





Instagram Posts im Rahmen unserer Kooperation mit **urlaubsguru.de** seit Januar 2020. Aktion läuft bis September 2020. Beteiligt sind Landkreise, Heil- und Thermalbäder sowie Städte.

Verlinkung auf die zahlreichen Artikel über das Bayerische Golf- und Thermenland:
<https://www.urlaubsguru.de/deutschlandliebe/niederbayern-urlaub/>


Kurze Radtouren für Tagesgäste auf bayerisches-thermenland.de:



Tour auf dem Apfel-Radl-Weg und dem Wolfach-Radweg an der Donau im Passauer Land
Radtour | leicht
Der Apfel-Radl-Weg ist besonders im Frühling und Herbst ein Naturspektakel. Dann nämlich leuchten die Streuobstwiesen in den schönsten Farben und herrliche Düfte liegen in der Luft.
→ 41 km 1.401 m 1.306 m
[DETAILS](#)



E-Bike-Tour "Bahntrassenradeln, Baierwein und Kulturerlebnis"
Radtour | leicht
Beeindruckende Kostbarkeiten finden sich entlang der Rundtour "Bahntrassenradeln, Baierwein und Kulturerlebnis" im Regensburger Land.
→ 72 km
[DETAILS](#)



Weltenburg-Tour im Kelheimer Land
Radtour | leicht
Radeln Sie auf einer Rundtour im Herzen Bayerns zu Highlights wie dem Kuchlbauer Turm, Kloster Weltenburg und der Befreiungshalle Kelheim und genießen Sie eine kleine (R)Auszeit vom Alltag auf 35 Kilometern.
→ 35,2 km 1.336 m 1.336 m
[DETAILS](#)

#echtwohlig – das Thermenlandmagazin in einer Auflage von 72.000 Exemplaren. Vertrieb über Gesamtausgabe des IHK Niederbayern-Magazins u. Bayern-Ausgabe „Land und Berge“ von Juni-August.



Auch als Blättermagazin auf der Webseite des Bayerischen Golf- und Thermenlands zu lesen:
<https://prospekte.ostbayern-tourismus.de/echtwohlig-das-magazin-fur-das-bayerische-golf-und-thermenland/63375749>

Das Editorial fasst das Motto dieser Ausgabe zusammen:

Noch vor einem halben Jahr war unvorstellbar, was wir in diesem Frühling 2020 erleben: Das Coronavirus verändert alles, was unser Leben bereichert hat und uns selbstverständlich erschien. Grenzen sind geschlossen, Feste und Veranstaltungen für die nächsten Monate abgesagt, unsere Bewegungsfreiheit erheblich eingeschränkt, viele bangen um ihre Existenz. Unsere heilsamen niederbayerischen Thermalbäder sind bis auf Weiteres geschlossen, ebenso Golfplätze, Museen, Gastronomien und Hotelbetriebe.

Wir haben uns dennoch entschlossen, diese dritte Ausgabe von #ECHT WOHLIG zu machen. Als ein Hoffnungszeichen in beschränkten Zeiten. Wir leben in einer so wunderbaren Region, geprägt von herrlicher Landschaft, viel Kultur und Kulinarik und mit so vielen spannenden Menschen und Geschichten. Gerade jetzt erscheint es uns besonders wichtig, das zu zeigen, darüber zu schreiben, zusammenzuhalten. Das Magazin soll Unterstützer und Mutmacher sein. Und auch Anregung bieten, wie man sich vielleicht trotzdem mit dem Fahrrad, auf einer Wanderung oder bei Beobachtungen in der Natur derzeit Kraft holen kann.

Die Museen des Bayerischen Golf- und Thermenlands sind ein kleiner Schwerpunkt dieser Ausgabe. Sie bieten erstaunliche Rück-, Ein- und sogar Ausblicke. Leider sind nun auch die Museen derzeit geschlossen, ermöglichen aber auf ihren Webseiten den ein oder anderen virtuellen Museumsbesuch. Auch die niederbayerischen Thermen bieten zumindest virtuell die Möglichkeit, ein wenig einzutauchen. Die jeweiligen Webseiten informieren Sie über die aktuelle Situation – und hoffentlich bald über die Aussicht auf Wiedereröffnung. Die Bäder sind Oasen der Regeneration – nach all den derzeitigen Belastungen in vielen systemrelevanten Berufen können sie nach der Krise einen wichtigen Beitrag leisten.

Wir freuen uns, wenn Sie nun in unser vorliegendes Magazin eintauchen – und sich zumindest auf dem Papier verführen lassen, Niederbayern zu entdecken. Pläne schmieden ist erlaubt! Wir freuen uns auf die Rückkehr unserer Gäste, bleiben Sie gesund!

Kampagnen Heilwasser und Radfahren

Imagefilme und kurze Videoclips zu den Themen Radfahren und Heilwasser werden in Kooperation mit Landkreisen, Städten sowie den Heil- und Thermalbädern gedreht. Start, sobald Drehgenehmigungen wieder erteilt werden (Juni).

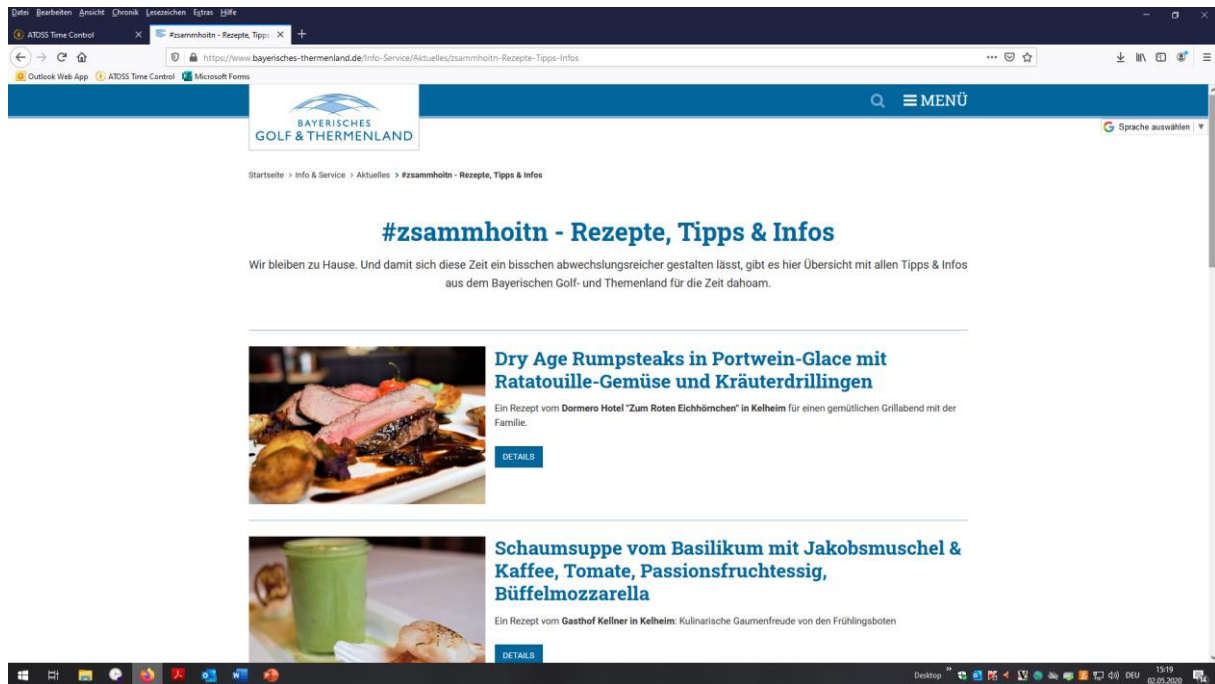
Daran schließt sich eine umfangreiche **Online-Kampagne** an (Budget: 25.000 Euro):

Ziel der Online-Kampagne ist es, das Bayerische Golf- und Thermenland mittels Video-Marketing als Rad-, Wellness- und Gesundheitsdestination bekannter zu machen. Eigens zu diesem Zweck werden ein Imagevideo sowie mehrere Trailer produziert. Zusätzlich werden themenspezifische Landingpages erstellt, auf die der Traffic aus den Video-Kampagnen weitergeleitet werden soll.

Vermarktungskanäle

- YouTube-Marketing
- Social-Media-Marketing (Facebook und Instagram)
- Pinterest-Marketing

Rezepte, Tipps und Infos unter #zsammhoitn auf bayerisches-thermenland.de



The screenshot shows a web browser window displaying the website <https://www.bayerisches-thermenland.de/Info-Service/Aktuelles/zsammhoitn-Rezepte-Tipps-Infos>. The page has a blue header with the logo and a search bar. The main content area is titled "#zsammhoitn - Rezepte, Tipps & Infos" and includes a sub-header "Wir bleiben zu Hause. Und damit sich diese Zeit ein bisschen abwechslungsreicher gestalten lässt, gibt es hier Übersicht mit allen Tipps & Infos aus dem Bayerischen Golf- und Thermenland für die Zeit dahoam." Below this, there are two recipe cards. The first card features a photo of a steak and vegetables, with the title "Dry Age Rumpsteaks in Portwein-Glace mit Ratatouille-Gemüse und Kräuterdrillingen" and a description: "Ein Rezept vom Domero Hotel 'Zum Roten Eichhörnchen' in Kelheim für einen gemütlichen Grillabend mit der Familie." The second card features a photo of a green soup, with the title "Schaumsuppe vom Basilikum mit Jakobsmuschel & Kaffee, Tomate, Passionsfruchtessig, Büffelmozzarella" and a description: "Ein Rezept vom Gasthof Kellner in Kelheim: Kulinarische Gaumenfreude von den Frühlingsboten." Both cards have a "DETAILS" button.

Reportagen in Bayerns Bestes – je acht Seiten zu Heilwasser (Juni) und Radfahren (August) unter Berücksichtigung der aktuellen Situation.

Niederbayerisches Heilwasser und Radfahren stärken erwiesenermaßen das Immunsystem. Unsere Thermen sind Oasen der Regeneration – nach all den derzeitigen Belastungen in vielen systemrelevanten Berufen können sie nach der Krise einen wichtigen Beitrag leisten.

03.06.2020	1/1 Seite Münchner Wochenanzeiger
05.06.2020	1/1 Seite Münchner Merkur Stadt & Landkreis München und TZ
05.06.2020	1/1 Seite Main-Echo Aschaffenburg
05.06.2020	1/1 Seite MainPost Würzburg
06.06.2020	1/1 Seite Fränkischer Tag Bamberg
06.06.2020	1/1 Seite Donaukurier



Pressearbeit in Kooperation mit unserer Agentur **Wilde & Partner Communications**

Beispiel für einen Presseartikel: Wie werde ich nach so viel #stayathome wieder fit?
Physiotherapeutin Martina Krompaß aus Bad Griesbach sagt Euch wie es geht!

Für Oktober 2020 ist eine Pressereise in Kooperation mit Knaus Tabbert oder Hymer geplant
(Camping / Wohnmobil im Bayerischen Golf- und Thermenland).



Beispiel: Bayerischen Staatszeitung, Doppelseite in der Morgenpost am Sonntag

Anzeige und Redaktion im BUNTE Sonderheft



Am 25. Juni 2020 wird der BURDA-Verlag ein Reise-Magazin zum Thema „Urlaub in Deutschland 2020“ mit einem Umfang von etwa 100 Seiten in den Handel bringen. Das Reise-Magazin läuft als Sonderheft unter der Marke BUNTE. Die Gesamt-Auflage beträgt ca. 150.000 Exemplare.

Themen: Radfahren, Wandern und Baden im Heilwasser.



Beteiligung an der Raus! Kampagne der byTM

Unter dem Motto „Raus! Bayern in 24, 36, 72.... Stunden“ beteiligen sich das Bayerische Golf- und Thermenland an dieser Kampagne der byTM. Hintergrund der Kampagne ist der, dass man davon ausgeht, dass sich das Reiseverhalten in der Zeit nach der Lockerung der Ausgangsbeschränkungen kurz- und mittelfristig verändern wird. In dieser Zeit wird es einen verstärkten Trend zum Nahurlaub geben. Die Menschen werden in Form von Tagesausflügen zunächst ihr Umland erkunden und dann peu à peu ihren Radius und gleichzeitig die Aufenthaltsdauer erweitern – zunächst die eigene Region, das eigene Bundesland, das eigene Land und schließlich die angrenzenden Nachbarländer. Man sieht hier sehr großes Potential für Bayern.

Beteiligung an der Deutschland Kampagne der Landesmarketingorganisationen (Entdecke Deutschland) mit Tipps (Übernachten, Wandern, Radfahren etc.) aus dem Bayerischen Golf- und Thermenland.

Die Kampagne ist ein gemeinsames Projekt aller LMOs – es wird an einem Strang gezogen. Wir machen Lust auf Urlaub im eigenen Land. Wir zeigen Leuchttürme und unbekannte Seiten, wir begeistern unsere User für Deutschland und überraschen sie mit ungewöhnlichen Tipps. Wir senden ein Signal an Partner, Stakeholder und die Politik. Dazu nutzen wir modernes Storytelling mit Bildershows, emotionalen und informativen Texten, kurzweiligen Listicles, Videos, 360-Grad-Bildern und verlinken zu weiterführenden Informationen auf die Websites der LMOs.