

mindestens 3 Kernwerte müssen erfüllt sein

FAMILIENMARKE	MARKENKERNWERTE	naturverbunden	Thüringen steht für nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen. Für den Gast ist diese Wertschätzung erlebbar.	TTG Marketing	
		inspirierend	Thüringens Persönlichkeiten fanden und finden in Thüringen die Freiheit, kreativ zu sein. Gästen haben Zugang zu Gedankenwelt, Empfindungen und Handlungen und lassen sich davon inspirieren.	TTG Marketing	
		zugänglich	Der Gast trifft auf ehrliche, herzliche, serviceorientierte Leistungsträger, die den Aufenthalt zu einem Genuss machen.	TTG Marketing	
		kulturprägend	Authentische Orte und deren Geschichte sind Kern der Thüringer Kultur. Sie wirken auf das Gasterlebnis und in die gesellschaftliche Entwicklung bis heute.	TTG Marketing	
					alle Markenregeln müssen eingehalten werden
	MARKENREGELN	prägend	Ermöglicht der Markenbotschafter eine prägende naturverbundene oder kulturelle Erfahrung? Formulierung in der Erlebniswerkstatt: Bitte vervollständigen Sie: "Der Besuch unseres Produktes bleibt lange in positiver Erinnerung, weil..."	TTG Marketing	
		spezifisch	Will man es unbedingt vor anderen Konkurrenten weiterempfehlen? Formulierung in der Erlebniswerkstatt: "Unser Angebot kann man bedingungslos vor anderen Konkurrenten weiterempfehlen, weil..."	TTG Marketing	
		verbindend	Weckt es das Interesse für andere wertige Leistungen (Spitzenleistungen)? Formulierung in der Erlebniswerkstatt: "Mit unserem Angebot wecken wir Interesse für andere Spitzenleistungen in Thüringen, zum Beispiel für..."	TTG Marketing	
		erzählend	Kann man über den Markenbotschafter eine markenrelevante Geschichte erzählen? Formulierung in der Erlebniswerkstatt: "Über unser Angebot kann man eine markenrelevante Geschichte erzählen. Besondere Aufhänger wären bei uns zum Beispiel..."	TTG Marketing	
		stilistisch	Ist das Logo der Familienmarke „Thüringen-entdecken“ klar als Absender erkennbar? Formulierung in der Erlebniswerkstatt: Bei uns ist das Logo der Familienmarke "Thüringen-entdecken" klar als Absender erkennbar, zum Beispiel in/ auf..."	TTG Marketing	
					alle Marketing-Kriterien müssen erfüllt sein
	MARKETING	Content	Erstellung qualitativen Contents = Anwendung des Content-Guides Thüringen, regelmäßige Überprüfung des Contents (2jährlich bzw. sobald es wesentliche Änderungen gibt)	DMO: gibt es einen Vertrag?	
ThüCAT		Markenbotschafter verpflichten sich zur umfassenden Beteiligung an der ThüCAT und der damit verbundenen Vertragsbestimmungen.	DMO: gibt es einen Vertrag?		
Datenpflege ThüCAT		Markenbotschafter pflegen ihre Basisdaten (z. B. Öffnungszeiten, Anschrift) in ThüCAT (selbst oder über Datenpflegestelle) und stellen somit eine größtmögliche gemeinsame Nutzung und Verbreitung sicher	DMO: gibt es einen Vertrag?		
Verbund-Denken		Markenbotschafter sind Thüringen-Botschafter und empfehlen auch andere Spitzenleistungen innerhalb ihres Reisemotivs (persönlich und in den Medien) markenrelevante Geschichte erzählen?	TTG Marketing		
Marketing-Mix		Markenbotschafter bedienen den für die Zielgruppe erforderlichen Marketing-Mix (Print, Website, Social Media) und halten eine Aktualität vor.	TTG Marketing		
URL		Markenbotschafter haben eine direkte URL. Möglich sind beispielsweise www.saalehorizontale.de oder auch mit einem Schrägstrich wie www.naturpark-kyffhaeuser.de/1/kyffhaeuserweg/.	TTG Marketing		
Zweisprachigkeit		Markenbotschafter halten Basis-Informationen sowohl im Marketing als auch im Vorort-Erlebnis mindestens zweisprachig (deutsch/englisch) vor.	DMO		

Datum:
Bearbeitet durch: