

Marketingmaßnahmen zur Gartenschau Bad Herrenalb 2017

Ob zum 1-Jahr-Vorher-Fest, dem Start des Dauerkarten-Vorverkaufs im Herbst 2016, zu Weihnachten, Ostern, der großen Eröffnung oder den Veranstaltungs-Highlights während der Gartenschau – alle wichtigen Meilensteine wurden mit unterschiedlichsten Marketingmaßnahmen begleitet. Auszug aus den Marketingmaßnahmen:

- 3 Magazine, bisher 180.000 verteilte Exemplare
- 10 verschiedene Flyer, bisher 350.000 verteilte Exemplare
- 34 Sponsoren und Medienpartner, ohne die viele außergewöhnliche Aktionen und Formate nicht möglich gewesen wären
- 15.000 Plakate
- Anzeigenschaltungen (Image- und Veranstaltungsanzeigen)
- Messeauftritte (Endverbraucher- und Bustouristik-Messen)
- Stadtfeste, Promo-Touren und Weihnachtsmärkte
- Kooperation mit Verkaufsstellen
- über 1.000 m Banner und Plakat-Großflächen
- Verkehrsmittelwerbung (Stadtbahn, Busse, Trucks, Firmen-Fahrzeuge)
- Radiospots
- Gewinnspiele
- Verschiedene Online-Formate wie Homepage, Newsletter, Facebook, Instagram, Display-Banner und Sponsored-Posts
- Insta- und Blogger-Walk

Nach dem Ende der Gartenschau Bad Herrenalb 2017 entsteht die **Abschlussdokumentation**. In Buchform werden sämtliche Informationen von Konzeption, Planungswettbewerb, Gelände über Veranstaltungsprogramm, Sponsoren bis hin zu statistischen Daten wie Haushalt und Fördermittel zusammengestellt. Wundervoll bebildert wird die Dokumentation des Gartenschau-Sommers Ende des Jahres gegen eine Schutzgebühr erhältlich sein.

Bei der Produktion der Sichtschutzbanner rund um das Gartenschauengelände wurde auf nachhaltiges Material und eine regionale Produktion geachtet. Dieser Aspekt wird auch nach Ende der Gartenschau aufgegriffen – aus den Materialien werden nach der Gartenschau **bunte Taschen** entstehen. Für alle Gartenschau-Fans also ein wunderbares Andenken an Blüentraum & Schwarzwaldflair.