



Baden-Württemberg.de

📅 06.10.2014

SOCIAL-MEDIA-KAMPAGNE

#PlaceToBW – Ein Roadtrip durch Baden-Württemberg



Mit einer gemeinsamen Social-Media-Kampagne präsentieren das Landesmarketing Baden-Württemberg, die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg und Mercedes-Benz das Land Baden-Württemberg als modernen und attraktiven Standort.

Mercedes-Benz, das Landesmarketing Baden-Württemberg und die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) sind aktuell auf gemeinsamen Roadtrips durch Baden-Württemberg unterwegs. Noch bis zum Frühjahr 2015 werden Blogger und Fotografen mit Mercedes-Benz-PKWs durch das Land reisen und über die spannenden, attraktiven und landestypischen Orte in den Social Media berichten.

Ob als vielseitiges Urlaubsland, als hochkarätiges Kulturland mit vielen Sehenswürdigkeiten, als Sterne-gekröntes Genießerland oder als attraktiver Wohn- und Arbeitsort – der Roadtrip zeigt Baden-Württemberg in all seinen Facetten.

Zu den besuchten Orten entstehen Geschichten und Bildstreifen, die unter dem Hashtag #PlaceToBW auf den digitalen Kanälen Instagram, Twitter und Facebook sowie in zahlreichen Blogs im [Internet](#) veröffentlicht werden.

Über die reichweitenstarken Online-Plattformen der drei Projektpartner wird mit dieser gemeinsamen Initiative ein Millionenpublikum erreicht, bei dem die Begeisterung für Baden-Württemberg geweckt wird.

Allgemeine Informationen zu den Partnern

Die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) vermarktet das Urlaubsland Baden-Württemberg im In- und Ausland. Mit der Wort-Bild-Marke „Wir sind Süden“ wirbt sie für die touristischen Angebote des Bundeslandes und seiner Destinationen. Darüber hinaus versteht sie sich als Dienstleisterin der Touristiker und touristischen Leistungsträger in den Kommunen, Landkreisen und Regionen. Im Zentrum der Marketingaktivitäten stehen die vier Kernthemen Natur, Kultur, Genuss und Wohlfühlen.

Das Referat Landesmarketing im Staatsministerium Baden-Württemberg verfolgt mit der Werbe- und Sympathiekampagne „Wir können alles. Außer Hochdeutsch.“ das Ziel, junge, gut ausgebildete Fachkräfte für den Arbeitsmarkt in Baden-Württemberg zu gewinnen. Für die direkte Ansprache der Zielgruppe nutzt die Kampagne vor allem die Social-Media-Kanäle.

Mercedes-Benz ist mit über 15 Millionen Fans auf der globalen Facebookseite eines der erfolgreichsten Automobilunternehmen im Social Web. Alleine im zweiten Quartal des Jahres verzeichnete die Stuttgarter Premiummarke mehr als 12 Millionen Interaktionen auf Facebook und hat die mit Abstand aktivsten Fans. Auf dem globalen Instagramprofil erreichte die Marke kürzlich ihren 1 Millionsten Follower. Das Social-Media-Team von Mercedes-Benz tritt mit seinen Aktivitäten tagtäglich in Dialog mit den Marken-Fans weltweit. Trotz der weltweiten Verbreitung bekennt sich der Konzern mit Stolz zu seiner Heimat Baden-Württemberg.

[#PlaceToBW](#)

Link dieser Seite:

<https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/placetobw-ein-roadtrip-durch-baden-wuerttemberg/?cHash=cd991b1e0c2d2488bb8d276e2a7fcfb3&type=98>