Protokoll Wellnessbeiratssitzung 27.07.2021, 15 Uhr

Anwesende: Bensemann, Steuer, Eichner, Meyer, Siewert, Renken

* Auswahl der einzelnen Rubriken mit passenden Bildern hinterlegt
* 10 Hotels haben sich beteiligt vom Wellnessbeirat
* Flyer erstellen mit Wellnesshotels und Thermen?
* Siewert: Mittlerweile weg von den Printmedien, die Gäste gehen meist online
* Stattdessen emotionale Bilder mit Partnern Verlinkung für Werbekampagne Herbst organisieren
* Frau Dr. Lehmann hat noch einen zusätzlichen Input über die ortsgebundenen Heilmittel
* angeregt. Diese Punkte kann man sehr gut als Aufhänger für die social Media Werbung verwenden

Crossmediale Kampagne

* 30.000 € werden aus dem Preis des ADAC für die UTG zur Verfügung gestellt
* Ist an bestimmte Werbeorte gebunden
* 998€ pro Partner bzw. 10.000€ zur weiteren Refinanzierung (Grundlage: 10 Partner)

10.000 € würde die UTG zusätzlich zur Verfügung stellen

Vorschlag Werbemaßnahmen Crossmediale Kampagne, insgesamt 32 Mio. Reichweite:

Zeitraum: 01.09.-31.10.2021

* Außenwerbung durch Großflächenplakate- 20 Tage (über 1 Mio. Sichtungen)
* Onlinewerbung 30 Tage über T-Online.de (über 30 Mio. User pro Monat)
* Radio- NRJ und Radio PSR, 2 Spots je 45 sec., 5 Tage on Air primär Sachsen
* Zeitung Tagesspiegel – Berlin & Brandenburg
* Fitnessfirst über 28 Tage mit 300 Plakaten in den Umkleiden (Premiumfitnessstudio Berlin)
* Social Media UTG Kanäle – Berlin, Hamburg, Dresden Hauptfollower
* Feedback: Radio lieber auf Berlin/ Brandenburg setzen: Energy, Paradiso

Zusätzlich wird die Möglichkeit eingeräumt, folgende Angebote zu buchen:

* Großflächenplakat mit eigenem Motiv 350€
* Angebots Integration im Tagesspiegel 450€
* T- online Teaser 250€
* Social Media Post (FB/ Insta) 100€
* Radio Spot mit persönlicher Vorstellung 450€

Worst Case -wir müssen wieder schließen

Herr Steuer wird es mit der Werbeagentur Stöhr besprechen. Verlegung der Werbekampagne sonst auf das Frühjahr.

Ende: 15:59 Uhr