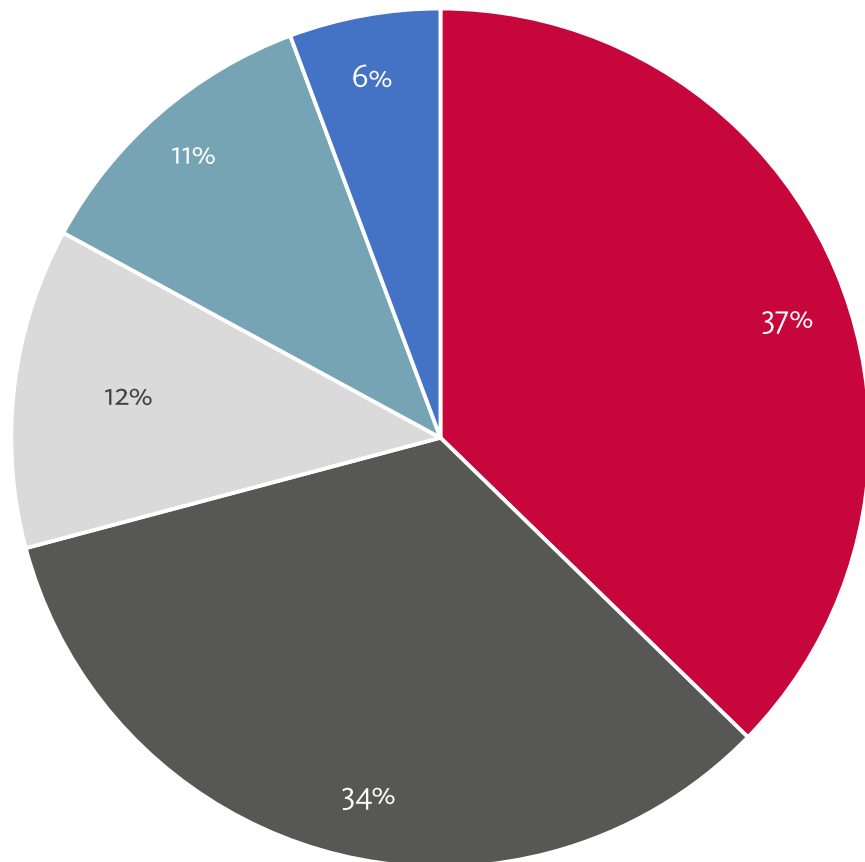


# Mediaplan Kurverwaltung Meran

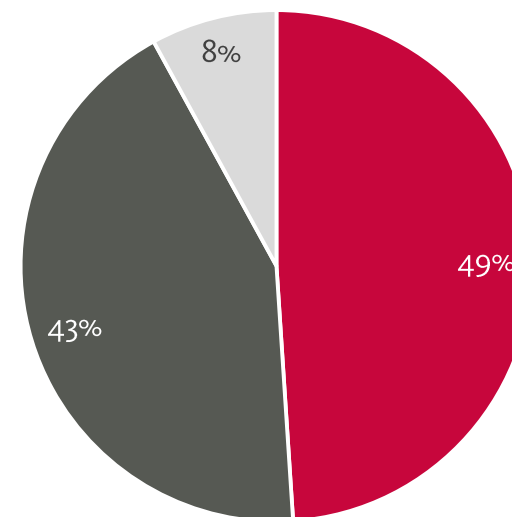
27. Januar 2016

# Verteilung Mediabudget auf Märkte und Kanäle

GESAMT netto € 175.646  
brutto 214.289 €

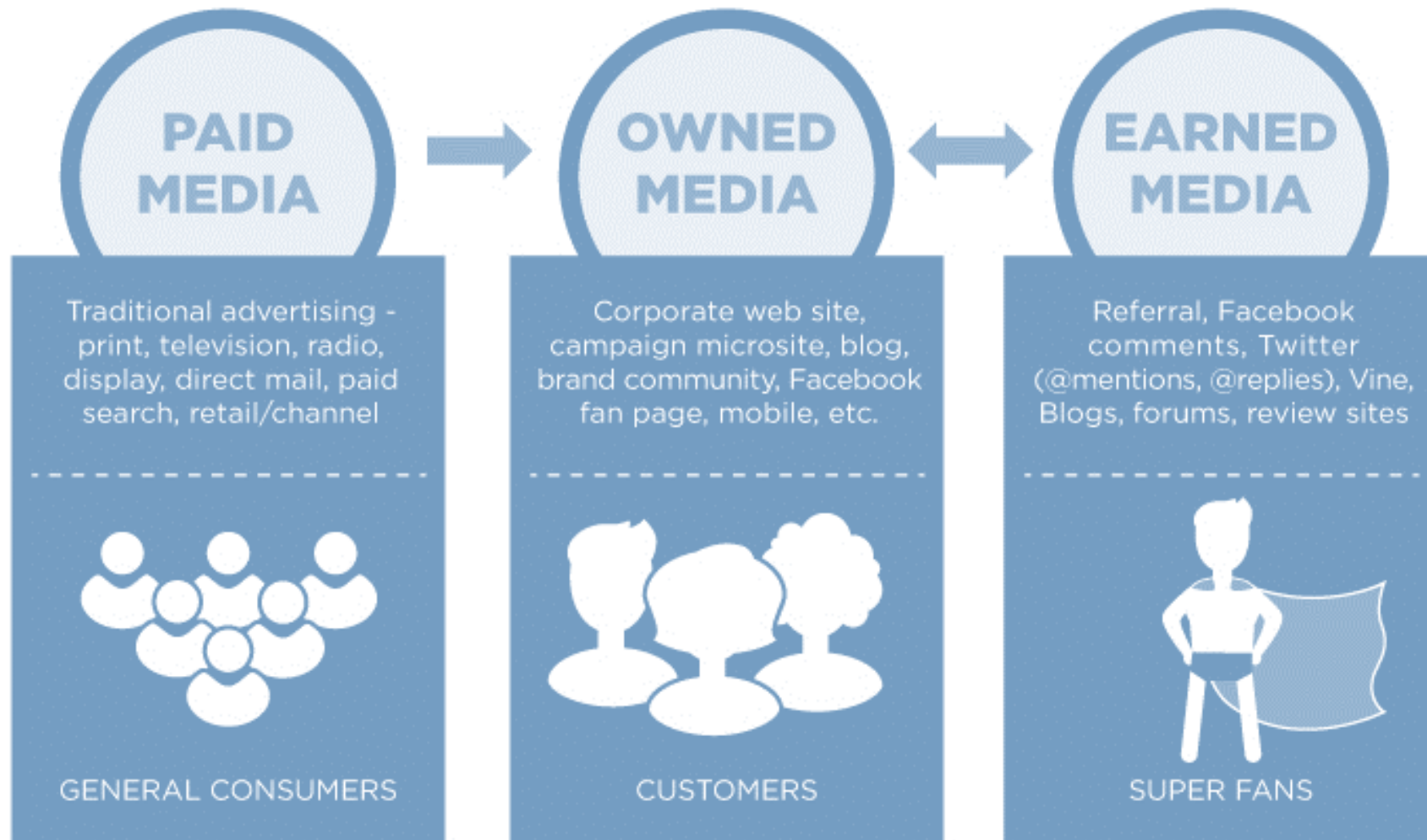


- Italien - € 65.500
- Deutschland - € 58.960
- Schweiz - € 21.186
- Belgien - € 20.000
- Reserve - € 10.000



- Online - € 86.000
- Print - € 75.646
- Reserve - € 14.000

# Verteilung Mediabudget



# MEDIAPLAN KURVERWALTUNG MERAN 2016

## ÜBERSICHT

	SUMME	
DE - Online	44.000,00 €	
DE - Print	13.960,00 €	
DE - Reserve	1.000,00 €	
<b>DE GESAMT</b>	<b>58.960,00 €</b>	<b>33,6%</b>
	SUMME	
CH - Online	6.500,00 €	
CH- Print	13.686,00 €	
CH - Reserve	1.000,00 €	
<b>CH GESAMT</b>	<b>21.186,00 €</b>	<b>12,1%</b>
	SUMME	
IT - Online	25.500,00 €	
IT - Print	38.000,00 €	
IT - Reserve	2.000,00 €	
<b>IT GESAMT</b>	<b>65.500,00 €</b>	<b>37,3%</b>
	SUMME	
Beitrag Kampagne Belgien	20.000,00 €	11,4%
Beitrag IDM Small City Trips	10.000,00 €	5,7%
<b>Sonderformen GESAMT</b>	<b>30.000,00 €</b>	
<b>GESAMT</b>	<b>175.646,00 €</b>	

**Davon Budget HGV:**

netto 98.360,66 €

brutto 120.000,00 €

**Davon KV Meran:**

netto 77.360,66 €

brutto 94.380,00 €

# Exkurs Small City Trips – Inhalte

Meraner Frühling

Meraner Winter

Meraner Herbst

Meraner Sommer

Meraner Weihnacht

## **GASTRO**

- » Gourmet
- » Alpin-Mediterran
- » Meraner Markt
- » Regionalität

## **Kultur**

- » Palais Mammaing
- » Kunst Meran
- » Theater
- » Musikwochen

## **Events**

- » Gartennächte
- » Sommerabende
- » Winefestival
- » Asphaltart

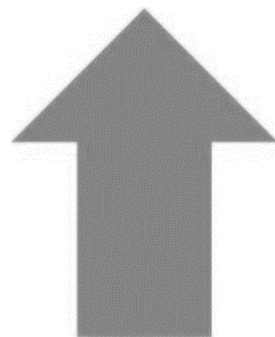
## **Schwerpunkte setzen**

- » Kongresse
- » GuestCard

# Exkurs Small City Trips – Reiseanalyse 2015

## Inhalte aus der Deutschen Reiseanalyse 2015

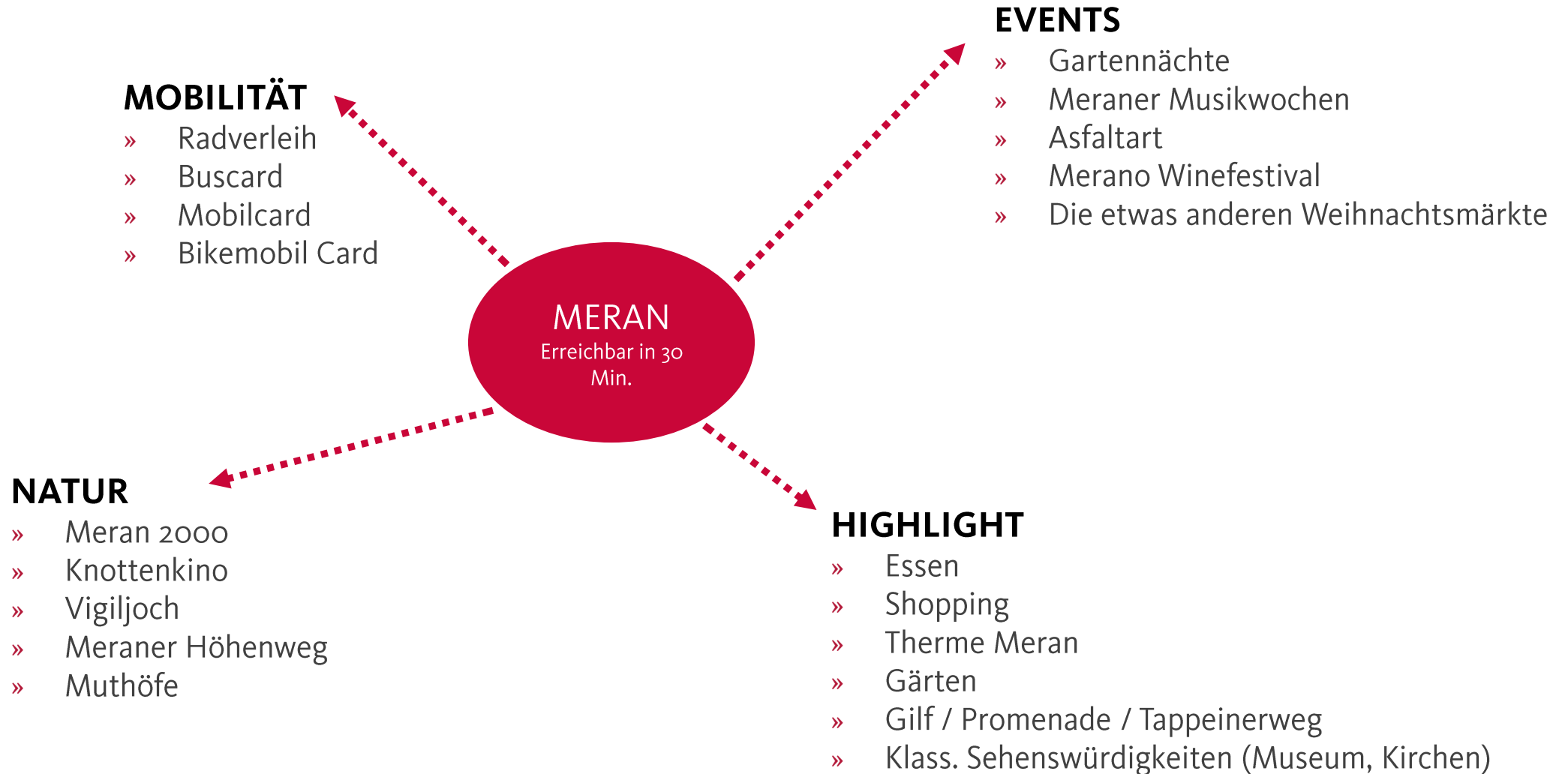
- » Weg von den Extremen
- » Vermischung verschiedener Arten von Urlaub
- » Trend Neudefinition von Urbanität: Grenzen von Stadt und Land verschwimmen
- » Trend Downshifting: Besinnung auf die eigenen Bedürfnisse
- » Trend Geheimtipps: Insidermeinungen sind hoch geschätzt
- » **FAZIT:** Urlaubsarten, die sich gut mischen lassen und gleichzeitig nicht zu eindimensional sind, haben das größte Wachstumspotenzial



Städtereise	+ 49%
Kreuzfahrt auf See	+ 27%
Spaß-/Fun-/Party-Urlaub	+ 26%
Familienferien	+ 26%
Winterurlaub in der Sonne	+ 24%

Angegeben ist die Entwicklung der Marktanteile von Jan. 2005 zu Jan. 2015  
ausgewählter Urlaubsformen in %  
Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren., 2005 nur Deutsche  
Quelle: RA 2005 und RA 2015 *face-to-face*

# Exkurs Small City Trips – Produktelemente



# Exkurs Small City Trips – Vorteile

- » Ein **zentrales Thema** mehrjährig beispielbar. Anpassung der Produktelemente für Jahreszeiten, Schwerpunkte etc.
- » Fokus auf die **USP** von Meran: Kombination von Natur & City
- » **Top 5** der einzelnen Produktelemente werden in den Mittelpunkt gesetzt
- » **Partner** können aktiv mit aufgenommen werden
- » **IDM** setzt einen Kommunikationsschwerpunkt auf diese Thematik



# Mediaplan Kurverwaltung Meran

27. Januar 2016