

Projekt 81: „Kommunikationskonzept EdelSteinLand“, Idar-Oberstein

Projektträger: Stadt Idar-Oberstein (Öffentliche Projektträgerin)

Maßnahmen:

- Botschaft des EdelSteinLandes auf möglichst vielen Kanälen präsentieren
- Vereinheitlichung und Steigerung der Authentizität der Außenwirkung
- Aktive Zielgruppenadressierung über neue Kanäle mit emotional aufbereiteten Inhalten
- Die Zusammenarbeit mit der Agentur begann mit gemeinsamen Workshops, zu den Schwerpunkten des Kommunikationskonzepts. Diese waren Konzeption und Umsetzung eines Blogs als zentrales Element für das Storytelling und Konzeption von Social Media Aktivitäten für Kampagnen auf Facebook und Instagram
- Hierzu erfolgten auch Fotoshootings zur Erstellung emotional ansprechender Bildstrecken und Videos.
- Auf dem neu entstandenen EdelBlog werden Erlebnisberichte aus dem EdelSteinLand veröffentlicht, die Besucher über ein intuitiv zu bedienendes Tool hochladen können. Ebenso haben Leistungsträger die Möglichkeit, sich und ihre Angebote vorzustellen.
- Auf EdelEvents werden innerhalb des Blogs Veranstaltungen in der Region gelistet. Auch diese werden von den Veranstaltern hochgeladen.
- Über weitere Blogseiten wurden drei Social Media-Kampagnen erstellt: Hausbesuch, EdelGlück und EdelWalk. Beim „Hausbesuch“ wird die Seite [echtedel.com](https://www.edelblog.de/hausbesuch), die regionalen Schmuckschaffenden und der auf der Seite angesiedelte Schmuck Shop beworben. Hieraus entstand in Zusammenarbeit mit Schmuckschaffenden, Hoteliers, Gastronomie und dem Industriedenkmal Bengel das Pauschalangebot „ManufakTour“.
- Dies wurde flankierend mit der Kampagne „EdelGlück“, einem Gewinnspiel, auf Social Media werblich unterstützt.
- Der EdelWalk ist ebenfalls auf einer Unterseite des EdelBlogs zu finden und stellt sehenswerte, teils bekannte, teils weniger bekannte Plätze in der Stadt Idar-Oberstein dar und lädt ein, angelehnt an einen Insta-Walk, einen eigenen Rundgang mit Fotos zu erstellen und auf dem EdelBlog sowie auf Instagram zu posten.
- Hier die Links:
 - - zum EdelBlog <https://www.edelblog.de/>
 - - zur Kampagne „Hausbesuch“ <https://www.edelblog.de/hausbesuch>
 - - zur Kampagne „EdelWalk“ <https://www.edelblog.de/edelwalk>
 - Die Kampagne „EdelGlück“ ist offline, da es eine zeitlich begrenzte Aktion war.
- Weiterhin wurde ein Imagevideo erstellt, das in einer zukünftigen Kampagne eingesetzt wird.

Ziel:

- Bekanntheit innerhalb der Zielgruppen über digitale Medien zu steigern und mit positiven Emotionen verknüpfen
- Alleinstellungsmerkmal Schmuck und Edelsteine der Urlaubsregion offensiv verbreiten
- Touristische Wirtschaftsförderung generieren

Der EdelBlog und die EdelEvents verzeichnen stetig ansteigende Klickraten. Aus den Einträgen werden regelmäßig Social Media Posts erstellt, die mit dazu beitragen, dass unsere Followerzahlen und Reichweiten in den Sozialen Netzwerken erfreulicherweise stetig ansteigen.

Umsetzung: Januar 2021 bis Oktober 2021 als Basis und kontinuierliche Fortführung

Gesamtinvestition:	34.000,00 € netto	(laut Zuwendungsbescheid)
Zuwendungsfähig:	34.000,00 € netto	Zuwendungssatz: 60 %
Gesamt-Zuschuss:	20.400,00 €	(aus Landesmitteln (FLLE))