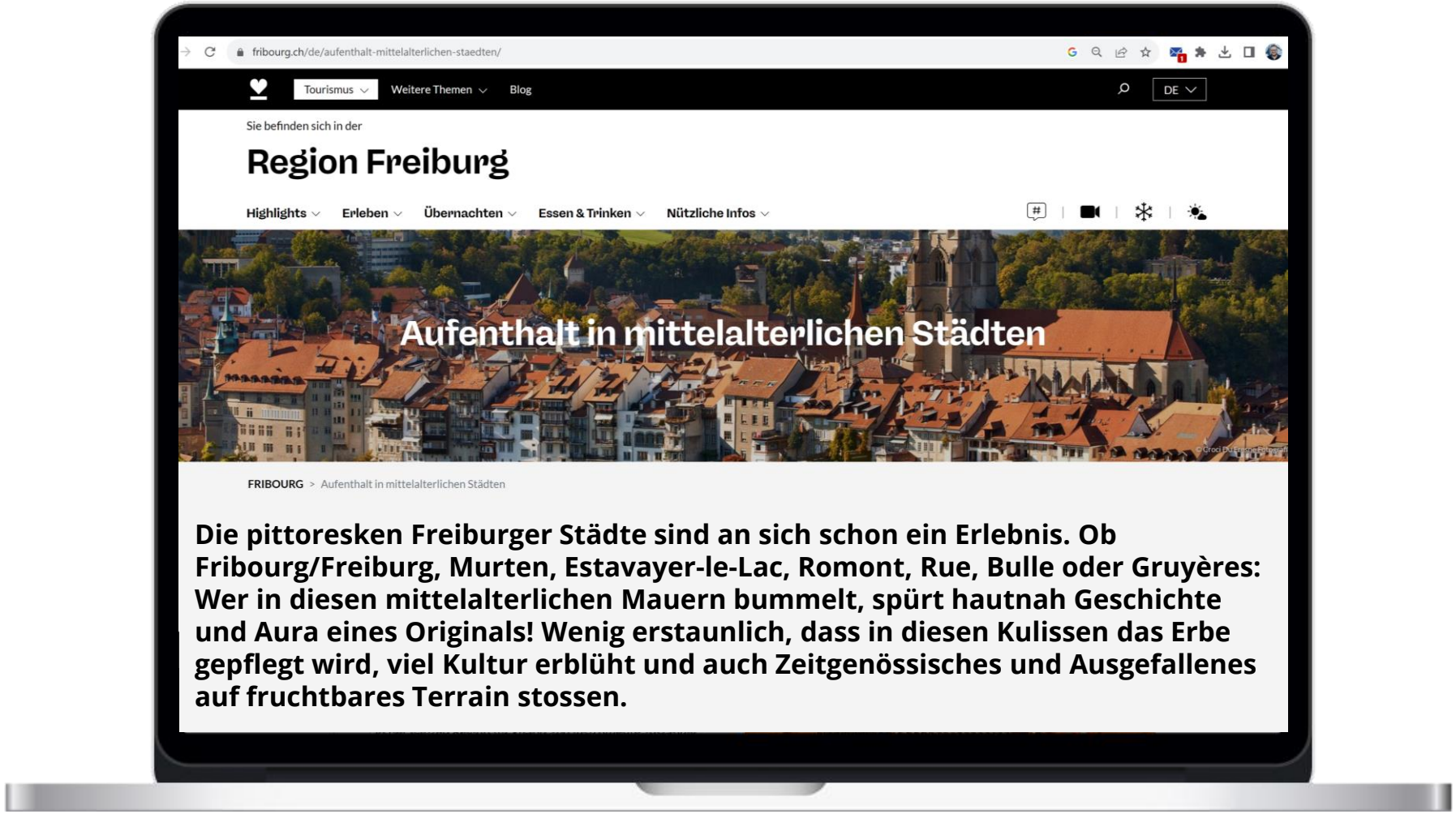
Beispiel: Stimmiger Produkt-Teaser (Foto & Einleitung)

reiseland-brandenburg.de

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Beispiel: Emotionale Ansprache aller Sinne



fribourg.ch

Beispiel: Lust auf Events und Lebensgefühl wecken

Auch schön gelöst:
Standard Eventmodul in Lübeck inkl. Nachhaltigkeitsaspekten

luebeck-tourismus.de

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Beispiel: Geschichten verlängern, tieferes Eintauchen

tourismus-bw.de / OTG und luebeck-zwischenzeilen.de

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Text NoGos:
So bitte nicht!

✕ Bitte unbedingt vermeiden*

- fehlerhafte Texte, schlechte Grammatik
- inhaltsleeres Blabla, 0815 Floskeln, Beliebigkeit
- niveaulose Sprache, Kommunikation ohne Anspruch
- Befehlston, Imperative, aufdringliche Call to Action
- Diskriminierung, Herabwürdigen, Klischee-Denken
- oberflächliche Inhalte, emotionslose Worthülsen
- Fokus auf Rabatte, Nachlässe oder Wettbewerbe

*sonst vergeht auch Anja und Stefan das Lachen!

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Beispiel: Keine Emotionen, stattdessen Discount

Lieber Alexander Mirschel,

du suchst nach einem Abenteuer für deinen nächsten Sommerurlaub?
Dann haben wir heute ein Special für dich parat:
einen Hausbooturlaub mit *Boaty-Tours*!

Da beim Urlaub auf dem Hausboot jedoch deutlich mehr Fragen aufkommen, als bei einer Übernachtung im Hotel, auf dem Campingplatz oder in einer Ferienwohnung, nehmen wir dich heute mit in die Bootswelt... Plane schon jetzt mit Vorfreude auf den Sommer deinen Hausbooturlaub mit *Boaty-Tours*.

Aber Beeilung – das willst du nicht verpassen:
Jetzt schnell bis 15. Dezember dein Hausboot für 2024 buchen und
5% Rabatt auf die Bootsmiete sichern!!!

Gib einfach bei der Buchung den Code ,,HERBSTSPECIAL" an.

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Beispiel: Monotone Sprache, keine Sinnlichkeit

Die Moore der Oberschwaben Allgäu Region, insbesondere das Wurzacher Ried, Federseemoor und Pfrunger-Burgweiler Ried, bieten interessante Landschaften. Diese Moorgebiete sind in ihrer Beschaffenheit sehr ähnlich. Sie beinhalten feuchte Böden, die durch den Abbau von Pflanzenmaterial über viele Jahre hinweg entstanden sind.

Das Wurzacher Ried zum Beispiel ist ein ausgedehntes Feuchtgebiet, das eine gewisse Vielfalt an Flora und Fauna bietet. Es wird von Wanderwegen durchzogen, die es Besuchern ermöglichen, das Gebiet zu durchqueren. Hier kann man Vögel und andere kleine Tiere beobachten. Die Landschaft zeigt typische Merkmale eines Moorgebiets und kann bei einem Besuch erlebt werden.

Auch das Federseemoor stellt ein ähnliches Biotop dar, in dem sich Pflanzen und Tiere an die speziellen Bedingungen angepasst haben. Dieses Moor ist ebenfalls über Wege zugänglich, die durch das Gebiet führen und Besuchern einen Einblick in die natürliche Umgebung ermöglichen. Das Pfrunger-Burgweiler Ried, das dritte im Bunde, ist ebenfalls ein Naturraum, der sich durch nasse Bodenverhältnisse und die dafür typische Vegetation auszeichnet.

KEIN reales Beispiel

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Beispiel: Details außer Acht lassen – z.B. Bildunterschrift

Idyllisch liegt der Riedsee im Hochmoor von Bad Wurzach.

© Oberschwaben Tourismus GmbH, Foto: Florian Trykowski

Sowohl für Texte als auch Fotos und Videos gilt:

Besondere Perspektiven und Einblicke wecken das Interesse und die Begeisterung.

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Was heißt das für unsere Fotos und Videos?

Bildsprache, Motivwahl, Perspektive:

- modern, ausdrucksstark, emotional inspirierend
- authentisch, unverstellt, ungekünstelt, nicht werblich
- harmonische Farben, natürliche Farbstimmungen
- Details, die Neugier wecken
- außergewöhnliche Perspektiven (z.B. Frosch, Vogel)
- Einblicke hinter die Fassaden
- Geschichten mit und über regionale Persönlichkeiten
- Menschen nicht frontal, eher aus Mit-dabei-Perspektive, zudem unbedingt Personen mit gleichem Wertekosmos
- Grundregeln der Fotografie beachten – oft fotografieren Postmaterielle selbst gerne und haben ästhetischen Blick

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Konkrete Beispiele: Außergewöhnliche Perspektiven

z.B. Froschperspektiven,
Drauf- und Obersichten,
Vogelperspektive,
schräge Anschnitte,
Spiel mit Schärfentiefe

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Konkrete Beispiele: Details, die Neugier wecken

z.B. Nahaufnahmen von originellen Tätigkeiten, regionale Kunst oder lokales Handwerk, Gelegenheit zum tieferen Eintauchen,

Realizing Progress

OBER SCHWABEN ALLGÄU

Konkrete Beispiele: Geschichten mit und über regionale Persönlichkeiten

z.B. interessante Charaktere aus der Region, die über Interviews oder Hintergrundgeschichten vorgestellt werden

im besten Fall ebenfalls Postmaterielle – hier sind aber Ausnahmen durchaus erlaubt, solange authentische Stories erzählt werden können

Realizing Progress

OBER
SCHWABEN
ALLGÄU

Realizing Progress

OBER
SCHWABEN
ALLGÄU

Realizing Progress

OBER
SCHWABEN
ALLGÄU

Realizing Progress

OBER
SCHWABEN
ALLGÄU

Realizing Progress

5 wichtige Take Aways:

OBER SCHWABEN ALLGÄU

1. Nur mit gutem und passendem Content können wir unsere Zielgruppe überzeugen. D.h. wir müssen sie verstehen!

2. Der Wurm muss dem Fisch schmecken – dennoch: anfangs „4 Augen Prinzip“. Gemeinsam entscheiden!

3. Nein sagen ist erlaubt. Es braucht auch operativ klare Fokussierung auf das, was wirklich wichtig ist!

4. Es geht nur mit einem starken gesamtheitlichen Auftritt, daher: Kein Silo-Denken. Teilen, Bereichern, Mitwirken!

5. Vor allem: Weiter so! Der eingeschlagene Weg ist eine enorm wertvolle Brücke für die gesamte Region. Ihr macht das toll!

Realizing Progress

Herzlichen Dank für die Aufmerksamkeit!

Alex Mirschel

alex@realizingprogress.com
+49 178 6890 725

Let’s connect on LinkedIn: