

NYHED

Pakke 1

- Synlighed på VisitSilkeborgs digitale platforme med 1-3 billeder + beskrivende tekst (DA/EN/TY). Pakken dækker ikke oversættelse. Kan tilkøbes
- Del af den generelle fortælling om Silkeborg Søhøjlandet
- Mulighed for at blive del af produktkendskabsture for relevante aktører
- 'Det Sker i Silkeborg' begivenhedsoversigt, ugentlig
- 'Danmarks Outdoor Hovedstad' nyhedsbrev, 4 x årligt

1.500 kr.

Pakke 2

- Del af den generelle fortælling om Silkeborg Søhøjlandet
- Mulighed for at blive del af produktkendskabsture for relevante aktører
- 'Det Sker i Silkeborg' begivenhedsoversigt, ugentlig
- 'Danmarks Outdoor Hovedstad' nyhedsbrev, 4 x årligt

Spiseguiden i samarbejde med VisitSkanderborg (oplag: 12.000)

Helside (1/1) + markering på by/områdekort **2.500 kr.**

Opslag (2/1) + markering på by/områdekort **3.500 kr.**

Pakke 3

(Målgruppe: lejrskole)

- Profilerings på fælles kampagneside
- Adwords eller trykt kampagne
- 'Det Sker i Silkeborg' begivenhedsoversigt, ugentlig
- 'Danmarks Outdoor Hovedstad' nyhedsbrev, 4 x årligt

3.500 kr.

Pakke 4

- Del af den generelle fortælling om Silkeborg Søhøjlandet
- Del af destinationskampagne i DK, NO & TY
- Mulighed for at blive del af produktkendskabsture for relevante aktører
- Mulighed for presse/influencer besøg
- Netværksmøder
- 'Det Sker i Silkeborg' begivenhedsoversigt, ugentlig
- 'Danmarks Outdoor Hovedstad' nyhedsbrev, 4 x årligt

Oplevelsesguiden 'What to do' (oplag: 30.000 + øget distribution)

Rubrikannonne + markering på by/områdekort **5.500 kr.**

Opslag (2 /1) + markering på by/områdekort **8.500 kr.**

Tilkøb

- Oversættelse af beskrivende tekst fra **500 kr.**
- 15% Oplevelsessamarbejdet, pr. produkt **1.000 kr.**
- Markering på by/områdekort (oplag: 25.000) **1.500 kr.**
- Digitale skilte, Horsensvej & Århusvej (NB: KUN events), pr. uge **1.200 kr.**
- Produktvideo (30-45 sek.) 1 stk. **6.500 kr.**
3 stk. **13.000 kr.**
- Eventflag i byrummet (36 stk.) fra **35.000 kr.**
- Deltagelse i Skagerakposten, Norge fra **5.000 kr.**
- Deltagelse i lystfiskerkampagne, Tyskland spørg
- Deltagelse i vandreferiekampagne, Tyskland spørg
- Deltagelse i cykelkampagne, Tyskland spørg

Kontakt

+45 86 82 19 11

info@silkeborg.com

DEADLINE (pakker) 1. februar 2019

Møde- & konferencepakke 1

- Tilknyttet **incomingfunktion**
- Netværksmøder min. 3 gange årligt
- Synlighed på fælles website og LinkedIn
- Omtale i fælles profilmaterialer
- Del af destinationskampagne
- Mulighed for omtale i nyhedsbrev, der udsendes 2-3 gange årligt
- Deltagelse i site inspections/studieture for møde- og eventbookere
- Mulighed for repræsentation på presseture
- Samarbejde med Kursuslex

12.000 kr.

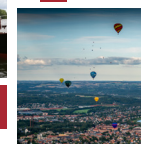
Møde- & konferencepakke 2

- Tilknyttet **incomingfunktion**
- Netværksmøder min. 3 gange årligt
- Synlighed på fælles website og LinkedIn
- Omtale i fælles profilmaterialer
- Del af destinationskampagne
- Mulighed for omtale i nyhedsbrev, der udsendes 2-3 gange årligt

6.000 kr.

Tilkøb:

- Deltagelse på møde- og eventmessen spørg
- Produktvideo (30-45 sek.) 1 stk. **6.500 kr.**
3 stk. **13.000 kr.**



VisitSilkeborg varetager destinationsmarkedsføringen af Silkeborg på nationalt og internationalt plan. I 2019 har vi fokus på markederne Danmark, Norge, Holland & Tyskland. Tyskland er et nyt marked, da vi ser stort potentiale for outdoordestinationen her. Markedsføringsaktiviteterne i de enkelte lande tilpasses efter hvert lands førende rejsetrends, interesseområder & ud fra hvem, vi kan indgå samarbejder med. De specifikke indsatsområder/aktiviteter uddybes nedenfor.

Danmark

I 2019 arbejder vi videre med at styrke brandidentiteten: Silkeborg Søhøjlandet - Danmarks Outdoor Hovedstad. VisitSilkeborg arbejder konkret hen imod at udvikle og synliggøre Silkeborg Søhøjlandet som en attraktiv og tiltrækkende ferie- og oplevelsesdestination i Danmark. Specielt København området & de større byer i Jylland er blandt målgruppen.

Aktiviteter rettes mod familier med børn i alderen 3-10 år & voksne par 30+ år uden børn. Inspiration, rejseguides/turforslag & øget kendskab er nøgle ord.

Udsnit af indsatsområder/aktiviteter

- Brandet - Danmarks Outdoor Hovedstad
- Cykling (MTB + Landevejs)
- Vandring
- Kulturruterne
- Spiseguide
- Oplevelsesguide
- Møde- & konference
- Lejrskoler
- Golf
- 15% Oplevelsessamarbejdet



Norge

I 2019 arbejder vi sammen med Business Region Aarhus videre med kommunikationskonceptet 'det er dejlig å være norsk - i Danmark!'. Silkeborg markedsføres specifikt som en del af (1) Friluftregionen & (2) Den Historiske Region.

Aktiviteter rettes mod familier med børn i alderen 0-16 år & voksne par 30+ år uden børn. Vi ønsker at inspirere & tematisere de mange gode produkter, vi har på hylderne i, så det er nemt for Nordmændene at få overblik over, hvad Silkeborg Søhøjlandet har at byde på.

Udsnit af indsatsområder/aktiviteter

- Business Region Aarhus kampagne 'Det er dejlig å være norsk - i Danmark'
- Skagerakposten
- Cykling
- Kunst og kultur



Tyskland

I 2019 arbejder VisitSilkeborg for første gang sammen med Business Region Aarhus om udviklingen af kommunikationskonceptet "Das dänische Seengebiet" som en del af den overordnet "Die dänische Ostsee" kampagne, der allerede er veletableret i Tyskland.

Skarpt segmenteret efter interesse med relevante cyklist-, vandre- & lystfisker-temaer ønsker vi at skabe rejse lyst hos målgruppen.

Udsnit af indsatsområder/aktiviteter

- Die dänische Ostsee kampagne
- Ostsee: Kurzurlaub & Herbst
- Cykling
- Lystfiskeri
- Vandring



Holland

I 2019 arbejder vi mod at positionere Danmark som en naturskøn campingdestination for familier med børn i alderen 0-16 år & voksne par 30+ år uden børn med gode muligheder for outdoor (lav puls), kultur- og madoplevelser i og udenfor den danske højsæson.

Udsnit af indsatsområder/aktiviteter

- Deltagelse på Hollands største feriemesse i Utrecht
- Deltagelse på campingmesse i Leeuwarden
- Cykling
- Attraktioner og oplevelser

