

Beteiligungsmöglichkeiten

Gemeinsam mehr erreichen:

Mit unseren Angeboten für touristische Partner aus Schleswig-Holstein, möchten wir vielfältige Möglichkeiten bieten, sich gezielt in die Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen der TA.SH einzubringen. Ob Kampagne, Content-Produktion, Pressearbeit oder internationale Vermarktung.

Die Angebote sind so gestaltet, dass unterschiedliche Ziele, Budgets und Beteiligungsformen berücksichtigt werden können.

Einige Maßnahmen sind schon jetzt konkret buchbar, andere dienen lediglich der Interessensabfrage bzw. um die Budgets schon jetzt für 2027 einzuplanen.

Los geht's!



Angebote im Überblick

Sechs Angebotsbereiche mit unterschiedlichen Maßnahmen und Ansprechpersonen innerhalb der TA.SH

Auslandsmarketing

Ansprechpartnerin:

Marta Wrage
T +49 431 60058 -65
wrage@sht.de

Presse & Öffentlichkeitsarbeit

Ansprechpartnerin:

Manuela Schütze
T +49 431 60058 -70
schuetze@sht.de

Radmarketing

Ansprechpartnerin:

Laura Raeke
T +49 431 60058 -63
raeke@sht.de

Blog & Content Creation

Ansprechpartnerin:

Nathalie Koch
T +49 431 60058 -43
koch@sht.de

Social-Media

Ansprechpartnerin:

Sina Carstens
T +49 431 60058 -42
carstens@sht.de

Flughafen Hamburg

Ansprechpartnerin:

Lisa Schnitt
T +49 431 60058 -60
schnitt@sht.de

HINWEISE

Die dargestellten Beteiligungsangebote bilden den **aktuellen Planungsstand** ab. Im Laufe des Jahres können sich Rahmenbedingungen ändern oder unvorhergesehene Herausforderungen ergeben. Daher behalten wir uns vor, einzelne Maßnahmen anzupassen, zu verschieben oder in Ausnahmefällen nicht durchzuführen. Änderungen versuchen wir selbstverständlich so weit wie möglich zu vermeiden.

Weitere Beteiligungsmöglichkeiten können im Jahresverlauf durch die TA.SH ergänzt werden. Neue Beteiligungsmöglichkeiten werden separat über die jeweiligen AGs und die entsprechenden Verteiler kommuniziert und bei Bedarf in diese Präsentation aufgenommen. Die aktuellste Fassung der Beteiligungsangebote finden Sie jederzeit unter: [Kooperationen und Partnerbeteiligungen](#)

Darüber hinaus sind auch **individuelle Kooperationsmöglichkeiten** möglich. Sprechen Sie dafür gerne die jeweilige Kontaktperson des entsprechenden Themenfeldes an oder wenden Sie sich alternativ übergeordnet an die Marketingleitung Lisa Schnitt (schnitt@sht.de).

DÄNEMARK · SCHWEIZ · ÖSTERREICH

Auslandsmarketing

Mit unseren Maßnahmen bringen wir Schleswig-Holstein gezielt in ausgewählten internationalen Quellmärkten ins Gespräch. Gemeinsam setzen wir marktspezifische Aktionen, Kampagnen und PR-Maßnahmen um und nutzen Beteiligungsmöglichkeiten der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT).

Durch gebündelte, auf die Besonderheiten der jeweiligen Märkte zugeschnittene Auftritte werden Schleswig-Holstein und die beteiligten Regionen wirkungsvoll bei internationalen Gästen und Multiplikatoren positioniert.



Windkampagne goes Denmark

Marktspezifische Kampagnenbeteiligung im Rahmen der echt nordiSH Windkampagne.

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
INTERESSENSBEKUNDUNG	500 bis 1.500 EUR	Kleines Paket: 6 Großes Paket: 2	Marta Wrage wrage@sht.de

WORUM GEHT ES?

Die Windkampagne wird für den dänischen Markt angepasst.
„Lad vinden bære dig afsted. Oplev din nabo, Slesvig Holsten.“
CTA: „Find din pause her.“

Sinngemäß: „Lass dich vom Wind davontragen. Entdecke deinen
Nachbarn Schleswig-Holstein.“ CTA: „Entdecke deine Auszeit
hier.“

LEISTUNGEN

Kleines Paket (500 EUR): Bild-Text-Kachel mit Link auf der
Kampagnenseite, auf die eigene Landingpage.

Großes Paket (1.500 EUR): zusätzlich eigenes Werbemotiv im
Kampagnenlook mit Direkt Verlinkung auf die eigene Webseite.

Geplanter Mediaeinsatz: 25.000 EUR Für die Gesamtkampagne

ABLAUF & PARTNERINPUT

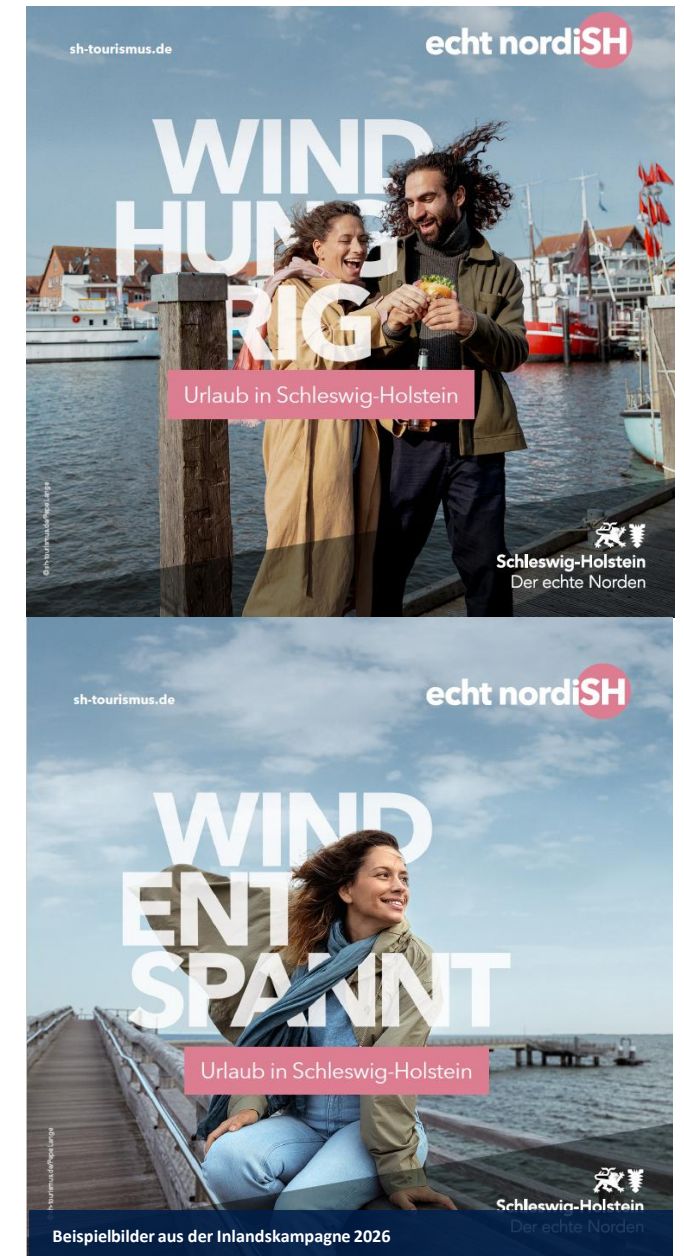
Partner liefern Bildmaterial, Kurztext, Link Ziel

Beim großen Paket: Anlieferung von Bildmaterial für das eigene
Werbemittel. Gestaltungshoheit liegt bei der TA.SH, um die
Einheitlichkeit der Kampagne zu gewährleisten.

HINWEISE

Zielgruppe BeST 1-4 (adaptiert auf DK; Wohnort: Dänemark
(Fokus: Region Kopenhagen, Süd- und Mittel Jütland, Seeland,
ggf. Nordjütland) Alter: 35-59 Einkommen: Mittleres bis
gehobenes Einkommen

Laufzeit: Wird noch geprüft, vsl. Oktober – November 2027



Maßnahmen mit EHRENBURG SOERENSEN

Sichtbarkeit über den dänischen Facebook Kanal der TA.SH.

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
BUCHUNGSMÖGLICHKEIT	500 EUR	6 Plätze	Marta Wrage wrage@sht.de

WURUM GEHT ES?

Seit Anfang 2026 koordiniert EHRENBURG SOERENSEN Kommunikation PR- und Social-Media-Aktivitäten der TA.SH im dänischen Markt. Partner können einzelne Kommunikationsbausteine belegen.

Link zum dänischen Facebookkanal:
facebook.com/oplev.slesvig.holsten

ABLAUF & PARTNERINPUT

Partner liefern Wunschthema, Bildmaterial, Link, zentrale Botschaften

TA.SH und Ehrenburg Sörensen übernehmen die Redaktion, um die Einheitlichkeit zu gewähren. Finaler Post wird dann vom Partner freigegeben.

LEISTUNGEN

Beteiligung Facebook: 1 Post incl. Bewerbung
Ihr Wunschthema zum passenden Zeitpunkt.
Kosten: 500 EUR

HINWEISE

Genaueres Veröffentlichungsdatum des Facebookposts wird individuell abgestimmt, je nach Themenschwerpunkt passend.

facebook

Anmelden



Oplev Slesvig-Holsten

14.960 Follower · 3 Gefolgt

Beiträge

Info

Reels

Fotos

...

Intro

„Moin“ og hjerteligt velkommen. Her handler alt om ferie i Slesvig-Holsten. Vi glæder os til at se jer!

Seite · Reiseunternehmen

sh-tourismus.de/da

★ Von 92 % empfohlen (9 Bewertungen) i

Fotos

Alle Fotos ansehen



Screenshot Facebookkanal vom 21.08.2026

DZT-Maßnahmen | Markt Dänemark

Beteiligung an ausgewählten DZT-Formaten für Natur, Aktiv, Kultur, Familienreisen und B2B/PR.

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
INTERESSENSBEKUNDUNG	500 -1.500 EUR	offen	Marta Wrage wrage@sht.de

WORUM GEHT ES?

Die Maßnahmen der DZT Kopenhagen werden laufend bekanntgegeben. Die TA.SH prüft die Maßnahmen und wählt voraussichtlich zwei bis drei geeignete Beteiligungen, abhängig von Kosten, Relevanz, Themen und Partnerinteresse aus.

LEISTUNGEN

Mögliche Schwerpunkte: Natur- und Aktivthemen, Städte- und Kulturthemen, Familienreisen sowie B2B- und PR-Events. Beteiligungskosten liegen je nach Maßnahme, Wertigkeit und Reichweite zwischen 500 und 1.500 EUR.

ABLAUF & PARTNERINPUT

Sobald konkrete Angebote vorliegen, wird es eine separate Abfrage mit dem Prinzip first come, first serve geben.

HINWEISE

Umsetzung ist nicht garantiert. Auswahl abhängig vom DZT-Angebot, Partnerinteresse und Kosten.



UPGRADE in den Norden – OOH zur FESPO 2028

Out-of-Home-Kampagne an Schweizer Freizeitorten rund um die FESPO.

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
INTERESSENSBEKUNDUNG	1.000 EUR	4 Plätze	Marta Wrage wrage@sht.de

WORUM GEHT ES?

Motive und Wordings werden an Orten ausgespielt, an denen die Schweizer Zielgruppe ihre Freizeit verbringt. Ziel ist Awareness für Schleswig-Holstein als Ort, an dem man „richtig Urlaub“ macht.

LEISTUNGEN

Paketpreis 1.000 EUR: Bild-Text-Kachel mit Link auf der Kampagnenseite auf die eigene Landingpage. Zusätzlich eigenes Werbemotiv im Kampagnenlook mit Nennung der eigenen Webseite auf dem OOH.

Geplanter Mediaeinsatz: 20.000 EUR für die Gesamtkampagne.

ABLAUF & PARTNERINPUT

Partner liefern Bildmaterial, Kurztext, Link Ziel Plus Anlieferung von Bildmaterial für das eigene Werbemittel. Gestaltungshoheit liegt bei der TA.SH, um die Einheitlichkeit der Aktion zu gewährleisten.

HINWEISE

Das Konzept funktioniert leider nicht im Zeitraum der FESPO (Januar/ Februar 2027), da hier unsere Zielgruppe nicht an den entsprechenden Freizeitorten ist. Ausspielung daher für Sommer 2027 geplant



Kampagnemotive aus der Kampagne 2026

DZT-Maßnahmen | Markt Schweiz

Interesse für DZT-Formate in der Schweiz: Kampagnen, Bahnthemen, Advertorials.

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
INTERESSENSBEKUNDUNG	500 -1.500 EUR	offen	Marta Wrage wrage@sht.de

WORUM GEHT ES?

Die Maßnahmen der DZT Zürich werden laufend bekanntgegeben. Die TA.SH prüft die Maßnahmen und wählt voraussichtlich zwei bis drei geeignete Beteiligungen, abhängig von Kosten, Relevanz, Themen und Partnerinteresse aus.

LEISTUNGEN

Mögliche Maßnahmen: Natur- und Aktivkampagnen, Städte- und Kulturkampagnen, Bahnkampagne DB-SBB sowie Advertorials.

ABLAUF & PARTNERINPUT

Sobald konkrete Angebote vorliegen, wird es eine separate Abfrage mit dem Prinzip first come, first serve geben.

HINWEISE

Umsetzung ist nicht garantiert. Auswahl abhängig vom DZT-Angebot, Partnerinteresse und Kosten.



DZT-Maßnahmen | Markt Österreich

Interessensabfrage für DZT-Formate in Österreich - von Kampagnen bis Advertorials.

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
INTERESSENSBEKUNDUNG	500 -1.500 EUR	offen	Marta Wrage wrage@sht.de

WURUM GEHT ES?

Die Maßnahmen der DZT Zürich werden laufend bekanntgegeben. Die TA.SH prüft die Maßnahmen und wählt voraussichtlich zwei bis drei geeignete Beteiligungen, abhängig von Kosten, Relevanz, Themen und Partnerinteresse aus.

LEISTUNGEN

Mögliche Themen: Natur- und Aktivkampagnen, Städte- und Kulturkampagnen, Bahnkampagne DB-OeBB sowie Advertorials

ABLAUF & PARTNERINPUT

Sobald konkrete Angebote vorliegen, wird es eine separate Abfrage mit dem Prinzip first come, first serve geben.

HINWEISE

Umsetzung ist nicht garantiert. Auswahl abhängig vom DZT-Angebot, Partnerinteresse und Kosten.



INLAND & AUSLAND

Presse & Öffentlichkeitsarbeit

Mit unserer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bringen wir Schleswig-Holstein und die Themen unserer Partner gezielt in die Medien. Gemeinsam schaffen wir spannende Anlässe und Geschichten, die Medienschaffende und weitere Multiplikatoren für den echten Norden begeistern.

Ob Medienkooperationen oder besondere Presseformate – so entstehen glaubwürdige redaktionelle Zugänge, die Regionen und touristische Angebote sichtbar machen und Schleswig-Holstein nachhaltig in der medialen Wahrnehmung positionieren.



Medienkooperation Inland

Hochwertige redaktionelle Kooperation mit dem Wandermagazin.

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
BUCHUNGSMÖGLICHKEIT	900 EUR	8 Plätze	Manuela Schütze schuetze@sht.de

WORUM GEHT ES?

Wandern hat in den letzten Jahren einen Imagewandel erlebt und ist aktuell im Trend. Wir wollen "Nordisches Wandern" als eigenes Erlebnis transportieren. Wir bieten daher eine hochwertige Platzierung im Wandermagazin an.

LEISTUNGEN

Eine Seite zur Partnerdarstellung innerhalb einer 16-seitigen Sonderstrecke; Texterstellung durch die Redaktion des Wandermagazins.

ABLAUF & PARTNERINPUT

Partner liefern Story-Ideen, Texte oder Briefings, Streckeninformationen, Besonderheiten, Kontakte, gutes Bildmaterial. Die TA.SH erstellt zusammen mit der Redaktion des Wandermagazins die Magazinstrecken. Einbindung der Partner bei Erstellung, finale Entscheidung bei der TA.SH.

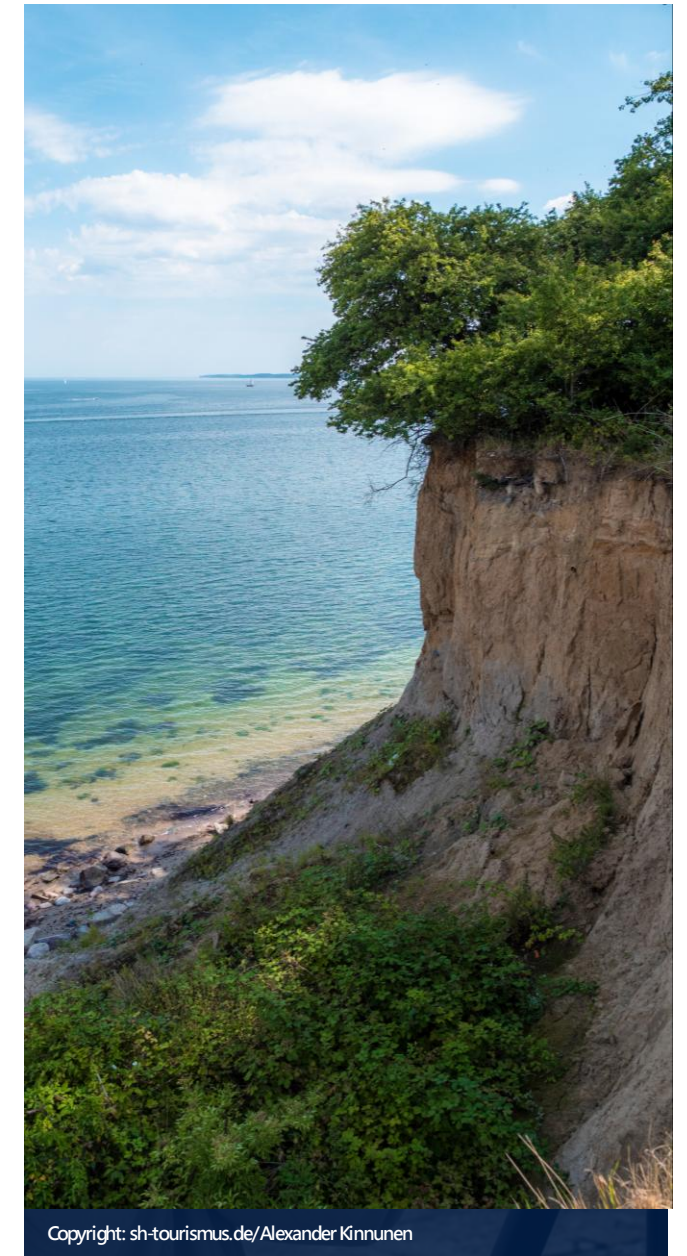
HINWEISE

Gesamtbuchung: RegioPanorama

(16-seitige Sonderstrecke im Wandermagazin)

- 6 Bildseiten als Einstieg, 2 Seiten Übersicht zum Wandern in SH
- Davon 8 Seiten Partnerdarstellungen
- 3 Recherchetage durch die Redaktion (Vsl. nicht bei Partnern)
- Covermotiv (sofern sich ein Motiv nach den Verlagsvorgaben eignet) + prominente Benennung auf dem Titel

Gesamtpreis: 18.600 EUR zzgl. MwSt.



Copyright: sh-tourismus.de/Alexander Kinnunen

PR-Maßnahmen mit EHRENBURG SOERENSEN

Pressemitteilung im dänischen Markt

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
BUCHUNGSMÖGLICHKEIT	500 EUR	2 Plätze	Manuela Schütze schuetze@sht.de

WORUM GEHT ES?

Seit Anfang 2026 koordiniert EHRENBURG SOERENSEN Kommunikation PR- und Social-Media-Aktivitäten der TA.SH im dänischen Markt. Partner können eine eigene Pressemitteilung in Kooperation mit der TA.SH aufsetzen lassen.

LEISTUNGEN

Pressemitteilungen: Ein für den dänischen Markt passendes Thema in einer eigenen Pressemeldung inkl. Bildern und Link
Kosten: 500 EUR

ABLAUF & PARTNERINPUT

Partner liefern Wunschthema, Bildmaterial, Link, zentrale Botschaften

TA.SH und Ehrenburg Sörensen übernehmen die Redaktion, um die Einheitlichkeit zu gewähren. Finale Pressemitteilung wird dann vom Partner freigegeben.

HINWEISE

Genaueres Veröffentlichungsdatum der Pressemitteilung wird individuell abgestimmt, je nach Themenschwerpunkt passend.



Bild: KI generiert mit Chat GPT

Presseevent Schweiz mit der DZT

Gemeinsamer Marktauftritt mit direkter Begegnung zu Medien und Multiplikatoren.

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
INTERESSENSBEKUNDUNG	1.250 EUR	2 Plätze	Manuela Schütze schuetze@sht.de

WORUM GEHT ES?

Die DZT Zürich bietet in 2027 ein PR-Event zum Thema "Culinary Germany" an. Angesprochen werden Schweizer Medienschaffende.

Aktuell ist dieses PR-Event für die TA.SH exklusiv reserviert. Zwei Partner können die TA.SH begleiten.

LEISTUNGEN

Präsenz vor Ort, Einbindung in die TA.SH-Erzählung und direkte Gesprächsmöglichkeiten mit relevanten Medienkontakten. Vorstellung des eigenen Angebotes für die Schweiz in einem professionellen, kuratierten Umfeld .

Geeignet für Partner mit klarer Schweizer Marktrelevanz. Thematischer Fokus auf Kulinarik.

ABLAUF & PARTNERINPUT

Partner bereitet eine kompakte Marktbotschaft, Bild-/Infomaterial und konkrete Gesprächsanlässe vor. Die finale Einbindung wird mit TA.SH und DZT abgestimmt.

HINWEISE

Gesamtkosten der Maßnahme: 7.500 EUR (DZT) + Veranstaltungskosten bei ggf. Speaker/Verkostung SH-Produkte
Partnerbeitrag: 1.250 EUR.



Bilder vom DZT-Presserevent in Kopenhagen

INLANDSMARKETING

RADMARKETING

Mit unserem Radmarketing machen wir Schleswig-Holstein als vielseitiges Radreiseland erlebbar. Gemeinsam mit unseren Partnern entstehen authentische Geschichten, Bilder und Bewegtbildformate, die besondere Raderlebnisse und persönliche Lieblingsorte in den Mittelpunkt stellen.



Mein liebster Kilometer

Partner werden zu Protagonisten eines modular erweiterbaren Radfilms.

STATUS

INTERESSENSBEKUNDUNG

PREIS

500 EUR
1.500 EUR
2.500 EUR

PLÄTZE

Paket klein = offen
Paket mittel = max. 8 Plätze
Paket groß = max. 8 Plätze

ANSPRECHPARTNERIN TA.SH

Laura Raeke
raeke@sht.de

WORUM GEHT ES?

Bewegtformat: Statt eines externen Protagonisten stehen die Partner selbst im Mittelpunkt. In kurzen Szenen zeigen sie einen Ort, der ihnen persönlich am Herzen liegt vom besonderen Ausblick bis zum Lieblingsplatz am Wasser. Der eigene Betrieb bleibt dabei im Hintergrund. So entstehen authentische Geschichten, die wie persönliche Empfehlungen statt klassischer Werbung wirken.

ABLAUF & PARTNERINPUT

Partner benennen ihren „liebsten Kilometer“ und ermöglichen die Vor-Ort-Produktion. Der eigene Ort/ POI kann beiläufig auftauchen; im Fokus steht die glaubwürdige Empfehlung.

LEISTUNGEN

- Namensnennung und Logo im Abspann des Hauptfilms
- Eintrag mit Standort inkl. Beschreibung auf der Kampagnenkarte (POI/ ORT) inkl. Widget
- Ein eigener, klar zugeordneter kurzer Moment im Film.
- Eigener kurzer Social-Media-Clip, unabhängig vom Hauptfilm nutzbar
- Nutzungsrecht am eigenen Clip für die eigenen Kanäle des Partners
- Ein voller, gut sichtbarer Moment im Hauptfilm
- Eigenes vollständiges Social-Format in voller Länge
- Feature-Platzierung auf Kampagnenwebsite und Karte
- Zusätzliche Fotoproduktion beim Dreh (5-10 Motive)

HINWEISE

Das Format ist auf langfristiges Wachstum ausgelegt. Neue Partner können später nach demselben Muster ergänzt werden, ohne den Film komplett neu zu produzieren.

Genaues Konzept auf Anfrage: Wir stellen die Idee und die Möglichkeiten sehr gerne jedem interessierten Partner genauer vor.



Copyright: sh-tourismus.de/MOCANOX

OOH: Werbefahrrad oder Cargobike

Fahrräder werben in ausgewählten Städten für Orte & Erlebnisse in Schleswig-Holstein

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
INTERESSENSBEKUNDUNG	600 – 1.500 EUR	Werbefahrrad: max. 5 Cargobike: max. 2	Laura Raeke raeke@sht.de

WORUM GEHT ES?

Werbefahrrad: An einem oder zwei Tagen können in einer Stadt* Werbefahrräder mit einer bedruckten Fläche (siehe Foto) von einem Promoter gefahren werden. Dies dient als aufmerksamkeitsstarke Awareness-Maßnahme.
CargoBike: Ein Cargo-Bike fährt mindestens einen Monat durch eine Stadt, um die "letzte Meile" zu erledigen (z.B. Blumen-Lieferungen). Dies dient als aufmerksamkeitsstarke Awareness-Maßnahme. 9 Stunden pro Tag, werktags für einen Monat.

ABLAUF & PARTNERINPUT

Partner liefern Bildmaterial, Kurztext/Wording und Ziel Link für die Gestaltung mit.
Gestaltungshoheit liegt bei der TA.SH, um die Einheitlichkeit der Aktion zu gewährleisten.
Zeitraum und Stadt der Aktion werden gemeinsam mit allen teilnehmenden Partnern abgestimmt.

LEISTUNGEN

Eigenes Layout auf einem Werbefahrrad (Laufzeit: ein oder zwei Tage) oder Cargobike (Laufzeit: einen Monat) in einer abgestimmten Stadt zu einem abgestimmten Zeitraum.

HINWEISE

Die Gestaltungs-kosten werden von der TA.SH übernommen. *Mögliche Städte für die Werbefahrräder: Hamburg, Hannover, Städte im Raum NRW. NRW und Hannover haben jeweils eine Logistikpauschale von 600-1.000 EUR, die unter den Partnern geteilt wird.
*Mögliche Städte für das CargoBike: Bonn, Köln



Copyright: DYBILL

ADFC-Radtouristikmesse in Siegburg

Sonntag, 4. April 2027 von 11 bis 17 Uhr im RHEIN SIEG FORUM in Siegburg (bei Bonn)

STATUS

INTERESSENSBEKUNDUNG

PREIS

0 – 300 EUR

PLÄTZE

Prints: offen
Option A: 1 Platz
Option B: max. 3 Plätze

ANSPRECHPARTNERIN TA.SH

Laura Raeke
raeke@sht.de

WORUM GEHT ES?

ADFC-Radtouristikmesse in Siegburg bei Bonn zählt zu der größten Radtouristikmesse in Nordrhein-Westfalen. Es werden jährlich zwischen 2.500 bis 3.000 interessierte potenzielle Radtouristen erwartet. Die TA.SH wird als Aussteller vor Ort sein und bietet verschiedene Beteiligungsoptionen an.

LEISTUNGEN

Printmitnahme: Rad-bezogene Prints können kostenfrei mitgenommen werden. Es müssen nur die Versandkosten übernommen werden.
Standpartner: Es besteht die Möglichkeit sich an dem SH-Stand zu beteiligen.
Option A: Ein Stand (Tisch) wird sich geteilt. Hier keine eigene Gestaltung möglich.
Option B: Ein eigener Tisch. Hier können eigene Rollups etc. verwendet werden.

ABLAUF & PARTNERINPUT

Rückmeldung für eine Standbeteiligung bis 7. Dezember 2026. Rückmeldung für die Printmitnahme bis 26. Februar 2027.

HINWEISE

Reisekosten (Kost & Logis) sowie Versandkosten müssen selbst übernommen werden.

Auf Nachfrage: Es besteht eventuell die Möglichkeit einen Vortrag auf der Messe zu halten. Maximal ein Vortrag für SH.



Copyright: sh-tourismus.de

Advertorial in einem Special Interest Magazin

ADFC-Mitgliedermagazin Radwelt oder Bike & Travel oder Fahrradland

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
INTERESSENSBEKUNDUNG	3.500 – 5.500 EUR	offen	Laura Raeke raeke@sht.de

WORUM GEHT ES?

Es soll in einem Special Interest Magazin zum Thema Radfahren ein Advertorial umgesetzt werden. Zur Auswahl stehen das ADFC-Mitgliedermagazin Radwelt, das Magazin für den Radsport Bike & Travel oder das Magazin für Genussradler Fahrradland. Es gibt verschiedene Anschlussmöglichkeiten für Partner.

LEISTUNGEN

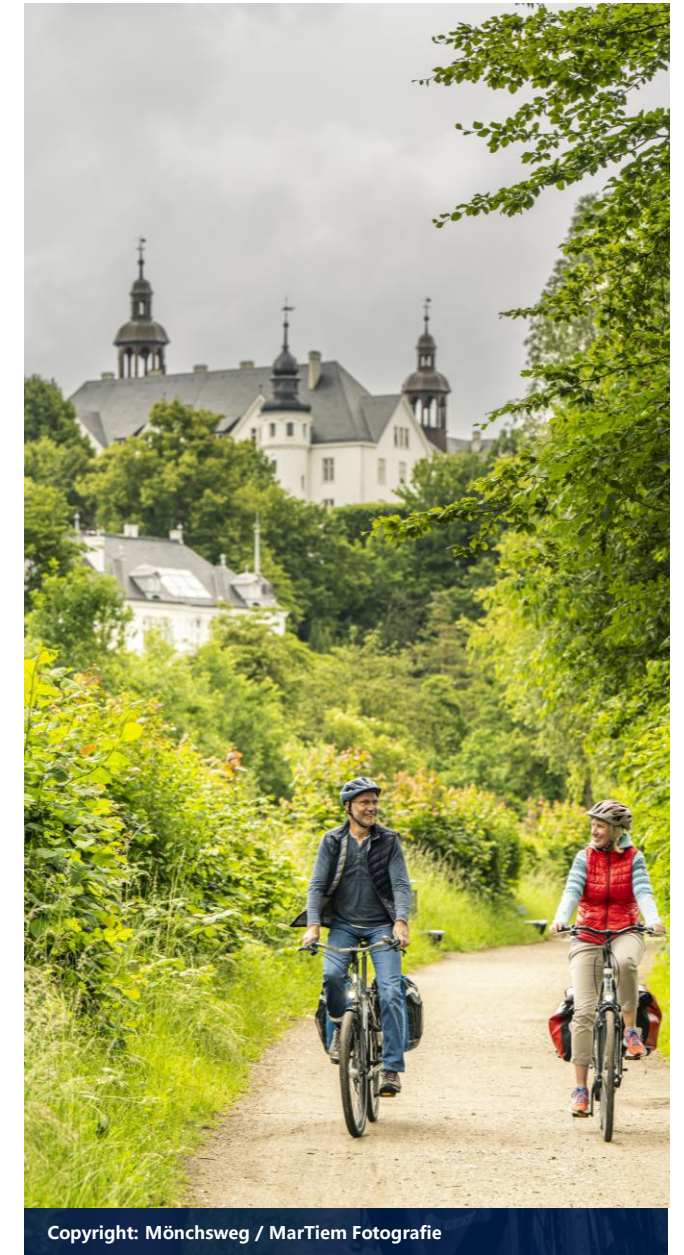
Option A: 1/1 Advertorial in Bike & Travel oder Fahrradland (3.500 EUR)
 Option B: 1/1 Anzeige in Bike & Travel oder Fahrradland (5.000 EUR)
 Option C: 1/1 Seite oder Advertorial in der Radwelt (5.500 EUR)

ABLAUF & PARTNERINPUT

Nach der Interessensbekundung mit Angabe des favorisierten Magazins und Zeitraums sowie Art der Beteiligung, wird die Mehrheitsentscheidung getroffen. Nach Buchung erfolgt die Inputabfrage (Texte, Bildmaterial, Links). Es wird eine Korrekturschleife geben. Frist für die Rückmeldung: Ende 2026

HINWEISE

Es kann nur ein Advertorial in einem Special Interest Magazin umgesetzt werden. Die Entscheidung beruht auf Nachfrage. Der Zeitpunkt der Ausgabe wird gemeinsam entschieden. Die Gestaltung der Anzeige muss selbst übernommen werden.



Copyright: Mönchsweg / MarTiem Fotografie

INLANDSMARKETING

Blog & Content Creation

Mit unseren Blog- und Content-Angeboten erzählen wir authentische Geschichten aus Schleswig-Holstein. Gemeinsam entstehen inspirierende Beiträge, Bilder und Videos, die touristische Angebote emotional erlebbar machen und über die Kanäle der TA.SH ausgespielt werden.



Blogbeitrag inkl. Foto- und Reel-Produktion

Redaktioneller Beitrag auf sh-tourismus.de mit Vor-Ort-Produktion und Social-Ausspielung.

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
BUCHUNGSMÖGLICHKEIT	1.000 EUR	2 Plätze	Nathalie Koch koch@sht.de

WORUM GEHT ES?

Mit diesem Paket können touristische Partner beispielsweise ein Reiseziel, ein touristisches Angebot oder ein ausgewähltes Thema auf den Kanälen der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TA.SH) präsentieren.
Das Paket verbindet einen redaktionellen Blogbeitrag auf sh-tourismus.de mit einer eintägigen Vor-Ort-Produktion, passendem Bildmaterial und einem Instagram-Reel. Ziel ist eine authentische und inspirierende Darstellung des gemeinsam vereinbarten Themas.

ABLAUF & PARTNERINPUT

Partner reichen bis Anfang Dezember 2026 Themenvorschläge ein, die weitere Zulieferung von z.B. Kontakten und Öffnungszeiten wird dann im Projektprozess individuell abgestimmt. Mindestens 6-8 Wochen Vorlauf bis Veröffentlichung einplanen. Die Auswahl erfolgt durch das Prinzip first come, first serve.

LEISTUNGEN

Blogbeitrag mit ca. 400-500 Wörtern auf sh-tourismus.de, Einbindung in passende Themen-/Übersichtsseiten, Link zum Partnerangebot, 10 Bilder über pixx.io, ca. 60-sekündiges Instagram-Reel als Kollaborationsbeitrag und organische Bewerbung über Instagram/Facebook.

HINWEISE

Produktion ist auf einen Tag ohne Übernachtung ausgelegt. Kreative und redaktionelle Umsetzung liegt bei TA.SH bzw. Blogger; Korrekturschleifen beziehen sich vor allem auf sachliche Richtigkeit.



Kleine Auszeit zwischen Nord- und Ostsee: Entschleunigen im Campotel in Silberstedt

Der Wind streicht sanft über die Terrasse. Libellen tanzen über den Teich, zwischen den Seerosen spiegelt sich der Himmel und nebenan auf der Weide grasen Rinder und Schafe ganz entspannt. Wer hier sitzt, merkt schnell: Der Alltag ist plötzlich weit weg. Mitten in Schleswig-Holstein, eingebettet in die idyllische Treenelandschaft, liegt das Campotel Nord- Ostsee – ein echter Geheimtipp für alle, die im schleswig-holsteinischen Binnenland eine kleine Auszeit suchen.

Ein Ort zum Abschalten
Das Campotel verbindet naturnahes Camping mit einer Extraportion Gemütlichkeit. Ob auf den großzügigen Stellplätzen oder in den hölzernen kleinen Unterkünften – den sogenannten Campingpods direkt am Wasser: Überall ist die Natur ganz nah.
Morgens wartet auf Wunsch ein liebevoll zusammengestellter Frühstückskorb. Statt Hektik gibt es frische Brötchen, Kaffee und den Blick ins Grüne. Wer sich nach zusätzlicher Entspannung sehnt, kann eine Sauna buchen und den Tag ganz bewusst ruhig angehen lassen. Auch Familien fühlen sich hier wohl. Für Kinder gibt es viel Platz zum Spielen, Entdecken und Toben. Während die Kleinen unterwegs sind, genießen die Erwachsenen die Ruhe der Landschaft oder lassen einfach den Blick über Wiesen und Wasser schweifen.



**Die Treene prägt die Region**
Silberstedt liegt im Herzen der Treenelandschaft, einer Naturregion im Binnenland Schleswig-Holsteins. Die Treene schlängelt sich durch eine abwechslungsreiche Niederungslandschaft aus Wiesen, Weiden, Mooren und Feuchtgebieten.
Die Region zeichnet sich durch ihre Weite und Ruhe aus. Anders als an den Küsten bestimmen hier sanfte Flussläufe, artenreiche Knicks, kleine Dörfer und offene Landschaften das Bild. Zahlreiche Vogelarten finden in den Feuchtwiesen ideale Lebensräume. Mit etwas Glück lassen sich Störche, Graureiher oder sogar Fischadler beobachten.



Die Landschaft aktiv entdecken
Eine der schönsten Möglichkeiten, die Region kennenzulernen, ist eine Kanutour auf der Treene. Der ruhige Fluss eignet sich hervorragend für entspannte Paddelausflüge und führt durch stille Naturabschnitte, die vom Wasser aus besonders eindrucksvoll wirken. Unterwegs eröffnen sich immer wieder neue Perspektiven auf die weite Landschaft.



Screenshot: <https://www.sh-tourismus.de/blog/artikel/auszeit-zwischen-nord-und-ostsee-entschleunigen-im-campotel-in-silberstedt>

INLANDSMARKETING

Social-Media

Mit unseren Social-Media-Maßnahmen bringen wir Schleswig-Holstein und die Angebote unserer Partner gezielt in die Feeds potenzieller Gäste. Gemeinsam entwickeln wir authentische und inspirierende Inhalte, die über die reichweitenstarken Kanäle der TA.SH ausgespielt werden.

So entstehen aufmerksamkeitsstarke Beiträge, Reels und Kooperationen, die touristische Themen und Regionen emotional erlebbar machen, neue Zielgruppen ansprechen und Lust auf Urlaub in Schleswig-Holstein wecken.



Content-Creator-Kooperation

Gemeinsame Social-Media-Inhalte mit Fokus auf die Nebensaison.

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
BUCHUNGSMÖGLICHKEIT	Ab 500 EUR	2 Plätze	Sina Carstens carstens@sht.de

WORUM GEHT ES?

Für 2027 bietet die TA.SH zwei Beteiligungen für Kooperationen mit Content Creators an. Gemeinsam mit touristischen Partnern entstehen authentische Social-Media-Inhalte, die Lust auf eine Auszeit in Schleswig-Holstein machen – mit besonderem Fokus auf die Nebensaison.

LEISTUNGEN

Vorgesehen sind beispielsweise ein Reel als Collab-Post, ergänzende Story-Inhalte sowie ggf. Bildmaterial zur weiteren Verwendung.
Mögliche Formate sind:
Ein Tag / 3 Highlights in Ort/ Location X
Das hätte ich hier nicht erwartet
Bei Schietwetter in Ort X
Raus & runterkommen

ABLAUF & PARTNERINPUT

Die Partner schlagen mögliche Orte, Aktivitäten und Erlebnisse vor. Nach gemeinsamer Konkretisierung der Inhalte und Auswahl des Content Creators prüfen die Partner Öffnungszeiten, Verfügbarkeiten und Ansprechpartner vor Ort. Die finale Entscheidung über Thema, Inhalte und Ausrichtung liegt bei der TA.SH. Der Content Creator erhält kreativen Spielraum.

HINWEISE

Vorlaufzeit: mindestens 8 Wochen. Nach Auswahl, Konzeption und Vorbereitung folgen Produktion und Veröffentlichung über die vorgesehenen Social-Media-Kanäle. Anschließend stellt der Content Creator ein Reporting bereit. Die TA.SH übernimmt 2/3 der Creator- und Reisekosten; die Partner tragen den Rest sowie alle Vor-Ort-Kosten.



Bild: KI generiert mit Chat GPT

INLANDSMARKETING

Flughafen Hamburg

Mit weiteren Aktionen im Inland schaffen wir zusätzliche Möglichkeiten, Schleswig-Holstein und die Angebote unserer Partner gezielt sichtbar zu machen. Gemeinsam nutzen wir ausgewählte Kooperationen und Formate, um neue Zielgruppen anzusprechen und zusätzliche Impulse für das Reisen in den echten Norden zu setzen.



Flughafen Hamburg | OOH-Aktion

Awareness Maßnahme am Flughafen – Direkte Ansprache von Reisenden.

STATUS	PREIS	PLÄTZE	ANSPRECHPARTNERIN TA.SH
INTERESSENSBEKUNDUNG	1.500 EUR	4 Plätze	Lisa Schnitt schnitt@sht.de

WORUM GEHT ES?

Am Flughafen Hamburg erreichen wir die Gäste direkt nach ihrer Ankunft und machen mit humorvollen OOH-Motiven und Clips auf die unmittelbare Nähe zu Schleswig-Holstein aufmerksam. So wecken wir Lust auf einen spontanen Abstecher in den echten Norden – oder inspirieren bereits zur nächsten Reise nach Schleswig-Holstein.

LEISTUNGEN

Eigenes Werbemotiv im Kampagnenlook mit Nennung der eigenen Webseite und dem genauen Ort auf dem OOH.

ABLAUF & PARTNERINPUT

Anlieferung von Bildmaterial für das eigene Werbemittel. Gestaltungshoheit liegt bei der TA.SH, um die Einheitlichkeit der Aktion zu gewährleisten.

HINWEISE

Die Maßnahme ist eine reine Awareness-Maßnahme. Vereinzelt werden potenzielle Gäste den Link zur Webseite nutzen. Das Hauptziel ist jedoch in die Köpfe zu kommen. Wir bieten daher bei dieser Maßnahme kein gezieltes Tracking an.



UND JETZT?

SUPER EASY:

- **BEI RÜCKFRAGEN:** Ansprechpartnerin kontaktieren
- **BEI INTERESSE:** Ansprechpartnerin kontaktieren
- **KONKRETE BUCHUNG:** Ansprechpartnerin kontaktieren; erst nach Bestätigung durch die TA.SH gilt die Maßnahme als gebucht.



ABBINDER

GEMEINSAM MEHR ERREICHEN

Wir freuen uns auf ein **erfolgreiches Jahr 2027**, viele gemeinsame Projekte und eine weiterhin vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Ihnen. Lassen Sie uns gemeinsam neue Ideen umsetzen und Schleswig-Holstein als attraktives Reiseziel noch sichtbarer machen.

Bei allgemeinen Fragen zu den Beteiligungsmöglichkeiten oder zur Präsentation steht Ihnen **Lisa Schnitt** gerne als Ansprechpartnerin zur Verfügung.

Hinweis: Diese Präsentation wurde mit Unterstützung von Künstlicher Intelligenz (KI) erstellt.

sh-tourismus.de

echt nordiSH

WIND VER ZÜCKT

Urlaub in Schleswig-Holstein

© Lisa Schnitt / KI-Generierung