

A photograph of a group of people sitting around a wooden table in a cafe or restaurant. They are holding hands, suggesting a supportive or collaborative environment. On the table, there are several coffee cups, a glass of water, and a small cupcake on a white plate. The lighting is warm and soft, creating a cozy atmosphere.

Vorstellung der Werbekampagne für den DEHOGA Niedersachsen

©2021 creazwo | Fünf Sterne Marketing für Gastgeber | www.creazwo.de

Kurzvorstellung

Markus Michels

- ▶ Selbstständig seit 1989
- ▶ Geschäftsführer creazwo
- ▶ Fullservice-Werbeagentur für die Hotellerie und Gastronomie
- ▶ 23 Mitarbeiter
- ▶ Förderpartner des DEHOGA Niedersachsen



Aufgabenstellung



Aufgabenstellung

- ▶ Der DEHOGA Landesverband startet eine Initiative, um die von der Corona-Krise besonders schwer getroffene Hotellerie und Gastronomie bei ihrem Neustart zu unterstützen.
- ▶ Mit einer großen Werbekampagne soll das attraktive und vielfältige Angebot der niedersächsischen Gastgeber „unter einem Dach“ präsentiert und Kunden reaktiviert werden.
- ▶ Dabei soll neben einem positiven Bild des Gastgewerbes insbesondere auch die Sicherheit und Unbedenklichkeit eines Hotel- oder Restaurantbesuches vermittelt werden.
- ▶ Die Mitglieder des DEHOGA Niedersachsen sollen in ihrem Eigenmarketing unterstützt werden – online wie offline.

Die Idee



*„Gute Gastgeber sind immer **Gastgeber mit Herz**, aber auch und gerade in diesen Zeiten ist auch ein **Herz für Gastgeber** gefragt!“*



Die Idee

- ▶ Nach dem Rückzug ins Private sowie dem geforderten „Social Distancing“ sehen wir wieder ein starkes Bedürfnis nach emotionaler Nähe, Austausch, Geselligkeit und den „kleinen Alltagsfluchten“. Gut für uns Gastgeber!
- ▶ Wir setzen daher die niedersächsische Hotellerie und Gastronomie als professioneller „Erlebnisdienstleister mit Herz“ in Szene - emotional und aktivierend!
- ▶ Die Werbekampagne fokussiert auf die bedürfnisorientierte Darstellung der vielfältigen Angebote und Services unserer Gastgeber als „sicheres Vergnügen“.
- ▶ Dazu erhalten DEHOGA-Mitglieder Marketing-Unterstützung vor Ort und im Netz - für einen erfolgreichen Neustart!

Die Erfolgsfaktoren



Die Erfolgsfaktoren

Für den Erfolg der Kampagne sind vier Faktoren entscheidend:

▶ **Relevanz**

Von dieser Kampagne werden Betriebe profitieren, die mit ihren Konzepten, Angeboten, Services und in der Kundenansprache attraktiv für Gäste sind.

- Im Zuge der Kampagne werden die Gastgeber besonders in der Kommunikation mit dem Kunden unterstützt.

▶ **Authentizität**

Schon seit vielen Jahren geht der Trend hin zu glaubwürdiger und echter Kommunikation mit dem Kunden auf Augenhöhe. Ehrliches Engagement statt Schönfärberei ist gefragt.

- Verband und Gastgeber zeigen mit der Kampagne „Herz“.

Die Erfolgsfaktoren

▶ **Sicherheit**

In der Corona-Krise ist das Sicherheitsbedürfnis der Kunden besonders ausgeprägt. Mit den entsprechenden Maßnahmen und einer proaktiven, transparenten Kommunikation können Gastgeber punkten.

- Die Kampagne stellt besonders engagierte Betriebe mit dem Siegel „Sicheres Vergnügen!“ heraus.

▶ **Emotion**

Die Entscheidung für einen Restaurant- oder Hotelaufenthalt basiert oft auf der vom Gast erwarteten Bedürfnisbefriedigung, nicht der Dienstleistung per se.

- Die Kampagne stellt den Kunden-Nutzen in den Mittelpunkt, nicht das Angebot der Gastgeber.

Die Umsetzung



Die Umsetzung

- ▶ Die Werbekampagne des DEHOGA sollte aus unserer Sicht dahingehend wirken, dass sie Gäste und Gastgeber nach Monaten der Entfremdung wieder zusammenbringt.
- ▶ Dieses emotionale Band wird in der Kampagne durch ein Herz symbolisiert, was alle Menschen verbindet.
- ▶ Gute Gastgeber sind immer auch „**Gastgeber mit Herz**“, auch und gerade in diesen Zeiten ist aber - nicht nur von Seiten der Politik und Wirtschaft - auch ein „**Herz für Gastgeber**“ gefragt.
- ▶ In der geschickten Verbindung und Kommunikation „beider Seiten der Medaille“ entsteht eine kraftvolle Kampagne, die alle Zielgruppen erreicht.
- ▶ Daher verwenden wir ein Kampagnen-Logo auf allen Kommunikationsmitteln.

Ein  für
GAST
GEBER

GAST
GEBER
mit Herz



Key Visuals

- ▶ Die Key Visuals bilden als Schlüsselmotive die inhaltliche und gestalterische Basis für alle folgenden Marketingmaßnahmen.
- ▶ Aufgabe der Key Visuals ist es, die vielfältigen „Herzmomente“ im Gastgewerbe darzustellen und den Betrachter emotional zu aktivieren.
- ▶ Die Motive sind in einem Rahmen mit Kampagnen-Logo, #herzmoment – Titel und einem thematisch angepassten Text gefasst.
- ▶ Der Abbinder lautet einheitlich „Mit uns ein sicheres Vergnügen! Ihre Gastgeber in Niedersachsen.“
- ▶ Am Ende wird auf die Kampagnen-Webseite hingewiesen.



#herzmoment

Jetzt wieder etwas unternehmen. Zusammen die Zeit genießen. Dazu einen leckeren Cappuccino im neu entdeckten Lieblingscafé. Mit uns ein sicheres Vergnügen!

Ihre Gastgeber in Niedersachsen.

www.gastgeber-mit-herz.de





Ein  für
**GAST
GEBER**
**GAST
GEBER**
mit *Herz*

#herzmoment

Jetzt wieder im Hotelzimmer wie zu Hause fühlen. Nach dem Businesstermin mit den Liebsten telefonieren und sich auf das leckere Hotel-Frühstück am Morgen freuen. Mit uns ein sicheres Vergnügen!

Ihre Gastgeber in Niedersachsen.

www.gastgeber-mit-herz.de





Ein  für
**GAST
GEBER**
**GAST
GEBER**
mit Herz

#herzmoment

Jetzt wieder mit der Clique unterwegs sein.
Gemeinsam feiern, Cocktails trinken und
die Nacht zum Tag machen.
Mit uns ein sicheres Vergnügen!

Ihre Gastgeber in Niedersachsen.

www.gastgeber-mit-herz.de



Ein  für
**GAST
GEBER**
**GAST
GEBER**
mit *Herz*

#herzmoment

Jetzt wieder mit den Kollegen lachen.
Gemeinsam in der Tagung Ideen entwickeln
und in der Pause persönlich austauschen.
Mit uns ein sicheres Vergnügen!

Ihre Gastgeber in Niedersachsen.

www.gastgeber-mit-herz.de





#herzmoment

Jetzt wieder alte Freunde treffen. Zusammen die besonderen Augenblicke genießen. Dazu leckeres Essen und eine flichtig freundliche Bedienung. Mit uns ein sicheres Vergnügen!

Ihre Gastgeber in Niedersachsen.

www.gastgeber-mit-herz.de





#herzmoment

Jetzt wieder mit der ganzen Familie und Freunden feiern. Auf die Liebe anstoßen und den schönsten Tag des Lebens genießen. Mit uns ein sicheres Vergnügen!

Ihre Gastgeber in Niedersachsen.

www.gastgeber-mit-herz.de





#herzmoment

Jetzt wieder in die Lieblingskneipe um die Ecke gehen.
Mit Freunden gemeinsam dem Verein
zujubeln und auf den Sieg anstoßen.
Mit uns ein sicheres Vergnügen!

Ihre Gastgeber in Niedersachsen.

www.gastgeber-mit-herz.de





Ein Herz für
**GAST
GEBER**
**GAST
GEBER**
mit Herz

#herzmoment

Jetzt wieder eine kleine Auszeit nehmen. Mit den besten Freundinnen einen entspannten Wellnessnachmittag verbringen. Mit uns ein sicheres Vergnügen!

Ihre Gastgeber in Niedersachsen.

www.gastgeber-mit-herz.de





#herzmoment

Jetzt wieder mit Mama und Papa in den Urlaub.
Gemeinsam auf Entdeckungstour gehen und neue
Orte erkunden. Mit uns ein sicheres Verpflegen!

Ihre Gastgeber in Niedersachsen.

www.gastgeber-mit-herz.de



Videoclips

- ▶ Ein weiterer Leuchtturm unserer Kampagne sind kleine, kompakte Videoclips, die die „Herzmomente“ emotional aktivierend in Szene setzen.
- ▶ Mit einer Länge von etwa 20-30 Sekunden werden die Filme auf einen Social Media Einsatz optimiert.
- ▶ Für die Landingpages und andere Präsentationsformate gibt es verlängerte Versionen.

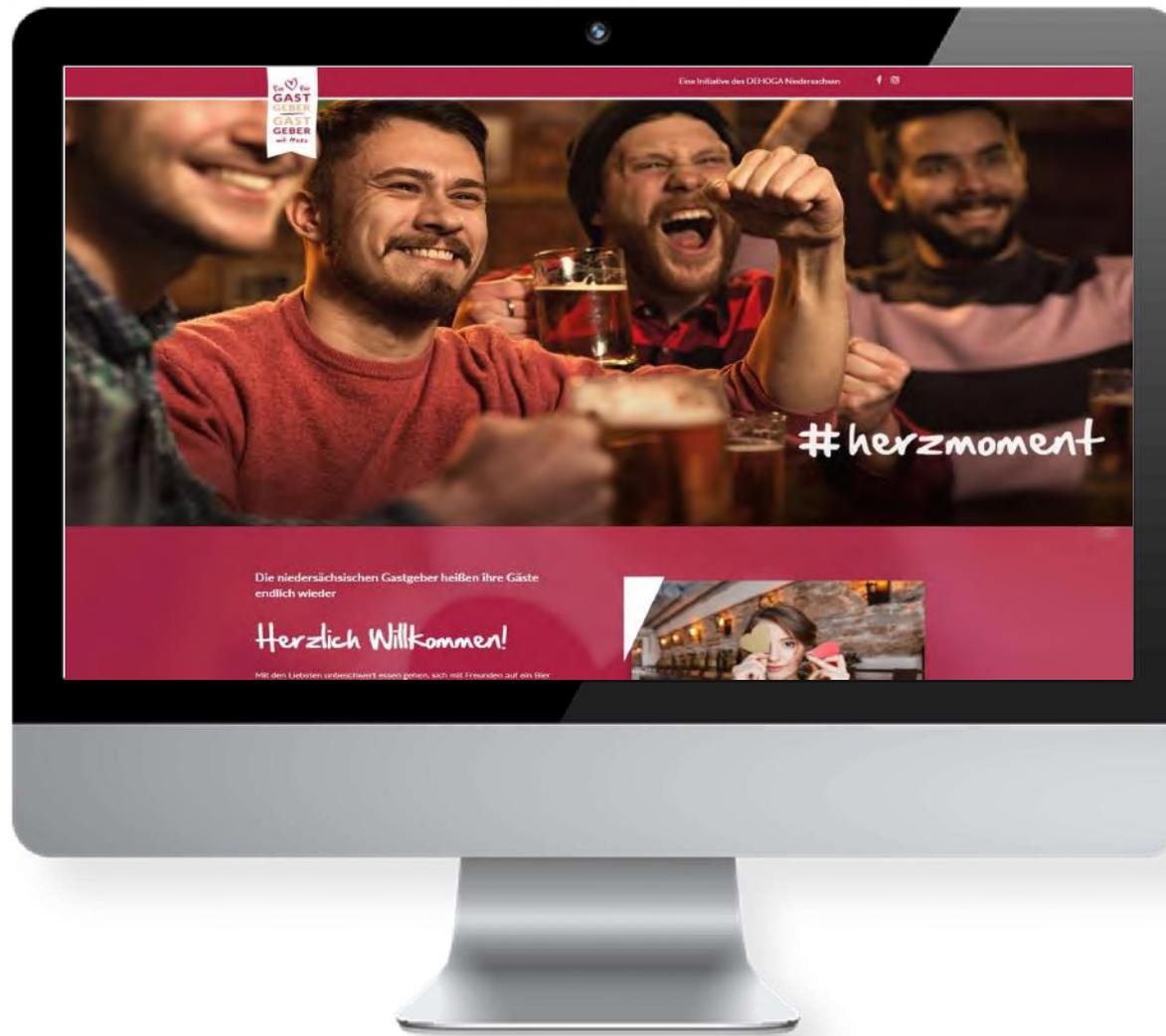
Die Erstellung der Videos beginnt, sobald die äußeren Produktionsbedingungen dies zulassen.

Die Marketingmaßnahmen



Schwerpunkt Online

- ▶ 94% der deutschsprachigen Bevölkerung über 14 Jahren das Internet, 72% sogar täglich.
- ▶ Aufgrund der exzellenten Reichweiten- und Werbewirkungskontrolle setzen wir den Schwerpunkt auf Online-Marketing.
- ▶ Als „Kampagnen-Heimat“ im Netz dient dabei ein hybrider Internetauftritt mit einer Webseite für die Gäste und einer für die Gastgeber.
- ▶ Fast alle vorgestellten Marketingmaßnahmen haben das Ziel, auf die Kampagnen-Webseite zu leiten, um dort optimal zu informieren und aktivieren.
- ▶ Um die Reichweite zu maximieren, setzen wir begleitend auf die Gewinnspiel-Promotion „#herzmoment“ auf Instagram.



www.gastgeber-mit-herz.de



„Gastgeber mit Herz“

- ▶ Die Webseite **www.gastgeber-mit-herz.de** dient zur Information und Aktivierung unserer Gäste.
- ▶ Neben den Key Visuals wird dort das Kampagnen-Siegel „Ein sicheres Vergnügen!“ vorgestellt, mit dem Hotels und Restaurants hervorgehoben werden, die sich besonders für die Sicherheit der Kunden und Mitarbeiter im Betrieb einsetzen.
- ▶ Außerdem wird unser Instagram-Gewinnspiel „#herzmoment“ beworben und die Teilnehmerbeiträge gezeigt.
- ▶ Zudem zeigen wir Persönlichkeiten, die durch ihre Ideen oder Besonderheiten eine Botschafter-Funktion für die niedersächsische Hotellerie und Gastronomie übernehmen.
- ▶ Auf weiterführenden Verlinkungen wird zum Schluss das Reiseland Niedersachsen vorgestellt.



www.herz-fuer-gastgeber.de



„Herz für Gastgeber“

- ▶ Die Webseite www.herz-fuer-gastgeber ist der zentrale Anlaufpunkt für die Gastgeber.
- ▶ Es wird die Initiative des DEHOGA Niedersachsen vorgestellt und für eine Teilnahme an der Kampagne geworben.
- ▶ Die teilnehmenden Betriebe können sich auf der Webseite
 - als Botschafter der Gastgewerbes bewerben
 - für die Teilnahme am Instagram-Gewinnspiel melden
 - zur Online-Offensive 2021 anmelden
 - Drucksachen, Anzeigen, Vorlagen und Checklisten herunterladen bzw. bestellen
 - für das Siegel „Ein sicheres Vergnügen!“ akkreditieren



„Ein sicheres Vergnügen!“

- ▶ Es können nur Betriebe an unserer Initiative teilnehmen, die die Hygiene-Standards des DEHOGA Niedersachsen einhalten und so die Mitarbeiter und Gäste bestmöglich schützen.
- ▶ Bei der Registrierung wird die Erklärung zur Einhaltung der Hygiene-Standards abgegeben.
- ▶ Teilnehmende Betriebe erhalten dann das Siegel in Form eines Zertifikats sowie Aufkleber und digitale Vorlagen und können so von den Gästen leicht erkannt werden.
- ▶ Mit steigender Popularität des Siegels erwarten wir zudem Nachzieheffekte bei anderen Betrieben.

Social Media

- ▶ Aufgrund der „sozialen Quarantäne“ der letzten Monate hat die Social Media Nutzung massiv. Die Sozialen Netzwerke bilden daher eine zentrale Säule bei den Marketingkanälen.
- ▶ Wir richten eigene Kampagnen-Profile auf Facebook, Instagram, YouTube und Pinterest ein – Schwerpunkt der Social Media Promotion ist aufgrund der Nutzerstruktur und hohen Interaktionsraten aber Instagram.
 - Für den „Herz für Gastgeber“-Teil der Kampagne wird der verbandseigene Facebook-Account genutzt.
- ▶ Gastgeber erhalten umfangreiche praktische Unterstützung zur Nutzung ihrer eigenen Social Media Profile mit Vorlagen und Webinaren.

Paid Media

- ▶ Da die „organische“ Reichweite von Social Media Inhalten seit Jahren rückläufig ist, kommt der bezahlten Werbung eine immer größere Bedeutung zu.
- ▶ Daher werden die Kampagnenmotive und –videos in verschiedenen Werbeformaten auf Facebook, Instagram, Pinterest sowie Google und YouTube zielgruppenspezifisch eingesetzt und beworben.
- ▶ Über den Kampagnenzeitraum von min. 3 Monaten soll damit eine möglichst große Reichweite und Aktivierung für die niedersächsische Hotellerie und Gastronomie erreicht werden.

Drucksachen

- ▶ Um die Werbekampagne auch in den Betrieben sichtbar zu machen, werden u.a. Plakate, Flyer, Tischaufsteller, Aufkleber und Werbemittel produziert, die den Gastgeber in seinem Engagement vor Ort unterstützen.
- ▶ Sie dienen zum einen zur Information der Gäste, aber auch zur Aktivierung (Bewerbung des Gewinnspiels) und Mitwirkung (Hygienemaßnahmen).
- ▶ Für den „Herz für Gastgeber“-Teil der Kampagne sind mit eigenen Infolyern, Handouts, Roll-ups weitere Drucksachen geplant, um weitere DEHOGA-Mitglieder für eine Teilnahme an der Initiative zu gewinnen.

Mitmachen, liebe Gastgeber!

www.herz-fuer-gastgeber.de

Jetzt aktiv werden!

- ▶ Machen Sie mit bei der Initiative des DEHOGA Niedersachsen und melden Sie sich mit Ihrem Betrieb kostenlos an!
 - **www.herz-fuer-gastgeber.de/mitmachen**
- ▶ Werden Sie Botschafter der niedersächsischen Gastgeber und erzählen Sie von Ihren Ideen und Konzepten.
 - Die Botschafter werden über die Webseite und Social Media vorgestellt.
- ▶ Schenken Sie Herzmomente und profitieren Sie von der großen Reichweite unseres Instagram Gewinnspiels.
 - Alle teilnehmenden Betriebe werden genannt und verlinkt.
- ▶ Machen Sie sich marketing-fit für den Neustart und melden Sie sich mit Ihrem Betrieb zur Online-Offensive 2021 an!

Online-Offensive 2021

- ▶ Neben den Gästen haben wir mit unserer Kampagne vor allem die praktische Unterstützung unserer Mitglieder im Blick.
- ▶ Im Mittelpunkt stehen dabei Online-Marketing Webinare, Blogbeiträge, Vorlagen, Checklisten uvm., um die Gastgeber auch im Netz fit für den Neustart zu machen.
- ▶ Kostenlos dabei sind alle Mitgliedsbetriebe, die für die DEHOGA Kampagne registriert sind und sich für die Online-Offensive angemeldet haben.
- ▶ Jetzt noch nachmelden:
 - **www.herz-fuer-gastgeber.de/mitmachen**

„Wir sind nicht nur verantwortlich für das, was wir tun, sondern auch für das, was wir nicht tun.“

Molière



Vielen Dank!

crea//ZWO
FÜNF STERNE MARKETING FÜR GASTGEBER



Markus Michels
Geschäftsführer

www.creazwo.de

