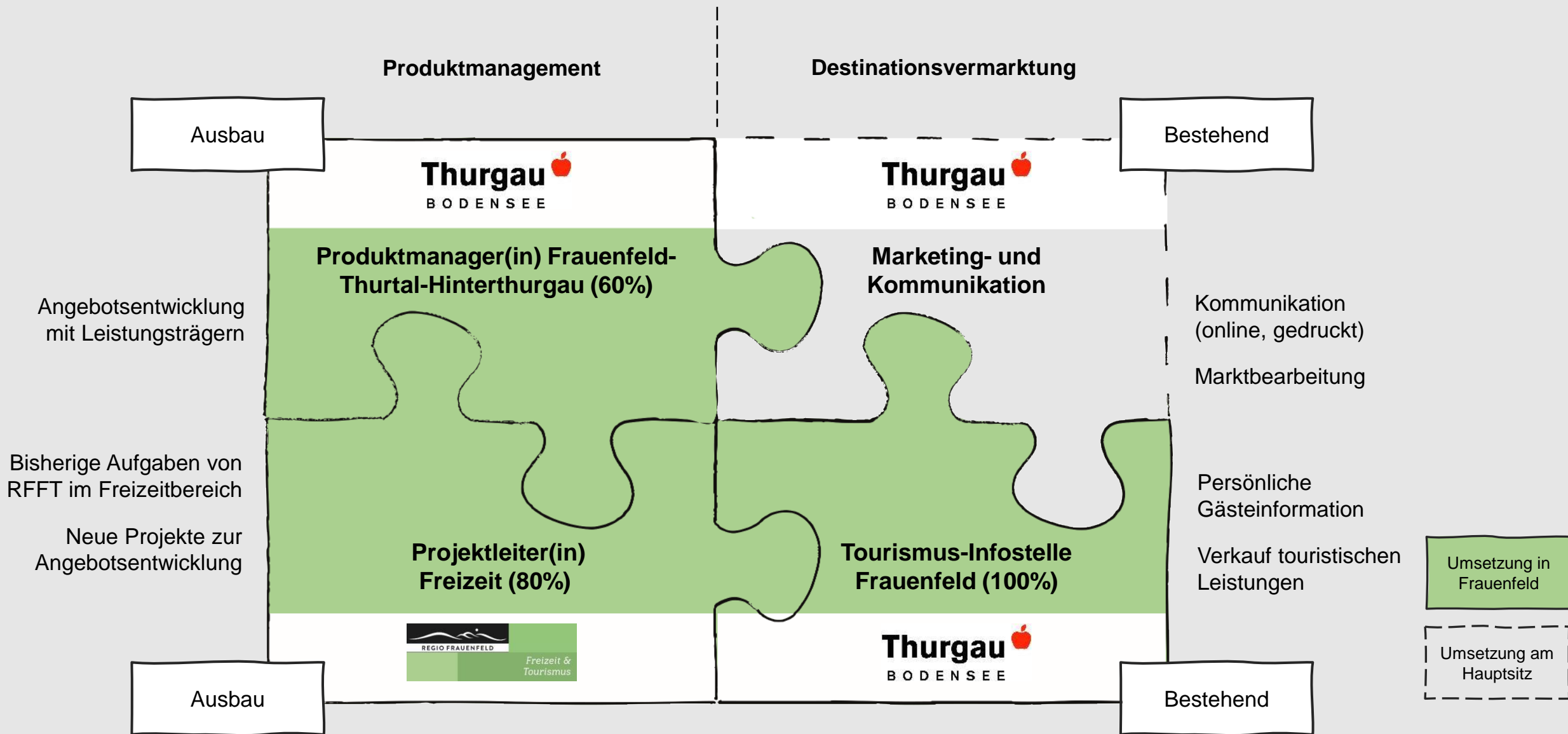


Neuigkeiten von Thurgau Tourismus

DMO 2023 – Beispiel für Frauenfeld



DMO 2023 – Das ganze Bild



Nicole Esslinger
Produktmanagerin
Kreuzlingen-Untersee-Rhein



Anja Signer
Produktmanagerin
Frauenfeld-Thurtal-Hinterthurgau



Vanessa Hungerbühler
Produktmanagerin
Oberthurgau

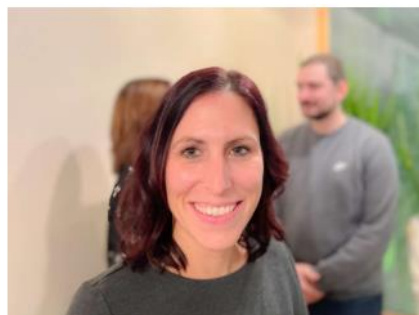
Neue Mitarbeiterinnen



Natascha Albrecht

- Gästeservice Arbon

T: [+41 71 531 01 78](tel:+41715310178)



Franziska Bresciani

- Gästeservice Arbon

T: [+41 71 531 01 76](tel:+41715310176)



Tanja Meyer

- Gästeservice Arbon

T: [+41 71 531 01 77](tel:+41715310177)



Claudia Brändle

- Gästeservice Frauenfeld

T: [+41 71 531 01 71](tel:+41715310171)



Sabrina Stengele

- Gästeservice Frauenfeld

T: [+41 71 531 01 72](tel:+41715310172)

Tourismus-Infostelle Frauenfeld (Eröffnung 1. Februar 23)



Mitmachmöglichkeiten



Veranstaltungen eintragen

Ob Veranstaltungen im Theater, Festivals oder Sportevents: Der Thurgau hat einen reich gefüllten Veranstaltungskalender vorzuweisen. Hier können Sie als Mitglied von Thurgau Tourismus touristische Events im Kanton Thurgau eintragen und bewerben. Bitte lesen Sie zuerst [diese Anleitung zum Erfassen der Events](#) durch.

anmeldung@gu.ch

Als wen können wir uns bei Rückfragen wenden? (bitte nicht veröffentlicht)

Name:
 Telefon: Mobil:
 E-Mail:

Für wen erfassen Sie die Veranstaltung?

Veranstalter:

PLZ: Ort:

Bitte erfassen Sie das Titel der Veranstaltung

Titel:

Bitte erfassen Sie das Veranstaltungsdatum

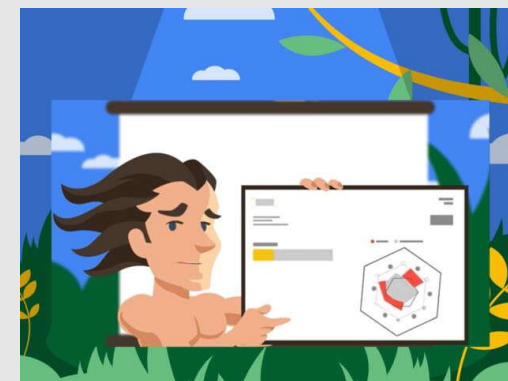
Beginn: Ende:

Bitte erfassen Sie die Veranstaltungsorte

Ort:

Bitte erfassen Sie die Kontaktinformationen zur Veranstaltung

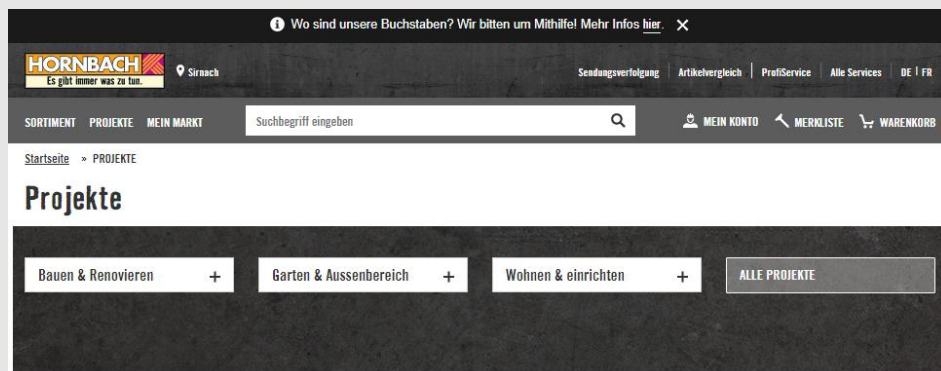
Foto:
 Logo:





Inputs Content-Marketing



Hornbach



Wo sind unsere Buchstaben? Wir bitten um Mithilfe! Mehr Infos [hier](#) X

HORNBACH   Sirmach
Es gibt immer was zu tun.

Sendungsverfolgung | Artikelvergleich | ProfiService | Alle Services | DE | FR

SORTIMENT PROJEKTE MEIN MARKT Suchbegriff eingeben 🔍 MEIN KONTO MERKLISTE WARENKORB

Startseite » PROJEKTE

Projekte

Bauen & Renovieren + Garten & Aussenbereich + Wohnen & einrichten + ALLE PROJEKTE

Möbel bauen (49)



Camper ausbauen

Am Ende der Ausrede beginnt Dein Van Ausbau. Egal ob Du zu den Profis unter den Hobbyhandwerkern gehörst oder nicht, wir zeigen Dir wie Camper Ausbau geht. Mit allem drum und dran.



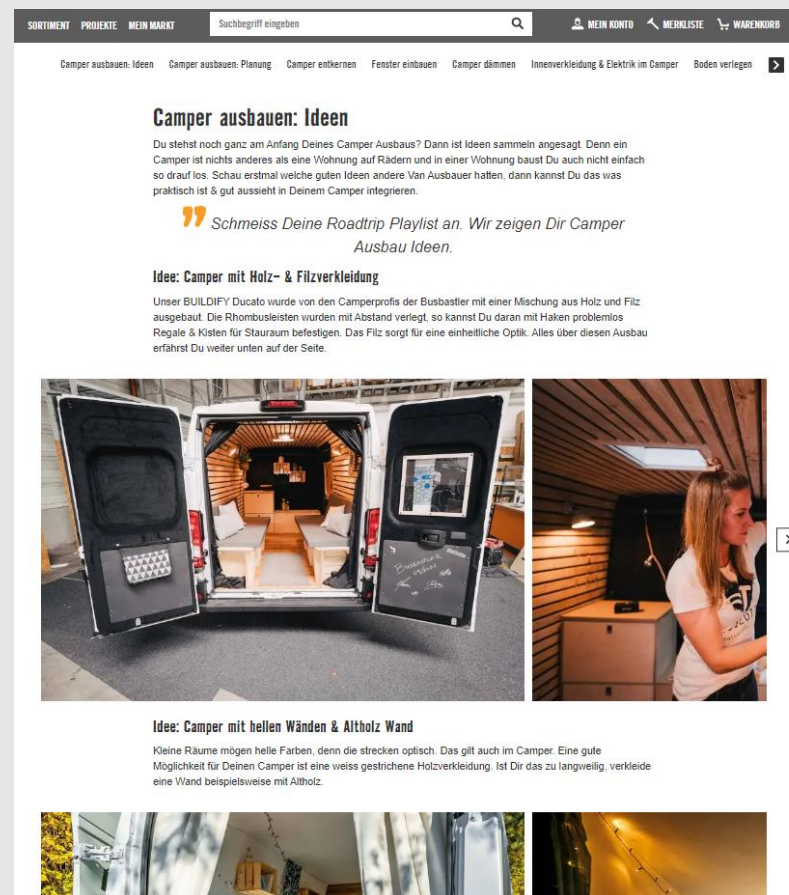
Camper Möbel auswählen

Schlafen, kochen, Stauraum. Alle Möbel die Du dafür in Deinem Camper brauchst, gibt's von BUILDIFY als Bausatz. Aufbauen & los geht's.



Holzliege selber bauen

Hol Dir das Jetset-Leben in den eigenen Garten. Die extravagante BUILDIFY Sonnenliege Jackie verspricht einen besonderen Charme. Sie steht fest auf der Erde, doch Du fühlst Dich darauf wie auf Wolke sieben. Mit praktische...[mehr](#)

SORTIMENT PROJEKTE MEIN MARKT Suchbegriff eingeben 🔍 MEIN KONTO MERKLISTE WARENKORB

Camper ausbauen: Ideen Camper ausbauen: Planung Camper entkernen Fenster einbauen Camper dämmen Innenverkleidung & Elektrik im Camper Boden verlegen ▶



Camper ausbauen: Ideen

Du stehst noch ganz am Anfang Deines Camper Ausbaus? Dann ist Ideen sammeln angesagt. Denn ein Camper ist nichts anderes als eine Wohnung auf Rädern und in einer Wohnung baust Du auch nicht einfach so drauf los. Schau erstmal welche guten Ideen andere Van Ausbauer hatten, dann kannst Du das was praktisch ist & gut aussieht in Deinem Camper integrieren.

” Schmeiss Deine Roadtrip Playlist an. Wir zeigen Dir Camper Ausbau Ideen.



Idee: Camper mit Holz- & Filzverkleidung

Unser BUILDIFY Ducato wurde von den Camperprofis der Busbastler mit einer Mischung aus Holz und Filz ausgebaut. Die Rhombusteile wurden mit Abstand verlegt, so kannst Du daran mit Haken problemlos Regale & Kästen für Stauraum befestigen. Das Filz sorgt für eine einheitliche Optik. Alles über diesen Ausbau erfährst Du weiter unten auf der Seite.

Idee: Camper mit hellen Wänden & Altholz Wand

Kleine Räume mögen helle Farben, denn die strecken optisch. Das gilt auch im Camper. Eine gute Möglichkeit für Deinen Camper ist eine weiss gestrichene Holzverkleidung. Ist Dir das zu langweilig, verkleide eine Wand beispielsweise mit Altholz.

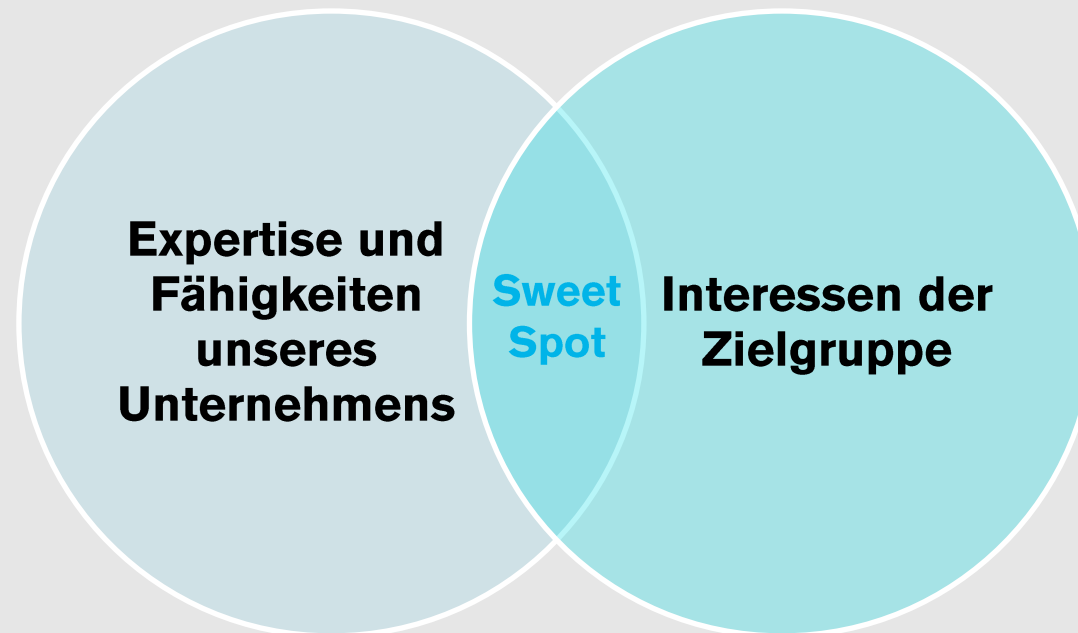



Ablauf

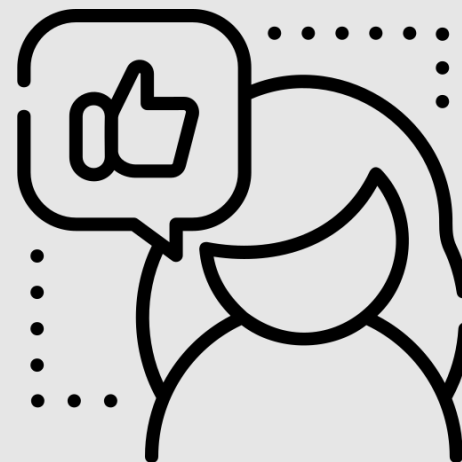
- Einführung Content Marketing
- Storytelling-Ansatz (Themen & Formate & Kanäle)
- Redaktions- und Ressourcenplanung
- Content Marketing Strategie
- Content Produktion
- Tourismus zum Mitmachen

Was ist Content Marketing?

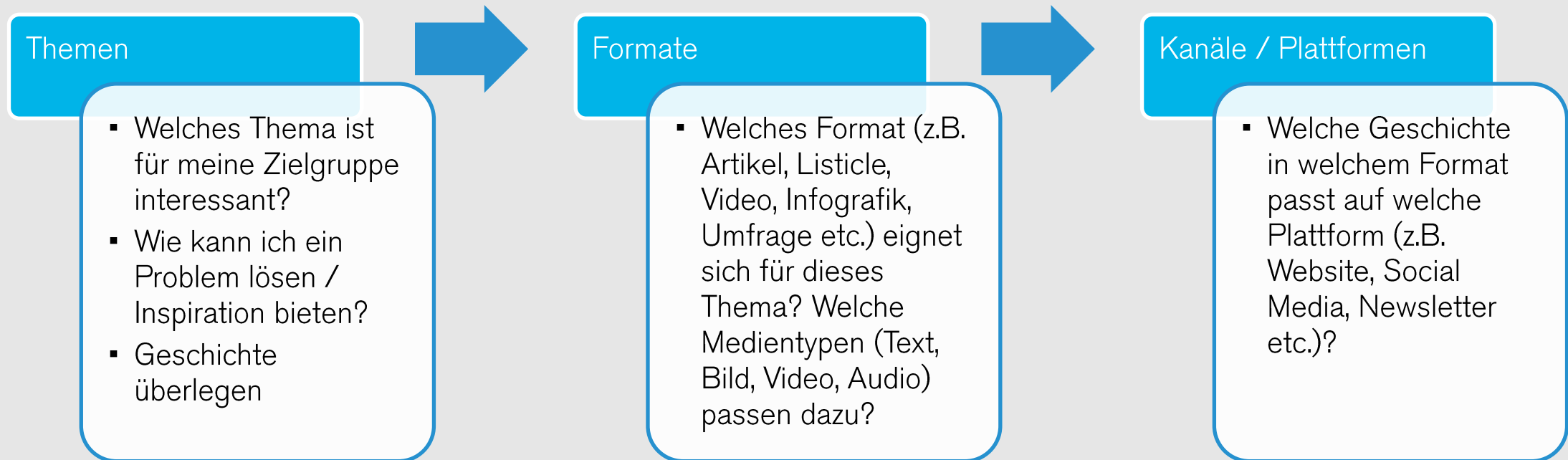
Nicht die positive Darstellung der eigenen Organisation oder des eigenen Produktes steht im Mittelpunkt → sondern nützliche Infos, spezielles Wissen, beratende Inhalte oder attraktive Unterhaltung



Vorteile Content Marketing



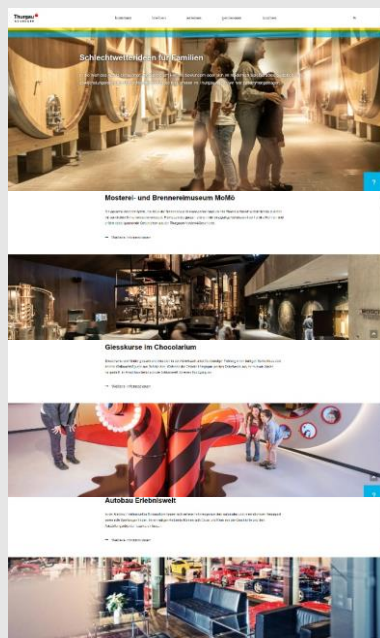
Der Storytelling-Ansatz



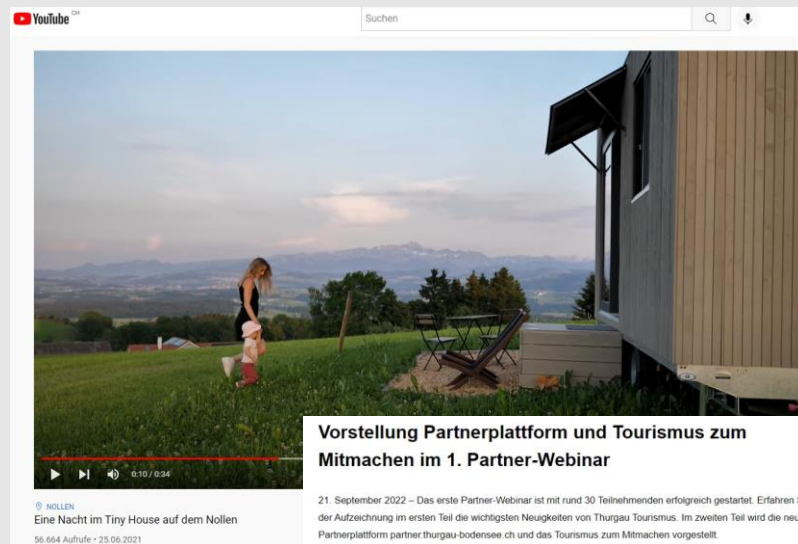
Tipps zur Themenfindung

Kanal	Tool	Themenfindung
Website	Google Analytics (Similarweb.com)	Welche Inhalte funktionieren gut? Wer ist die Zielgruppe?
Social Media	Direkt über Facebook, Instagram, Pinterest, Tiktok, Youtube oder über Drittplattform (z.B. Dirico)	Welche Inhalte funktionieren gut? Wer ist die Zielgruppe?
Newsletter	Direkt über Newsletter-Tool	Welche Inhalte funktionieren gut?
E-Mail / Telefon / vor Ort		Welche Fragen werden oft gestellt?
Konkurrenz / ähnliche Betriebe	Similiarweb.com und direkt auf Website / Social Media / Newsletter	Welche Inhalte haben die Mitbewerber auf den verschiedenen Kanälen? Wer ist Zielgruppe der Mitbewerber? Was gibt es schon?
Extern	trends.google.com / answerthepublic.com / pinterestpredicts.com / trends.pinterest.com / tiktok.com	Wonach suchen die User? Welche Trends gibt es aktuell auf Social Media?
Intern		Was kann ich als Marke erzählen? Welche spannende Geschichten verstecken sich in unserem Betrieb? Was haben unsere Mitarbeitenden zu erzählen? Erfahrungsberichte oder Produkttest

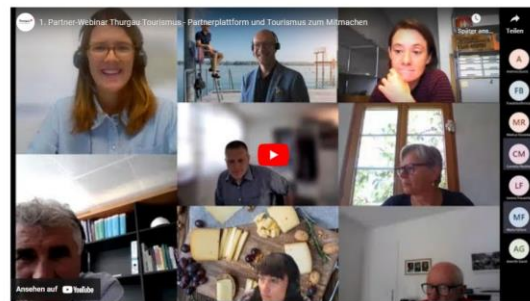
Formate



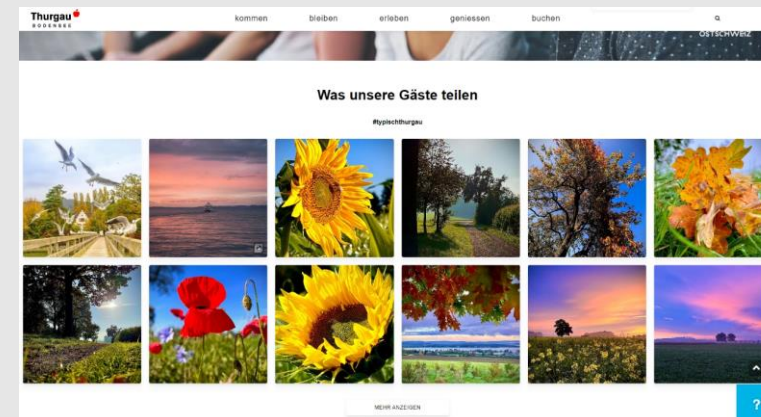
Listicle



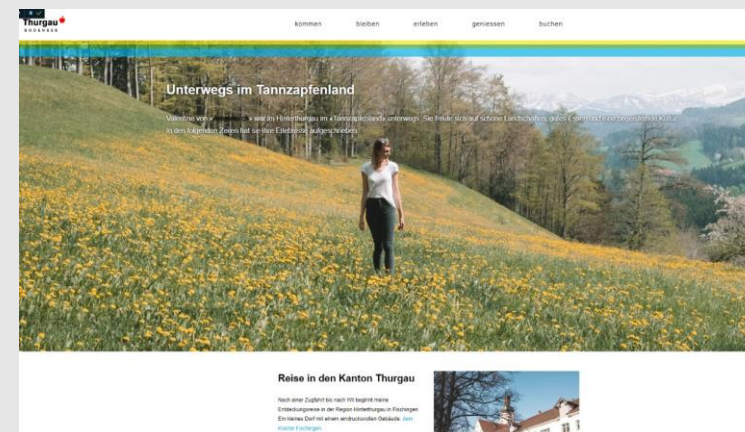
Video



Webinar



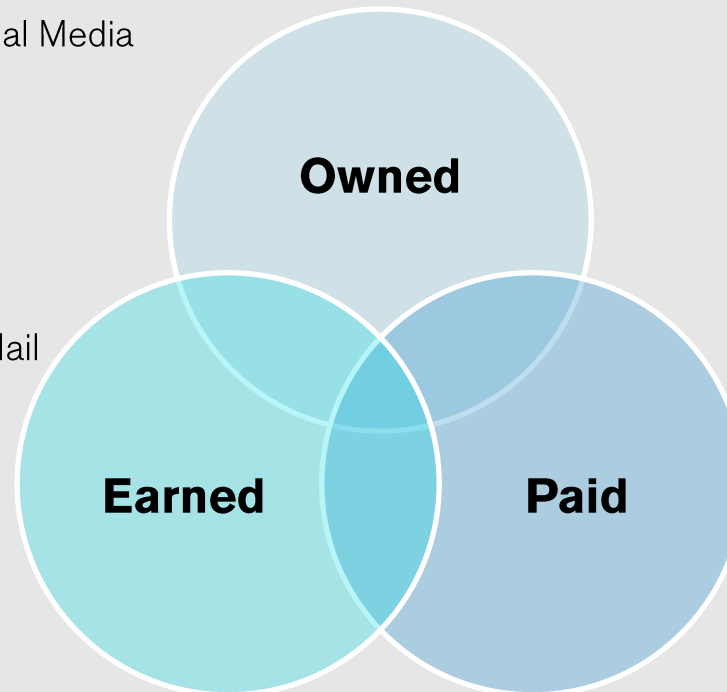
Bildergalerie



Gastartikel

Kanäle für Content-Distribution

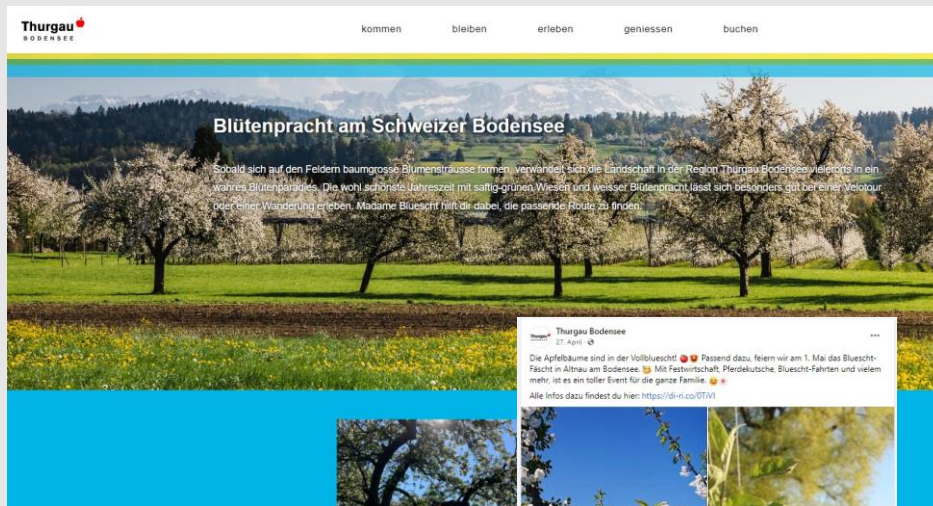
Eigene Website
Eigene Kanäle auf Social Media
Eigener Newsletter
Eigene Bildschirme
Eigener Podcast
Eigener Blog
Eigene Broschüre
Eigene Apps
Gästeinfo / Telefon / Mail



Shares auf Social Media
Medienberichte (unbezahlt)
Backlinks auf anderen Websites
SEO
Bewertungen oder Produkt Reviews von Gästen und Influencern (Word of mouth)
Kostenlose Berichterstattung über TGT (z.B. Integration in Listicle)
Website von Partnerunternehmen

Bezahlte Medienberichte im Radio, Online, Print, TV
Bezahlte Ads auf Social Media und Google (SEA)
Online Banner Ads
Bezahlte Influencer und Journalisten
TV Werbung
Bezahlte Marketingleistungen über TGT

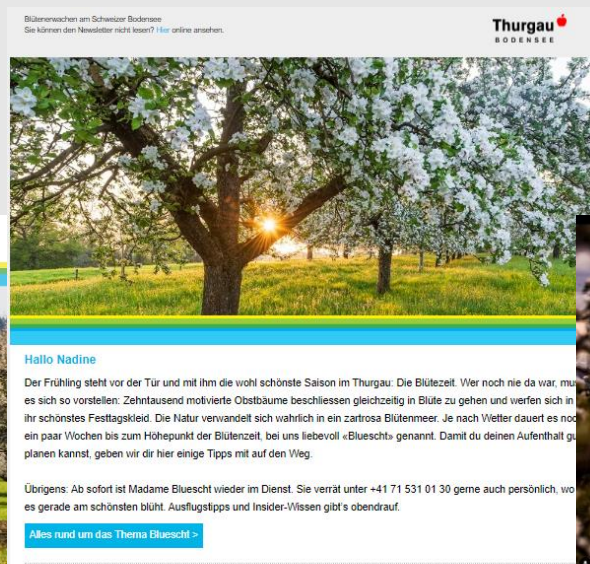
Kanäle - Owned



Content Hub auf Website



Facebook

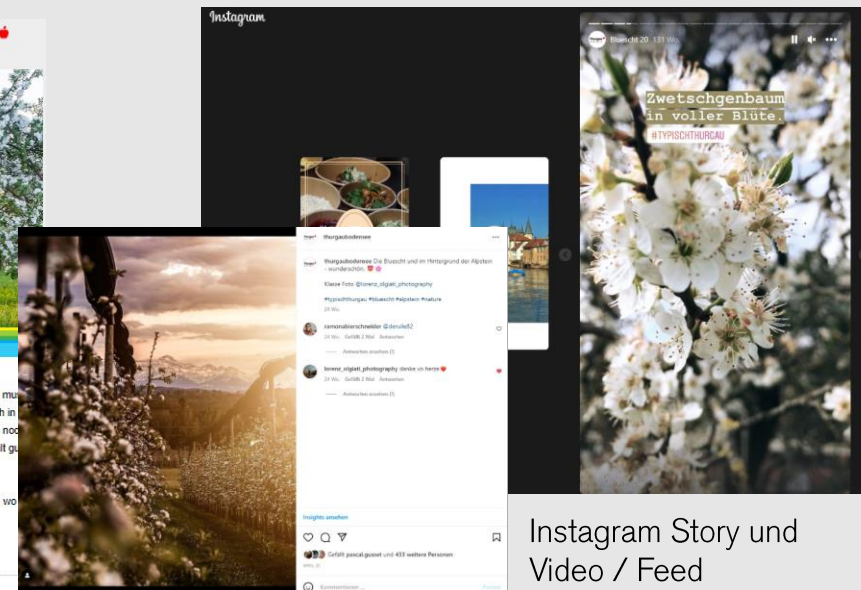


Aktiv durch die Bluescht



Möchtest du gerne aktiv in das Blütenmeer eintauchen? Die Bluescht-Veloutour und die ausgewählten Wandervorschläge führen quer durch die blühenden Obstwiesen.

E-Mail Newsletter



Instagram Story und Video / Feed



Magazin

Kanäle - Paid

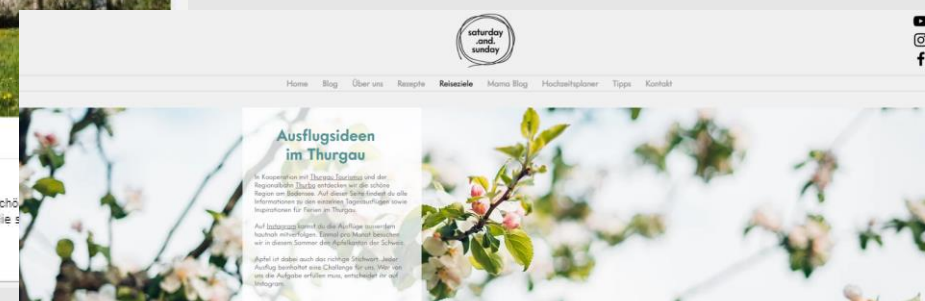


Bezahltes Ad auf Youtube



Bezahlte Ads auf Social Media

Sponsored Blogpost bei Influencern



Anzeige · www.thurgau-bodensee.ch/bluescht : 071 531 01 31

Das Naturschauspiel erleben | Bluescht-Velotour | Bluescht am...

Entdecken Sie Highlights während der Bluescht im Thurgau mit dem Velo oder zu Fuss. Wenn die Obstbäume blühen, verwandelt sich die Region Bodensee in ein Blütenparadies. Wanderrouten für alle. Angebote für Kinder. Stadtnahe Naturerlebnisse. Für Naturliebhaber. Ziele: Arbon, Frauenfeld, Romanshorn, Kreuzlingen, Hinterthurgau, Sonnenecke, Untersee & Rhein, Weinfeldern

SEA-Anzeigen auf Google

Blogartikel zu den einzelnen Ausflügen

Alle Blogartikel zum Thurgau auf einen Blick

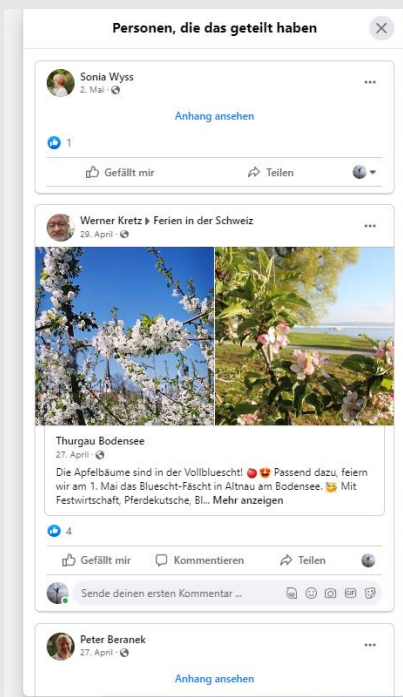


Ein blühender Ausflug ins Thurgau

Ich liebe den Frühling, wenn alles blüht, man wieder die Sonne auf der Haut spürt und Ausflüge in die Natur machen kann. Besonders schön...

6 Kommentare

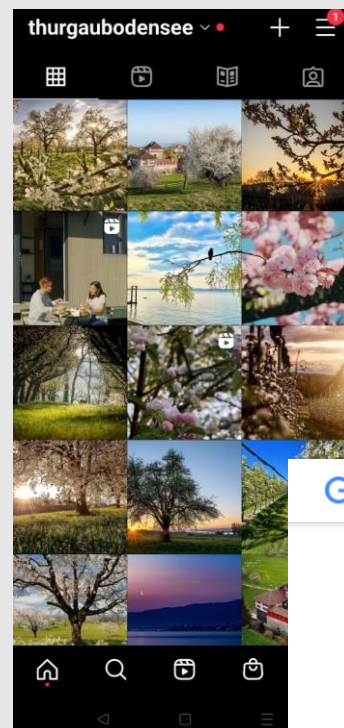
Kanäle - Earned



Shares auf Facebook

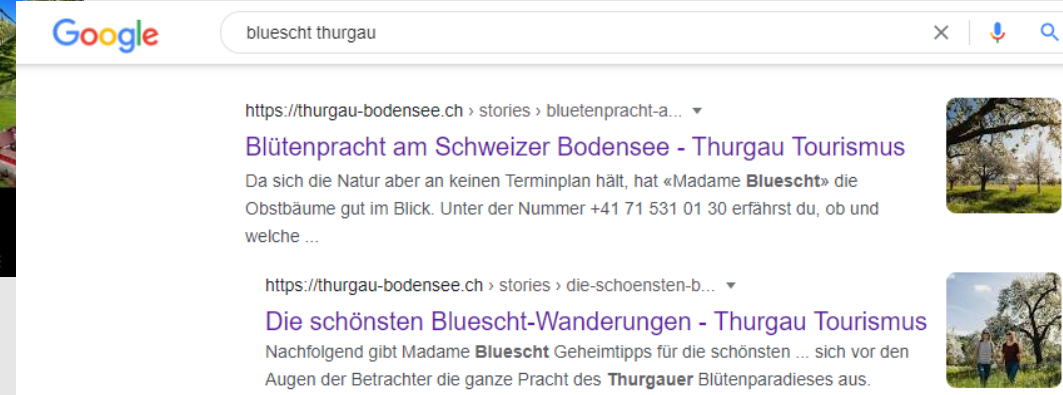


User Generated Content auf Instagram



Kostenlose Publikation in Print- und Onlinemedien

Organisches Ranking (SEO) auf Google



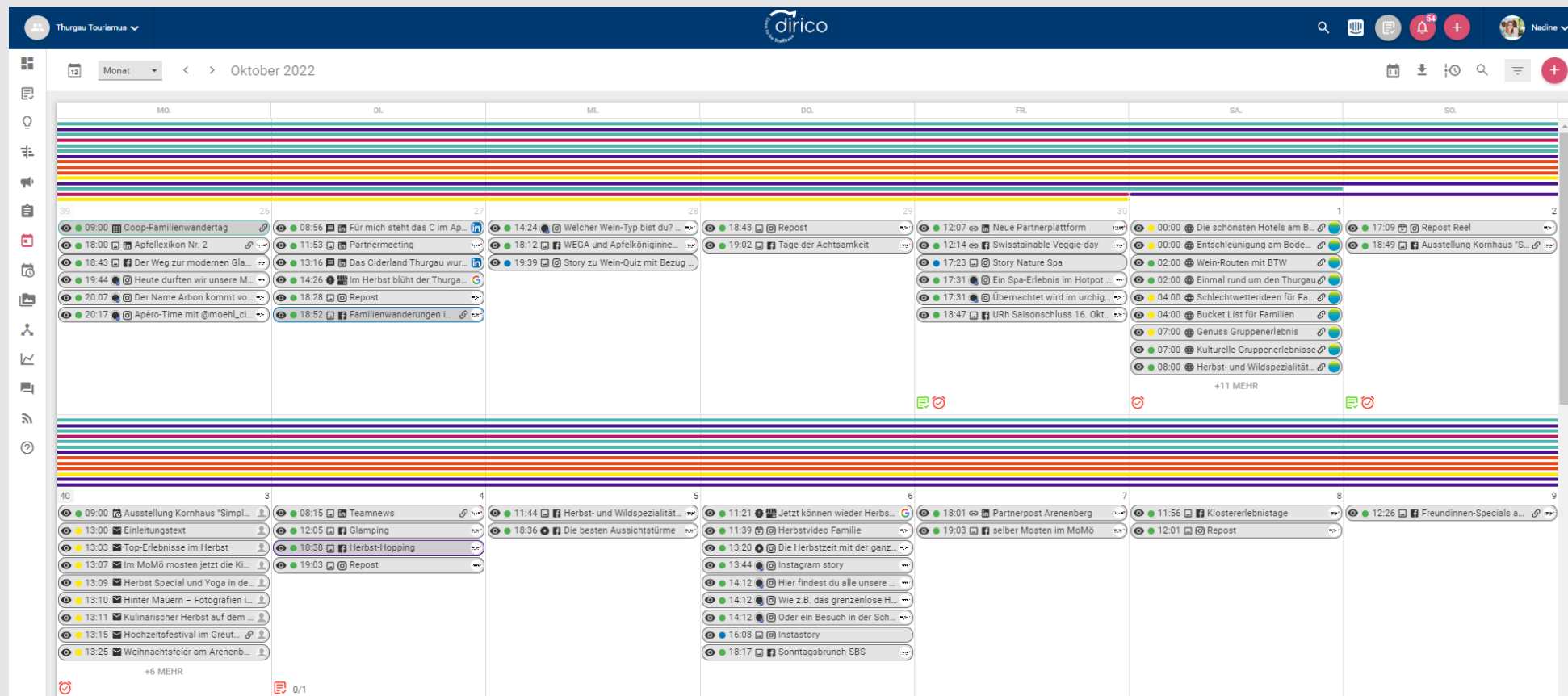
Redaktionsplanung - Thema

Thema	Format	Inhalt	Plattform	Veröffentlichung	KPI
Bluescht	Listicle	Die 10 schönsten Wanderungen durchs Blütenmeer	Eigene Website	01.04.2022	Anzahl Seitenaufrufe / Durchsch. Verweildauer auf der Seite
			Instagram Paid	01.-30.04.2022	Cost per Click
			Facebook Organisch	03.04.2022	Reichweite, Anzahl Reaktionen
			Newsletter	04.04.2022	Öffnungsrate / Klicks auf Beitrag
	Video	Ein Tag in der Bluescht	Youtube	01.04.2022	Anzahl Aufrufe / Durchsch. Abspieldauer
			Facebook Paid	08. – 28.04.2022	Cost per View
Aktiv unterwegs	News	Neue Velo-Rallye mit Sammelchallenge	Eigene Website	01.05.2022	Anzahl Seitenaufrufe / Durchsch. Verweildauer auf der Seite

Redaktionsplanung - Datum

Tag	Website	Facebook	Instagram	Newsletter	Youtube	Medien
01.04	Neues Headerbild Frühling	Partnerangebot Thurbo	Bild UGC Bluescht		Video Bluescht	Medienmitteilung an Verteiler schweizweit, Thema Bluescht
02.04	Listicle: Die 10 schönsten Wanderungen durchs Blütenmeer	Listicle Bluescht-Wanderungen, mit Bild Bluescht in Egnach	Story mit Bluescht-Wanderungen			
03.04	News Osterangebote	Start bezahlte Kampagne, Thema Bluescht, Zielgruppe Deutschschweiz, Budget 1000.-	Video Bluescht			Medienreise Saturday & Sunday
04.04	Story Madame Bluescht	Tipps für Ostern als Karussell	Bild UGC Bluescht	Listicle Wanderungen Event Blueschtfest Story Madame Bluescht Partnerangebot MoMö		
05.04 (Karfreitag)		Story Madame Bluescht	Bild UGC Ostern			

Redaktionsplanung – Tool (Dirico)

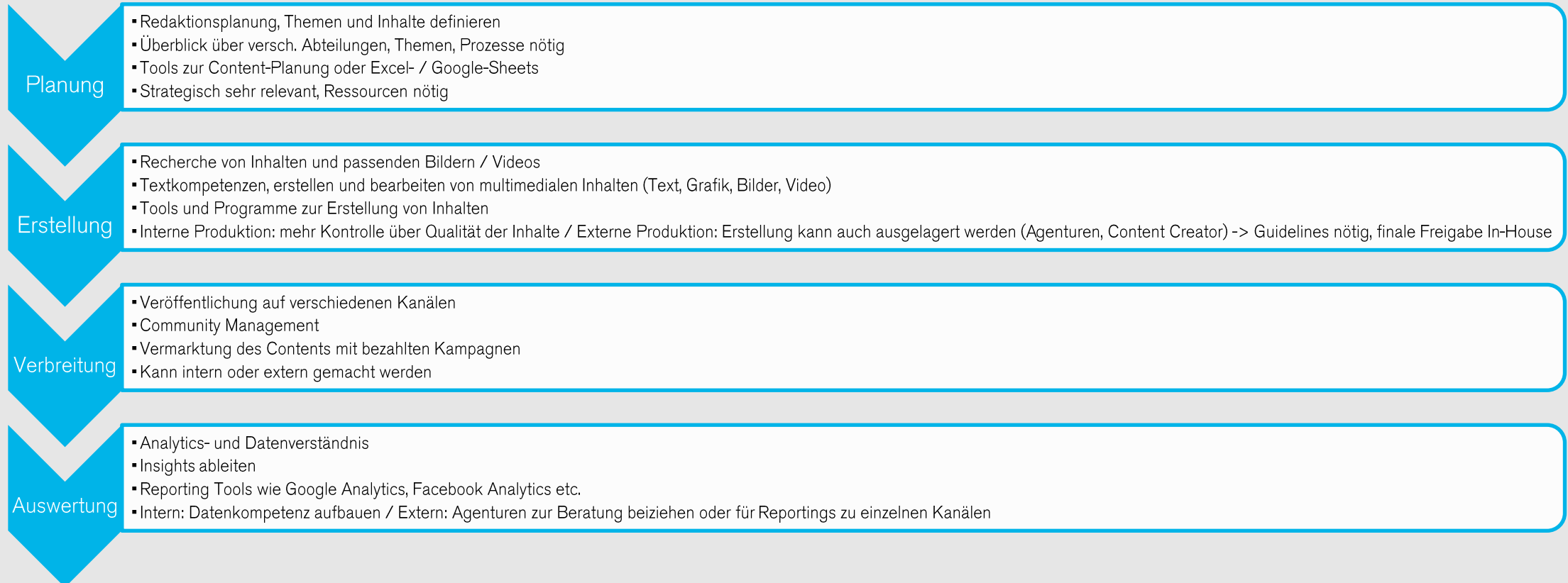


The screenshot displays the Dirico editorial planning tool interface. At the top, there is a navigation bar with the user's name 'Nadine' and various utility icons. Below this, a calendar view for 'Oktober 2022' is shown, with days of the week (MO., DI., MI., DO., FR., SA., SO.) as columns. The main area is a grid where each cell represents a day and time slot, containing a list of planned content items. Each item includes a time slot, a platform icon (e.g., Facebook, Instagram, LinkedIn), and a brief title. For example, on Monday, October 3rd, there is a 'Coop-Familienwandertag' at 09:00. On Friday, October 7th, there is a 'Partnerpost Arenenberg' at 18:01. The interface also features a left sidebar with navigation icons and a bottom status bar with a red notification icon and the text '+6 MEHR'.

Content Management Tools

Tool	Kosten
Dirico	https://dirico.io/preise/
Facelift	https://facelift-bbt.com/de/pricing
Socialhub	https://socialhub.io/de/preise/
Hootsuite	https://www.hootsuite.com/de/tarife
Swat.io	https://swat.io/de/preise/
Semrush	https://de.semrush.com/prices/
Scrompler	https://scompler.com/preise/ (1 Nutzer gratis)

Ressourcenplanung



Content Marketing Strategie

- Welche **Ziele** möchtest du mit Content Marketing erreichen?
- Wen möchtest du ansprechen? → **Zielgruppe** definieren und analysieren
- Wo liegt deine Expertise und der **Sweet Spot**? → Themen definieren
- Welche **Formate** passen dazu?
- Welche **Kanäle** passen dazu?
- Was macht die **Konkurrenz**?
- Welche **Ressourcen** sind nötig?
- Wie lässt sich der Erfolg **messen**?
- Welche **Tools** sind nötig?

Content Produktion: Wortwahl – kurz, knackig, konkret

- Kurze Wörter, wenig Fachjargon/Fremdwörter
- Schmückende Adjektive nicht unnötig häufen, dort wo sie unterscheiden einsetzen
- Kräftige und ausdrucksstarke Verben, *keine Häufung von haben, sein, werden, -ieren*
- Konkrete Nomen, keine unnötigen Substantivierungen, *Nomen auf -ung, -heit, -ion meiden*
- Kein «Beamtenprech»: *durchführen, erfolgen, hinsichtlich, seitens, zwischenzeitlich, bezüglich*
- Füllwörter und Floskeln streichen: *im Wesentlichen, selbstverständlich, insbesondere, eigentlich*
- Unnötige Zusammensetzungen vermeiden: *«Themen» statt «Themenbereiche»*
- Konkret schreiben – nicht abstrakt: *«Vor dem Haus steht ein Haselnussstrauch.»*, nicht ein *«Baum»*
- Aktiv statt passiv: *«Wir laden Sie ein.»*, nicht *«Eine Einladung wird folgen.»*

Content Produktion: Transparente Sätze

- Optimale Satzlänge für online: 12 Wörter
- Zwischen kurzen und mässig langen Sätzen variieren
- Verschachtelte Sätze zerlegen: eine Info pro Satz.
- Hauptsachen in Hauptsätze, Nebensachen in Nebensätze
- Für 10-Jähriges Kind schreiben



Content Produktion: Gute Texte lohnen sich

Journalistisch guter Text = gutes Google-Ranking!



Content Produktion: Bilder und Videos

- Passend zu Thema
- Relevanz
- Aktualität
- Realitätsgetreu
- Hoch- oder Querformat je nach Kanal
- Beschriftung
- Lizenz klären
- Bildgrösse: mindst. 1 MB, mindst. 4000 Pixel auf der breiten Seite



Content Produktion: Videos

- Dauer je nach Kanal
- Logo und Call to Actions integrieren
- Storytelling / Aufbau
- Bild & Ton kombinieren
- Kurze Szenen / Videos
- Helle Farben für kleine Mobile Screens
- Grosse Schrift (wo nötig)
- Qualität muss stimmen



**Himmelbett - Schlafen
unterm Apfelbaum auf eine...**

Content Richtlinien

- Zielgruppe und Personas je Kanal
- Ansprache per Du / per Sie und direkt / indirekt
- Allfällige Fremdsprachen (EN, FR, IT)
- Gendern (Geschlechtsneutrale Formulierung, w und m abwechseln, Sternchen, Schrägstrich)
- Themenwahl
- Schreibstil (Emojis, humorvoll)
- Bild- und Videowelt



Tourismus zum Mitmachen – Content Produktion

<https://partner.thurgau-bodensee.ch/de/dienstleistungen.html>



Fotoshooting



Smovie-Produktion



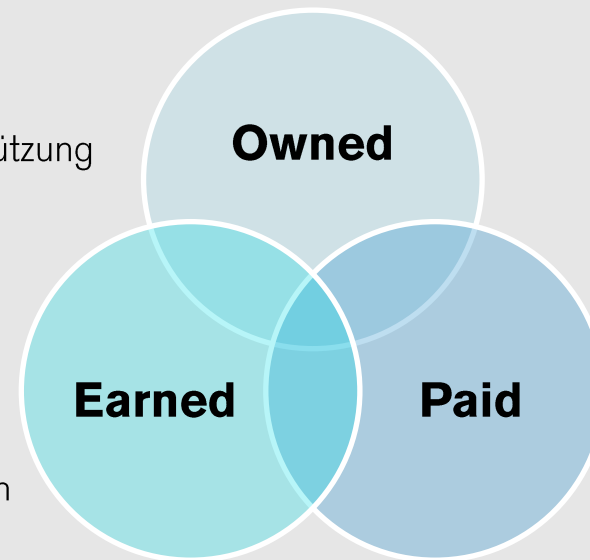
Videoproduktion

Tourismus zum Mitmachen – Content Distribution

<https://partner.thurgau-bodensee.ch/de/dienstleistungen.html>

Tomas Buchungssystem
Digital Fitness Check
Individuelle Beratung und Unterstützung

Content an TGT liefern für kostenlose Integration
Veranstaltungskalender TGT



Beitrag Gäste-Newsletter
Bildschirm-Werbung
Wochentipps
Beitrag auf Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn
Integration in Facebook-Kampagne
Kooperation Influencer
Newseintrag oder Erlebnis-Story

Noch mehr Wissen

- Tipps und Tricks von TGT: <https://partner.thurgau-bodensee.ch/de/tipps-tricks.html>
- Tools: <https://app.digital.fitness/tools>*
- Online Learnings: <https://app.digital.fitness/nanodegrees> *
- Online-Kurse von Google: <https://learndigital.withgoogle.com/atelierdigital-de/courses>

* Kategorie «Content» auswählen

Vielen Dank für die Teilnahme!



Nächstes Webinar

- Dienstag, 21. Februar 2023
- 14.00 Uhr
- Thema: Nachhaltigkeit