



# **Erstes Treffen der Presse-Verantwortlichen von Tourismus NRW und den touristischen Regionen und Städten**

## **Schwerpunkt-Thema: Blogger Relations im Tourismus**

Donnerstag, 23. Oktober 2014, 10:00 – 13:00 Uhr



# Tagesordnung

- TOP 1** Begrüßung und Vorstellung aktueller Punkte aus der Pressearbeit des Verbandes
- TOP 2** Vorstellungsrunde mit kurzem „Erfahrungsbericht“ zum Thema Blogger Relations
- TOP 3** Reisebloggerin Anja Beckmann gibt eine thematische Einführung u.a. zu den Punkten:
  - Wie finde ich den "passenden" Blogger für meine Themen?
  - Was sollte ich einem Reiseblogger bieten?
  - Was kann ich im Gegenzug erwarten?
- TOP 4** Fragen und Diskussion zum Thema
- TOP 5** Get together

# Kommunikation und Pressearbeit bei Tourismus NRW

## Das Team und die Aufgaben



**Markus Delcuve**

Bereichsleiter Kommunikation, Marktforschung und Grundsatzfragen



**Silke Dames**

Projektleiterin  
NRW-Tournews  
dames@nrw-tourismus.de  
0211-91320-514

- Presseanfragen
- Touristischer Nachrichtendienst „NRW-Tournews“
- Onlineredaktion [www.dein-nrw.de](http://www.dein-nrw.de)
- Social Media



**Tonia Haag**

Stellvertretende  
Pressesprecherin  
haag@nrw-tourismus.de  
0211-91320-517

- Presseanfragen
- Saisonale Themendienste
- Branchennews „NRW.Touristik Update“
- Jahresbericht und Reden
- Online-Redaktion [www.dein-nrw.de](http://www.dein-nrw.de)
- Social Media



**Julie Sengelhoff**

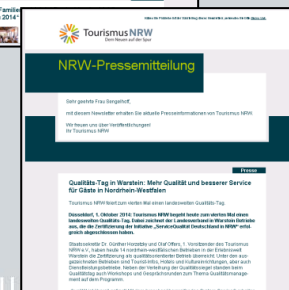
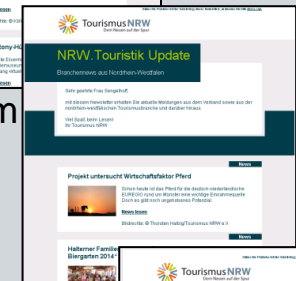
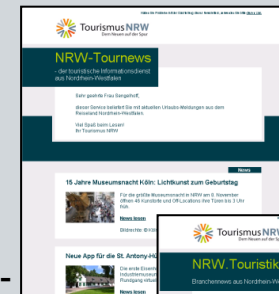
Pressesprecherin  
sengelhoff@nrw-tourismus.de  
0211-91320-512

- Presseanfragen
- Pressekonferenzen
- Pressemitteilungen
- Pressereisen
- Medien-Kooperationen
- Bilddatenbank
- Social Media

# Kommunikation und Pressearbeit bei Tourismus NRW

## Die Aufgaben im Einzelnen

- **Touristischer Nachrichtendienst „NRW-Tournews“:**
  - Reisetemen aus NRW
  - jeden Mittwoch an ca. 1.200 Journalistenkontakte
  - Input an [redaktion@nrw-tournews.de](mailto:redaktion@nrw-tournews.de)
- **Branchennews „NRW.Touristik Update“:**
  - Tourismuswirtschaftliche/-politische Neuigkeiten und Best-Practice-Beispiele aus den Regionen, Auszeichnungen und Studien, Neues aus dem Verband
  - jeden Freitag an ca. 1.600 Kontakte (Mitglieder, Vertreter aus Tourismus, Wirtschaft + Politik in NRW)
  - Input an [haag@nrw-tourismus.de](mailto:haag@nrw-tourismus.de)
- **Pressemitteilungen:**
  - Meldungen aus dem/zum Verband,
  - je nach Anlass und Thema an ca. 1.500 Journalistenkontakte
- Regelmäßige Aktualisierung der Verteiler über die Journalistendatenbank Zimpel





# Kommunikation und Pressearbeit bei Tourismus NRW

## Die Aufgaben im Einzelnen

- **Presseanfragen inkl. Interviews:**
  - Anfragen und Interviews zu unterschiedlichen Themen (Saisonales, Statistiken etc.) von diversen Medien (Tageszeitungen, Reisemagazine, Hörfunk, TV etc.)
  - 2014: bislang über 120 Presseanfragen (2013 insgesamt 94)
- **Pressekonferenzen:**
  - Jedes Jahr eine Pressekonferenz anlässlich der ITB in Berlin
  - Anlassbezogene Pressekonferenzen und -gespräche: z. B. zum Thema Natur im September 2014
  - Infos zu Ihren Presseterminen an [sengelhoff@nrw-tourismus.de](mailto:sengelhoff@nrw-tourismus.de) für das B2B-Portal





# Kommunikation und Pressearbeit bei Tourismus NRW

## Die Aufgaben im Einzelnen

- **Pressereisen:**
  - Bislang vor allem Beteiligung an Pressereisen von Partnern (2014 mit Düsseldorf Marketing & Tourismus zum Thema Kultur)
  - Seit 2 Jahren Organisation der touristischen Sommerreise von NRW-Wirtschaftsminister Duin, die ebenfalls von Journalisten begleitet wird
  - Neues Konzept für Pressereisen ab 2015
  - Infos zu Ihren Pressereisen an [sengelhoff@nrw-tourismus.de](mailto:sengelhoff@nrw-tourismus.de) für das B2B-Portal



# Kommunikation und Pressearbeit bei Tourismus NRW

## Die Aufgaben im Einzelnen

- **Saisonale Themendienste:**
  - Erfolgreich etabliert seit Mitte 2013
  - Lieferung saisonaler Themenideen an ausgewählte Journalisten, anschließend Veröffentlichung auf dem B2B-Portal
  - Input an [haag@nrw-tourismus.de](mailto:haag@nrw-tourismus.de)
- **Bilddatenbank:**
  - Umstellung auf die Fotoplattform flickr ([www.flickr.com/nordrhein-westfalen](http://www.flickr.com/nordrhein-westfalen)) seit Mai 2014
  - Bereitstellung von Bildern aus den NRW-Regionen
  - Abfrage nach neuen Bildern folgt Anfang 2015
- **Online-Redaktion des B2C-Portals:**
  - Neu Verfassen und Aktualisierung sämtlicher Internettexpte des Portals auf [www.dein-nrw.de](http://www.dein-nrw.de)



# Kommunikation und Pressearbeit bei Tourismus NRW

## Die Aufgaben im Einzelnen

- **Medien-Kooperationen:**
  - fortlaufende Kooperation mit dem Magazin GLÜCK von Westlotto
  - Platzierung von anlassbezogenen Themen alle 1 bis 2 Monate
- **Social Media:**
  - Seit Juli 2013 fünfköpfige Projektgruppe bei Tourismus NRW aus verschiedenen Fachbereichen (Kommunikation, Produktentwicklung und Geschäftsführung)
  - Aktive Pflege der Kanäle auf Facebook, Google+, Twitter und Foursquare (ab Ende November 2014)
  - Neues Projekt seit Mitte 2014: #DeinNRWlive
  - News und Bilder an [socialmedia@nrw-tourismus.de](mailto:socialmedia@nrw-tourismus.de)



Wir glauben daran, dass wir durch unsere interaktiv gestalteten Social Web-Aktivitäten NRW als sympathisches Reiseland präsentieren und zur wichtigsten Ressource für regionsübergreifende, zielgruppenrelevante touristische Informationen über NRW werden!



# Kommunikation und Pressearbeit bei Tourismus NRW

## Controlling

- **Medienresonanzanalyse März bis August 2014:**
  - Analyse nach den Themen NRW-Tournews, Tourismus NRW, ITB Berlin sowie Ministerreise
  - 778 Meldungen, die auf die Pressearbeit des Tourismus NRW zurückzuführen sind, davon 237 Print-Treffer, 531 Online-Meldungen, 4 Hörfunk- und 6 TV-Berichten; das entspricht insgesamt
    - einem **Anzeigenäquivalenzwert von rund 1,7 Mio.** (allein davon NRW-Tournews mit einem AÄW von 1,2 Mio.) und
    - einer **Brutto-Reichweite von rund 108,2 Mio.**
  - Zu den Top-30-Medientiteln (Medien mit den meisten Meldungen zu den analysierten Themen), gehören
    - insbesondere NRW-Zeitungen (WAZ, Westfälische Nachrichten), aber auch
    - Online-Ausgaben von Tageszeitungen aus z. B. Thüringen, Saarland und Niedersachsen sowie Online-Medien wie Focus.de und Spiegel Online.
- **Übersicht für die Regionen:**
  - Übersicht über veröffentlichte Themen und Meldungen aus den Regionen, ab 2015 halbjährlich



# Ausblick Kommunikation und Pressearbeit

## Jahresplanung 2015

### ▪ **Kommunikation nach Themenkampagnen:**

- NRW-Tournews-Meldungen, Themenpakete, Pressemitteilungen, Medienkooperationen und Social Media eng verzahnt mit Marketing und Online zu themenspezifischen Kampagnen, z. B. (unter Vorbehalt):

- Pilotkampagne „Winterwandern“ von Dezember 2014 bis Februar 2015
- „Ostern und bewegliche Feiertage“ voraussichtlich ab März/April 2015
- „Summer in the Cities“ voraussichtlich ab Juli 2015
- „Kultur in der Natur“ voraussichtlich ab Herbst 2015
- „Winterwandern und Weihnachtsmärkte“ voraussichtlich ab Dezember 2015

→ Festlegung der Themenkampagnen in KW 46, anschließend Kommunikation an die Partner



# Ausblick Kommunikation und Pressearbeit

## Jahresplanung 2015

- **Pressereisen:**
  - Erstellung eines Konzepts zur Kooperation zwischen Tourismus NRW und den Regionen/Städten ab Ende 2014
- **Pressekonferenzen:**
  - Neues Konzept für die Pressearbeit zur ITB 2015 ab Ende 2014
- **NRW-Tournews-Schwerpunkte und Themenpakete:**
  - Zusätzlich zu den Themenkampagnen
- **Medienkooperationen:**
  - Fortlaufend Magazin GLÜCK von Westlotto
  - Ausbau der Zusammenarbeit mit dem WDR
- **DZT-Kooperation:**
  - vorauss. Presse-Highlight-Reisen zu den Themen „Tradition&Brauchtum“, „Kulturevents“ und/oder „Aktivurlaub und Wellness“
  - vorauss. PR-Aktion zum Thema „Ferienstraßen“ (Route der Industriekultur, Westfälische Mühlenstraße, Straße der Gartenkunst zwischen Rhein und Maas)



# Ausblick Kommunikation und Pressearbeit

## Jahresplanung 2015

- **Social Media:**
  - Fortführung Projekt #DeinNRWlive
  - Auf- und Ausbau der Aktivitäten auf Foursquare
  - Weitere Jahresplanung folgt
  
- **Treffen der Presse-Verantwortlichen** der Regionen:
  - Etablierung als jährlichen Termin zum Austausch und Netzwerken
  
- **Bloggerkooperationen:**
  - Aufbau von Blogger Relations
  - vorauss. Blogger-Stammtisch auf der ITB Berlin
  - ggf. erneute Teilnahme am Blogger-Speeddating auf der ITB Berlin