

MEDIA
DATEN

Mecklenburg-Vorpommern

Kernkampagne 2017

vernetzt, effizient,
reichweitenstark,
zielgruppengenau

auf-nach-mv.de

Mecklenburg
Vorpommern 

MV tut gut.



2000 Seen und Flüsse
Urlaub im blassen Paradies

Wassersport für Ihre Sommerferien | Hilfe für Naturfreunde

Mecklenburg-Vorpommern



aktiv Radfahren

UM FESTE
8 Top-Räder mit Pinion
AUSGEWÄHLT: Shimano Pinion Trike & Tourer Doppio-Schaltung

AUF ZUSÄTZLICHE
Erste Neuheiten Modelljahr 2017!

TOURISMUS & FREIZEIT
TOURENTIPPS in Ihrer Region
GEHEIMTIPPS Grossarthal, Chiemgau
ABENTEUER
Um die Welt per Fahrrad - Japan

Freizeitpfeiler Leserspass
TOSKANA, OKTOBER 2016

unterwegs
Kurztrips im Norden

Für 29,90 Euro nach Berlin und zurück

Abheben und Eintauchen in Mecklenburg-Vorpommern
Sommer im Blick Fun & Action in I

Reisen, Sport und mehr



Mecklenburg-Vorpommern

Hier ist die Natur

Das Magazin für Ihren Urlaub 2016

GANZ SCHÖN WILD
Mit dem Ranger auf Tour im Nationalpark Jasmund

UNTER SEGELN
Der ideale Blick aufs Achterwasser

PADDLEN ZUM GLÜCK
Natur-Gebnisse under Seemplatte

auf-nach-mv.de

Mecklenburg-Vorpommern
MV ist gut



MARCO POLO

TRAVEL MAGAZINE
Hier ist die Natur
Mecklenburg-Vorpommern EXTRA



WAZ

NEUHEITEN
Neue Häfen und alte Städte an der Seenplatte erleben

Die Mecklenburgische Seenplatte lässt sich am und auf dem Wasser besuchen. Besonders per Hausboot kann man neue Häfen und alte Städte erkunden.



Schweizer Familie

FAMILIENGLÜCK
NADJA SPINIG, TRIATHLETIN UND MUFFEL

ANSTANDS ZURICH
DIE BRILLANTESTE FREIZEIT GEBURTSTAG

AUFS BACKENFÜR
NEUWEIT WERTER MIT DER TOCHTER

UNIS ACHTERBO
KIM FORTLEBEN GROSS UND KLEIN



REISEJOURNAL
www.derwesten.de/reise

REISEEVENTS

Vom Urlaubsmagazin zur Kernkampagne



Die neue **Kernkampagne** des Urlaubslandes MV soll in finanziell und wettbewerbsseitig herausfordernden Zeiten eine neue Qualität des Marketings, der Zusammenarbeit und Abstimmung bringen. Sie geht von den Schwerpunkten des **Kommunikations- und Markenkonzepes** und dessen 2016 erfolgter Evaluierung aus.

Wir wollen Budgets bündeln, Themen konzentrieren und gemeinsam mit unseren Partnern in Richtung Kampagnenfähigkeit und mehr Schlagkraft wirken.

Die Kernkampagne ist der strategische Ansatz, um diese **Konzentration** zu schaffen und für alle das meiste herauszuholen. Sie wurde für 2017 in der ersten Stufe erarbeitet und wird in den kommenden Jahren konsequent weiterentwickelt. Ziele sind **Klarheit** und **Transparenz** nach innen und außen.

Die Kernkampagne 2017 steht in Verbindung mit dem Jahresthema **»Tradition und Brauchtum«**.

Sie liefert darüber hinaus jedoch genügend Spielraum, eigene Image- und Schwerpunktthemen zu inszenie-

ren, um sich zum Beispiel stärker als Aktiv-, Familien- oder Kulturreiseziel zu positionieren. Die Kampagne ist crossmedial angelegt und vernetzt, zielgruppengenau sowie reichweitenstark geplant.

Der Einstieg ist auf sieben Stufen – von Diamant bis Kreide – in vier Themenbereichen möglich. Der **Kerncontent** wird so angelegt, dass er die Verbreitung in möglichst vielen Maßnahmen erlaubt. Der zeitliche Schwerpunkt liegt im Frühjahr. Ein wesentlicher Baustein der pro Paket bis zu 21 Leistungen umfassenden Kernkampagne ist das Urlaubsmagazin 2017, das als inspirierendes Instrument zur Neukundengewinnung weiterentwickelt wurde und in verschiedenen Ausführungen erscheint. **Neu** sind drei Beilagen in o. g. Themenbereichen. Bis zu diesen wird der Kerncontent idealerweise verlängert, sodass eine nahtlose, effiziente und wirkungsvolle Marketingarbeit entsteht.

Informationen:
tmv.de/kernkampagne



4 Themenschwerpunkte

Effiziente Zielgruppenansprache mit hoher Schlagkraft

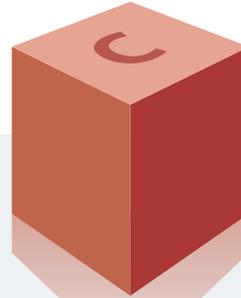
FREIES THEMA



FAMILIE



STÄDTE & KULTUR



AKTIV



Positionieren und Profil schärfen: Mit der Kernkampagne, deren zeitlicher Horizont im Frühjahr liegt, holen wir Partner dort ab, wo sie selbst ihre Stärken definieren. Es wurden drei Themenschwerpunkte (Aktiv, Familie, Städte & Kultur) definiert, die sich an den im Marken- und Kommunikationskonzept beschriebenen Urlaubswelten (vgl. <http://www.tmv.de/kmh>) orientieren.

Innerhalb der Themenschwerpunkte sind alle geplanten Maßnahmen auf die entsprechende Zielgruppe abgestimmt und crossmedial vernetzt. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, ein frei wählbares Thema zu setzen und auch hier von einer Reihe von Maßnahmen und einer außerordentlich hohen Reichweite zu profitieren.

Bis zu 21 Leistungen pro Paket

und weitere Zusatzoptionen



Die Palette von Einzelleistungen innerhalb der Pakete reicht vom Urlaubsmagazin 2017 (Kernmagazin) über Beileger in Zeitungen und Zeitschriften bis hin zu Maßnahmen im PR-Bereich und Promotion in Quellregionen.

- Kernmagazin
- Beileger Zeitung
- Beileger Zeitschrift
- Thematische Beilagen
 - »Familie«, »Städte & Kultur«, »Aktiv«
- Marco Polo Travelmagazin
- Webvideo
- 360-Grad-Video
- 360-Grad-Panoramafoto
- Gruppenpressereise
- Medienkooperation WAZ | Print und Online
- Medienkooperation WAZ | Promotion
- Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden«
- auf-nach-mv.de | Startseiten-Keyvisual
- auf-nach-mv.de | Startseiten-Teaser
- auf-nach-mv.de | Content-Integration
- auf-nach-mv.de | Angebot
- facebook.com/aufnachmv
- Endkundennewsletter
- PR | Versand und Reportage
- PR | Partnerdarstellung und Themenpressediens
- PR | Versand von Short News

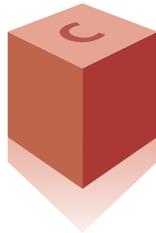
FREIES THEMA



FAMILIE



STÄDTE & KULTUR



AKTIV



Diamant

Diamant

Diamant

Diamant

Platin

Platin

Platin

Platin

Gold

Gold

Gold

Gold

Silber

Silber

Silber

Silber

Bronze

Bronze

Bronze

Bronze

Bernstein

Bernstein

Bernstein

Bernstein

Kreide

Kreide

Kreide

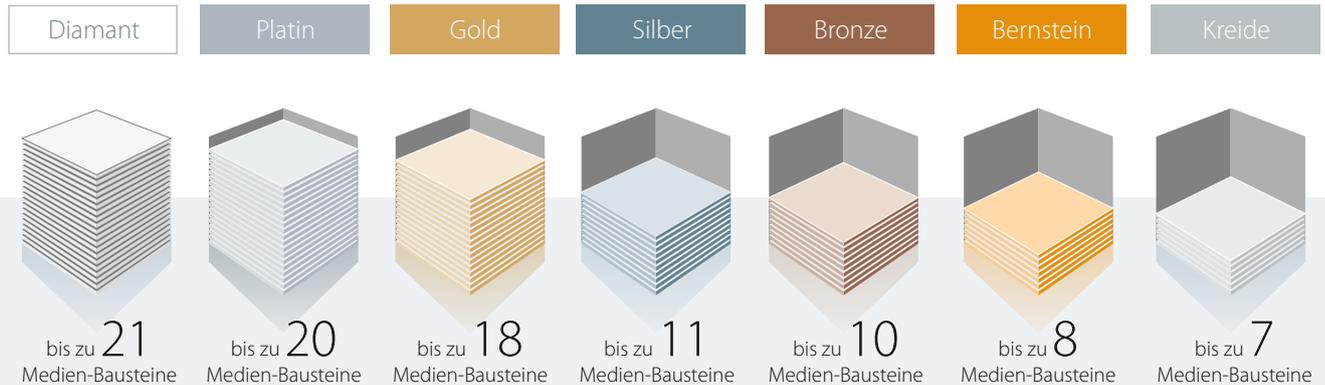
Kreide

Für die vier Themenschwerpunkte bieten wir je sieben Einstiegsstufen, um an der Kernkampagne teilzuhaben. Daraus ergeben sich mit den drei Themenschwerpunkten und der freien Themenoption 28 Möglichkeiten der Beteiligung. Der Umfang der Leistungen erhöht sich von Stufe zu Stufe. Es ist möglich, mehrere Pakete zu buchen.

7 Pakete zu jedem Themenschwerpunkt

Aus 28 Möglichkeiten wählen – Zielgruppe genauer mit gebündelter Kraft erreichen

Gesamtreichweite 10,9 Mio.



Durchschnittlicher Mediawert
(exklusive Zusatzoptionen)

245.000 €

165.000 €

85.000 €

45.000 €

30.000 €

17.000 €

11.000 €

DIAMANT 21 Maßnahmen + Zusatzoption



41.500,00 Euro zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** Zusicherung einer inhaltlich abgestimmten Reportage und Mitspracherecht an dieser (5 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (3 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (4 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (3 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (3 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechendes Kernmagazin plus Video und Panoramafoto – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 5. Webvideo** für das E-Magazin mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 6. 360-Grad-Video** für das E-Magazin mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 7. 360-Grad-Panoramafoto** für das E-Magazin und mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 8. Gruppenpressereise:** inhaltlich abgestimmt und in Korrespondenz mit dem gewählten Thema
- 9. Medienkooperation WAZ: Print und Online** Vollredaktioneller Artikel (½ S.) plus Gewinnspiel-Option in der Gesamtausgabe sowie auf derwesten.de – Auflage: 630.000, Page Impressions: 81,54 Mio./Monat, Nielsen 2
- 10. Medienkooperation WAZ: Promotion** Standbeteiligung Ostermarkt Essen (½ Zelt – inkl. Standkosten, zzgl. Personal u. Logistik – Frühjahr 2017)
- 11. Medienkooperation WAZ:** Anzeige WAZ-»Reise Journal« (1/2 S.), Auflage: 630.000, Nielsen 2
- 12. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** Veröffentlichung der Reportage aus dem Urlaubsmagazin plus 1/6 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 13. auf-nach-mv.de: Startseiten-Key-visual** (thematische Eignung vorausgesetzt) für einen Monat Laufzeit inkl. Bewerbung der Startseite und mit Direkt-Button zur Partner-Themenseite bzw. zu einem zugehörigen Partner-Angebot bei auf-nach-mv.de
- 14. auf-nach-mv.de: Startseiten-Teaser** mit Verlinkung zur Partner-Themenseite bei auf-nach-mv.de (ganzjährig) inkl. Bewerbung der Startseite

- 15. auf-nach-mv.de: Content-Integration** (Artikelseite in einer Urlaubswelt) inklusive inhaltsbezogener Direktverlinkung; Anreicherung mit POI/Events aus der gemeinsamen Datenbank möglich
- 16. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite), Laufzeit: 12 Monate
- 17. facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 50 Tage – deutschsprachiger Raum
- 18. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum
- 19. PR: Versand der Reportage aus dem Urlaubsmagazin** über den TMV-Presserverteiler – Empfänger: 3.000, deutschsprachiger Raum
- 20. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens** zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 1.500 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
- 21. PR: Versand von bis zu 2 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

Zusatzoption:

Medienkooperation Rheinische Post

- vollredaktioneller Artikel Print und Online plus Gewinnspiel
- (eigener) Messestand Reisewelt Düsseldorf Arcaden (1 Sonntag Mitte Februar 2017)
- Print- und Online-Advertorial
- Rubrik Region der Woche
- Vorschalt-Screen RP-App (2 Wochen) Auflage: 309.268, Nielsen 2

6.000,00 Euro zzgl. MwSt.
(Nicht im Paketpreis enthalten)

PLATIN 18 Maßnahmen + Zusatzoption



27.900,00 Euro zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** Zusicherung einer inhaltlich abgestimmten Reportage und Mitspracherecht an dieser (4 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (2 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (3 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2

- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubs-magazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (2 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Kernmagazin plus Video und Panoramafoto – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 5. Webvideo** für das E-Magazin und mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 6. 360-Grad-Panoramafoto** für das E-Magazin und mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 7. Medienkooperation WAZ: Print und Online** Vollredaktioneller Artikel (1/2 S.) plus Gewinnspieloption in der Gesamtausgabe sowie auf derwesten.de – Auflage: 630.000, Page Impressions: 81,54 Mio./Monat, Nielsen 2
- 8. Medienkooperation WAZ: Promotion** Standbeteiligung Ostermarkt Essen (½ Zelt – inkl. Standkosten, zzgl. Personal u. Logistik – Frühjahr 2017)
- 9. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** Veröffentlichung der Reportage aus dem Urlaubsmagazin plus 1/6 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 10. auf-nach-mv.de: Startseiten-Key-visual** (thematische Eignung vorausgesetzt) für einen Monat Laufzeit inkl. Bewerbung der Startseite und mit Direkt-Button zur Partner-Themenseite bzw. zu einem zugehörigen Partner-Angebot bei auf-nach-mv.de
- 11. auf-nach-mv.de: Startseiten-Teaser** mit Verlinkung zur Partner-Themenseite bei auf-nach-mv.de (ganzjährig) inkl. Bewerbung der Startseite
- 12. auf-nach-mv.de: Content-Integration** (Artikelseite in einer Urlaubswelt) inklusive inhaltsbezogener Direktverlinkung; Anreicherung mit POI/Events aus der gemeinsamen Datenbank möglich
- 13. auf-nach-mv.de: 1 Angebot**, Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite), Laufzeit: 12 Monate
- 14. facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 40 Tage – deutschsprachiger Raum
- 15. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum
- 16. PR: Versand der Reportage aus dem Urlaubsmagazin** über den TMV-Presserverteiler – Empfänger: 3.000, deutschsprachiger Raum
- 17. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens** zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 1.000 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
- 18. PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)
- Zusatzoption:**
Medienkooperation Rheinische Post
- vollredaktioneller Artikel Print und Online plus Gewinnspiel
 - Print- und Online-Advertorial
 - Rubrik Region der Woche
 - Vorschalt-Screen RP-App (1 Woche)
- Auflage: 309.268, Nielsen 2
- 5.100,00 Euro zzgl. MwSt.**
(Nicht im Paketpreis enthalten)
- GOLD** 
16 Maßnahmen
+ Zusatzoption
13.500,00 Euro zzgl. MwSt.
- 1. Urlaubsmagazin 2017:** Zusicherung eines inhaltlich abgestimmten Artikels und Mitspracherecht an diesem (2 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmter Artikel (2 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmter Artikel (1 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1/2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Kernmagazin plus Video und Panoramafoto – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 5. Webvideo** für das E-Magazin
- 6. 360-Grad-Panoramafoto** für das E-Magazin
- 7. Medienkooperation WAZ: Print und Online** Vollredaktionelle Nachricht (25 Zeilen) in der Gesamtausgabe sowie auf derwesten.de – Auflage: 630.000, Page Impressions: 81,54 Mio./Monat, Nielsen 2
- 8. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/6 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 9. auf-nach-mv.de: Startseiten-Teaser** mit Verlinkung zur Partner-Themenseite bei auf-nach-mv.de (ganzjährig) inkl. Bewerbung der Startseite
- 10. auf-nach-mv.de: Content-Integration** (Artikelseite in einer Urlaubswelt) inklusive inhaltsbezogener Direktverlinkung; Anreicherung mit POI/Events aus der gemeinsamen Datenbank möglich

- 11. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite), Laufzeit: 12 Monate
- 12. facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 25 Tage – deutschsprachiger Raum
- 13. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum
- 14. PR: Versand des Artikels aus dem Urlaubsmagazin** über den TMV-Presserverteiler – Empfänger: 3.000, deutschsprachiger Raum
- 15. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 800 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
- 16. PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

Zusatzoption 1:
Rechte zur Nutzung und Verbreitung des Webvideos und des 360-Grad-Panoramafotos auf eigener Homepage und Social-Media-Kanälen

250,00 Euro zzgl. MwSt.
 (Nicht im Paketpreis enthalten)

Zusatzoption 2: Medienkooperation Rheinische Post

- vollredaktioneller Artikel Print und Online
 - Print- und Online-Advertorial
 - Rubrik Region der Woche
- Auflage: 309.268, Nielsen 2

4.000,00 Euro zzgl. MwSt.
 (Nicht im Paketpreis enthalten)



SILBER 
10 Maßnahmen
7.500,00 Euro zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/2 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/4 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Kernmagazin – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 5. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 6. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite), Laufzeit: 12 Monate
- 7. facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 15 Tage – deutschsprachiger Raum
- 8. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum
- 9. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 450 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
- 10. PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

BRONZE
9 Maßnahmen

4.500,00 Euro zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/4 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/4 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Kernmagazin – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 5. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 6. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite), Laufzeit: 12 Monate
- 7. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum

- 8. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 450 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
- 9. PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Pressverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

- der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum
- 7. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 220 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de

- 6. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 220 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de

BERNSTEIN 
7 Maßnahmen
2.750,00 EURO zzgl. MwSt.

KREIDE 
6 Maßnahmen
1.750,00 EURO zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 3. Marco Polo Travelmagazin:** Kurztext mit Link (220 Zeichen) – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 4. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 5. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite), Laufzeit: 12 Monate
- 6. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 3. Marco Polo Travelmagazin:** Kurztext mit Link (220 Zeichen) – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 4. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 5. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite), Laufzeit: 12 Monate



DIAMANT 20 Maßnahmen + Zusatzoption



41.900,00 Euro zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** Zusicherung einer inhaltlich abgestimmten Reportage und Mitspracherecht an dieser (5 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (3 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** Zusicherung einer inhaltlich abgestimmten Reportage und Mitspracherecht an dieser (4 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (3 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (3 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Thematische Beilage »Familie«:** redaktionelle Darstellung (3 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
 - a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über eine Special-Interest-Publikation, Nielsen 1-4
 - b) Vertrieb Ausland (Schweiz): 15.000-20.000 Exemplare über das SI-Magazin »Schweizer Familie«
- 5. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin plus Video und Panoramafoto – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 6. Webvideo für das E-Magazin** mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 7. 360-Grad-Panoramafoto** für das E-Magazin und mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 8. Medienkooperation WAZ: Print und Online** Vollredaktioneller Artikel (½ S.) plus Gewinnspiel-Option in der Gesamtausgabe sowie auf derwesten.de – Auflage: 630.000, Page Impressions: 81,54 Mio./Monat, Nielsen 2
- 9. Medienkooperation WAZ: Promotion** Standbeteiligung Ostermarkt Essen (½ Zelt – inkl. Standkosten, zzgl. Personal u. Logistik – Frühjahr 2017)
- 10. Medienkooperation WAZ:** Anzeige WAZ-»Reise Journal« (1/2 Seite), Auflage: 630.000, Nielsen 2
- 11. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** Veröffentlichung der Reportage aus dem Urlaubsmagazin plus 1/6 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 12. auf-nach-mv.de: Startseite-Keypvisual** (thematische Eignung vorausgesetzt) für einen Monat

Laufzeit inkl. Bewerbung der Startseite und mit Direkt-Button zur Partner-Themenseite bzw. zu einem zugehörigen Partner-Angebot bei auf-nach-mv.de

13. auf-nach-mv.de: Startseiten-Teaser mit Verlinkung zur Partner-Themenseite bei auf-nach-mv.de (ganzjährig) inkl. Bewerbung der Startseite

14. auf-nach-mv.de: Content-Integration (Artikelseite in einer Urlaubswelt) inklusive inhaltsbezogener Direktverlinkung; Anreicherung mit POI/Events aus der gemeinsamen Datenbank möglich

15. auf-nach-mv.de: 1 Angebot, Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)

16. facebook.com/aufnachmv: Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 50 Tage – deutschsprachiger Raum

17. Endkundennewsletter: 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum

18. PR: Versand der Reportage aus dem Urlaubsmagazin über den TMV-Presserverteiler – Empfänger: 3.000, deutschsprachiger Raum

19. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens zum Jahresthema

»Tradition & Brauchtum«, 1.500 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de

20. PR: Versand von bis zu 2 Short News über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

Zusatzoption:

Medienkooperation Rheinische Post

- vollredaktioneller Artikel Print und Online plus Gewinnspiel
 - (eigener) Messestand Reisewelt Düsseldorf Arcaden (1 Sonntag Mitte Februar 2017)
 - Print- und Online-Advertorial
 - Rubrik Region der Woche
 - Vorschalt-Screen RP-App (2 Wochen)
- Auflage: 309.268, Nielsen 2

6.000,00 Euro zzgl. MwSt.
(Nicht im Paketpreis enthalten)

PLATIN 19 Maßnahmen + Zusatzoption



28.900,00 Euro zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** inhaltlich abgestimmte Reportage (4 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (2 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand

- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (3 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (2 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Thematische Beilage »Familie«:** redaktionelle Darstellung (2 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
- c) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über eine Special-Interest-Publikation, Nielsen 1-4
- d) Vertrieb Ausland (Schweiz): 15.000-20.000 Exemplare über das SI-Magazin »Schweizer Familie«
- 5. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin plus Video und Panoramafoto – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 6. Webvideo** für das E-Magazin und mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 7. 360-Grad-Panoramafoto** für das E-Magazin und mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 8. Medienkooperation WAZ: Print und Online** Vollredaktioneller Artikel (1/2 S.) plus Gewinnspieloption

in der Gesamtausgabe sowie auf derwesten.de – Auflage: 630.000, Zugriffe: Page Impressions: 81,54 Mio./Monat, Nielsen 2

- 9. Medienkooperation WAZ: Promotion** Standbeteiligung Ostermarkt Essen (1/2 Zelt – inkl. Standkosten, zzgl. Personal u. Logistik – Frühjahr 2017)
- 10. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** Veröffentlichung der Reportage aus dem Urlaubsmagazin plus 1/6 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 11. auf-nach-mv.de: Startseiten-Keypvisual** (thematische Eignung vorausgesetzt) für einen Monat Laufzeit inkl. Bewerbung der Startseite und mit Direkt-Button zur Partner-Themenseite bzw. zu einem zugehörigen Partner-Angebot bei auf-nach-mv.de
- 12. auf-nach-mv.de: Startseiten-Teaser** mit Verlinkung zur Partner-Themenseite bei auf-nach-mv.de (ganzjährig) inkl. Bewerbung der Startseite
- 13. auf-nach-mv.de: Content-Integration** (Artikelseite in einer Urlaubswelt) inklusive inhaltsbezogener Direktverlinkung; Anreicherung mit POI/Events aus der gemeinsamen Datenbank möglich
- 14. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)
- 15. facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 40 Tage – deutschsprachiger Raum

- 16. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum
- 17. PR: Versand der Reportage** aus dem Urlaubsmagazin über den TMV-Presseseiteverteiler – Empfänger: 3.000, deutschsprachiger Raum
- 18. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens** zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 1.000 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
- 19. PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presseseiteverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

Zusatzoption: Medienkooperation Rheinische Post

- vollredaktioneller Artikel Print und Online plus Gewinnspiel
 - Print- und Online-Advertorial
 - Rubrik Region der Woche
 - Vorschalt-Screen RP-App (1 Woche)
- Auflage: 309.268, Nielsen 2

5.100,00 Euro zzgl. MwSt.
(Nicht im Paketpreis enthalten)

GOLD 
17 Maßnahmen
+ Zusatzoptionen
14.500,00 Euro zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** inhaltlich abgestimmter Artikel (2 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmter Artikel (2 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmter Artikel (1 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1/2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Thematische Beilage »Familie«:** redaktionelle Darstellung (1 S.), Grundlage: Artikel und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
- a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über eine Special-Interest-Publikation, Nielsen 1-4
- b) Vertrieb Ausland (Schweiz): 15.000-20.000 Exemplare über das SI-Magazin »Schweizer Familie«
- 5. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend

Urlaubsmagazin plus Video und Panoramafoto – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum

6. **Webvideo** für das E-Magazin
7. **360-Grad-Panoramafoto** für das E-Magazin
8. **Medienkooperation WAZ: Print und Online** Vollredaktionelle Nachricht (25 Zeilen) in der Gesamtausgabe sowie auf derwesten.de – Auflage: 630.000, Page Impressions: 81,54 Mio./Monat, Nielsen 2
9. **Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/6 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
10. **auf-nach-mv.de: Startseiten-Teaser** mit Verlinkung zur Partner-Themenseite bei auf-nach-mv.de (ganzjährig) inkl. Bewerbung der Startseite
11. **auf-nach-mv.de: Content-Integration** (Artikelseite in einer Urlaubswelt) inklusive inhaltsbezogener Direktverlinkung; Anreicherung mit POI/Events aus der gemeinsamen Datenbank möglich
12. **auf-nach-mv.de: 1 Angebot**, Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)
13. **facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 25 Tage – deutschsprachiger Raum
14. **Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf

der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum

15. **PR: Versand des Artikels aus dem Urlaubsmagazin** über den TMV-Presserverteiler – Empfänger: 3.000, deutschsprachiger Raum
16. **PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens** zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 800 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
17. **PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

Zusatzoption 1:
Rechte zur Nutzung und Verbreitung des Webvideos und des 360-Grad-Panoramafotos auf eigener Homepage und Social-Media-Kanälen

250,00 Euro zzgl. MwSt.
 (Nicht im Paketpreis enthalten)

Zusatzoption 2:
Medienkooperation Rheinische Post
 - vollredaktioneller Artikel Print und Online
 - Print- und Online-Advertorial
 - Rubrik Region der Woche
 Auflage: 309.268, Nielsen 2

4.000,00 Euro zzgl. MwSt.
 (Nicht im Paketpreis enthalten)

SILBER

11 Maßnahmen



7.900,00 Euro zzgl. MwSt.

1. **Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/2 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
2. **Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
3. **Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/4 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
4. **Thematische Beilage »Familie«:** redaktionelle Darstellung/Angebot (1/2 S.), Grundlage: Partnerdarstellung Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
 - a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über eine Special-Interest-Publikation, Nielsen 1-4
 - b) Vertrieb Ausland (Schweiz): 15.000-20.000 Exemplare über das SI-Magazin »Schweizer Familie«, Schweiz
5. **Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
6. **Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1

7. **auf-nach-mv.de: 1 Angebot**, Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)
8. **facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 15 Tage – deutschsprachiger Raum
9. **Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschspr. Raum
10. **PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens** zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 450 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
11. **PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

BRONZE

10 Maßnahmen



4.900,00 Euro zzgl. MwSt.

1. **Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/4 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
2. **Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/4 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2

3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin: redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3

4. Thematische Beilage »Familie«: redaktionelle Darstellung/Angebot (1/3 S.), Grundlage: Partnerdarstellung Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000

a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über eine Special-Interest-Publikation, Nielsen 1-4

b) Vertrieb Ausland (Schweiz): 15.000-20.000 Exemplare über das SI-Magazin »Schweizer Familie«

5. Marco Polo Travelmagazin: redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum

6. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017: 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1

7. auf-nach-mv.de: 1 Angebot, Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)

8. Endkundennewsletter: 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum

9. PR: Partnerdarstellung im Themenpressedienst zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 450 Zeichen

Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de

10. PR: Versand 1 Short News über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

BERNSTEIN

8 Maßnahmen

2.900,00 Euro zzgl. MwSt.



1. Urlaubsmagazin 2017: redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand

2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin: redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3

3. Marco Polo Travelmagazin: Kurzttext mit Link (220 Zeichen) – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum

4. Thematische Beilage »Familie«: Angebot (1/4 S.), Grundlage: Partnerdarstellung Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000

a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über eine Special-Interest-Publikation, Nielsen 1-4

b) Vertrieb Ausland (Schweiz): 15.000-20.000 Exemplare über das SI-Magazin »Schweizer Familie«

5. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017: 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1

6. auf-nach-mv.de: 1 Angebot, Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)

7. Endkundennewsletter: 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum

8. PR: Partnerdarstellung im Themenpressedienst zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 220 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de

KREIDE

7 Maßnahmen



1.900,00 Euro zzgl. MwSt.

1. Urlaubsmagazin 2017: redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand

2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin: redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3

3. Thematische Beilage »Familie«: Angebot (1/4 S.), Grundlage: Partnerdarstellung Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000

a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über eine Special-Interest-Publikation, Nielsen 1-4

b) Vertrieb Ausland (Schweiz): 15.000-20.000 Exemplare über das SI-Magazin »Schweizer Familie«

4. Marco Polo Travelmagazin: Kurzttext mit Link (220 Zeichen) – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum

5. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017: 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1

6. auf-nach-mv.de: 1 Angebot, Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)

7. PR: Partnerdarstellung im Themenpressedienst zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 220 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de



Foto: TMV/Time Roth

DIAMANT 20 Maßnahmen + Zusatzoption



41.900,00 Euro zzgl. MwSt.

1. **Urlaubsmagazin 2017:** Zusicherung einer inhaltlich abgestimmten Reportage und Mitspracherecht an dieser (5 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (3 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
2. **Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** Zusicherung einer inhaltlich abgestimmten Reportage und Mitspracherecht an dieser (4 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (3 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
3. **Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (3 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
4. **Thematische Beilage »Städte & Kultur«:** redaktionelle Darstellung (3 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
 - a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exempl. über ein zielgruppenspez. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Nielsen 1-3
 - b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspez. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Österreich/Schweiz
5. **Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin plus Video und Panoramafoto – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
6. **Webvideo** für das E-Magazin mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
7. **360-Grad-Panoramafoto** für das E-Magazin und mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
8. **Medienkooperation WAZ: Print und Online** Vollredaktioneller Artikel (½ S.) plus Gewinnspiel-Option in der Gesamtausgabe sowie auf derwesten.de – Auflage: 630.000, Page Impressions: 81,54 Mio./Monat, Nielsen 2
9. **Medienkooperation WAZ: Promotion** Standbeteiligung Ostermarkt Essen (½ Zelt – inkl. Standkosten, zzgl. Personal u. Logistik – Frühjahr 2017)
10. **Medienkooperation WAZ:** Anzeige WAZ-»Reise Journal« (1/2 S.), Auflage: 630.000, Nielsen 2
11. **Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** Veröffentlichung der Reportage aus dem Urlaubsmagazin plus 1/6 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
12. **auf-nach-mv.de: Startseiten-Keyvisual** (thematische Eignung vorausgesetzt) für einen Monat Laufzeit inkl. Bewerbung der Startseite und mit Direkt-Button zur Partner-The-

menseite bzw. zu einem zugehörigen Partner-Angebot bei auf-nach-mv.de

13. **auf-nach-mv.de: Startseiten-Teaser** mit Verlinkung zur Partner-Themenseite bei auf-nach-mv.de (ganzzjährig) inkl. Bewerbung der Startseite
 14. **auf-nach-mv.de: Content-Integration** (Artikelseite in einer Urlaubswelt) inklusive inhaltsbezogener Direktverlinkung; Anreicherung mit POI/Events aus der gemeinsamen Datenbank möglich
 15. **auf-nach-mv.de: 1 Angebot**, Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)
 16. **facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 50 Tage – deutschsprachiger Raum
 17. **Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschspr. Raum
 18. **PR: Versand der Reportage** aus dem Urlaubsmagazin über den TMV-Presserverteiler – Empfänger: 3.000, deutschsprachiger Raum
 19. **PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens** zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 1.500 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
 20. **PR: Versand von bis zu 2 Short**
- News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)
- Zusatzoption:**
Medienkooperation Rheinische Post
- vollredaktioneller Artikel Print und Online plus Gewinnspiel
 - (eigener) Messestand Reisewelt Düsseldorf Arcaden (1 Sonntag Mitte Februar 2017)
 - Print- und Online-Advertorial
 - Rubrik Region der Woche
 - Vorschalt-Screen RP-App (2 Wochen)
- Auflage: 309.268, Nielsen 2
- 6.000,00 Euro** zzgl. MwSt.
(Nicht im Paketpreis enthalten)

PLATIN 19 Maßnahmen + Zusatzoption



28.900,00 Euro zzgl. MwSt.

1. **Urlaubsmagazin 2017:** inhaltlich abgestimmte Reportage (4 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (2 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
2. **Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (3 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2

- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (2 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Thematische Beilage »Städte & Kultur«:** redaktionelle Darstellung (2 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
- a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exempl. über ein zielgruppenspez. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Nielsen 1-3
- b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspez. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Österreich/Schweiz
- 5. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin plus Video und Panoramafoto – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 6. Webvideo** für das E-Magazin und mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 7. 360-Grad-Panoramafoto** für das E-Magazin und mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 8. Medienkooperation WAZ: Print und Online** Vollredaktioneller Artikel (1/2 S.) plus Gewinnspieloption in der Gesamtausgabe sowie auf der-westen.de – Auflage: 630.000, Zugriffe: Page Impressions: 81,54 Mio./Monat, Nielsen 2

- 9. Medienkooperation WAZ: Promotion** Standbeteiligung Ostermarkt Essen (½ Zelt – inkl. Standkosten, zzgl. Personal u. Logistik – Frühjahr 2017)
- 10. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** Veröffentlichung der Reportage aus dem Urlaubsmagazin plus 1/6 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 11. auf-nach-mv.de: Startseiten-Key-visual** (thematische Eignung vorausgesetzt) für einen Monat Laufzeit inkl. Bewerbung der Startseite und mit Direkt-Button zur Partner-Themenseite bzw. zu einem zugehörigen Partner-Angebot bei auf-nach-mv.de
- 12. auf-nach-mv.de: Startseiten-Teaser** mit Verlinkung zur Partner-Themenseite bei auf-nach-mv.de (ganzjährig) inkl. Bewerbung der Startseite
- 13. auf-nach-mv.de: Content-Integration** (Artikelseite in einer Urlaubswelt) inklusive inhaltsbezogener Direktverlinkung; Anreicherung mit POI/Events aus der gemeinsamen Datenbank möglich
- 14. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Auspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Auspielung auf einer TMV-Themenseite)
- 15. facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 40 Tage – deutschsprachiger Raum

- 16. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum
- 17. PR: Versand der Reportage** aus dem Urlaubsmagazin über den TMV-Presserverteiler – Empfänger: 3.000, deutschsprachiger Raum
- 18. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens** zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 1.000 Zeichen Text mit Link – Auspielung www.urlaubsnachrichten.de
- 19. PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

Zusatzoption:
Medienkooperation Rheinische Post
 - vollredaktioneller Artikel Print und Online plus Gewinnspiel
 - Print- und Online-Advertorial
 - Rubrik Region der Woche
 - Vorschalt-Screen RP-App (1 Woche)
 Auflage: 309.268, Nielsen 2
5.100,00 Euro zzgl. MwSt.
 (Nicht im Paketpreis enthalten)

GOLD 
17 Maßnahmen
+ Zusatzoption
14.500,00 Euro zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** inhaltlich abgestimmter Artikel (2 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmter Artikel (2 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmter Artikel (1 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1/2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Thematische Beilage »Städte & Kultur«:** redaktionelle Darstellung (1 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
- a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exempl. über ein zielgruppenspez. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Nielsen 1-3
- b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspez. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Österreich/Schweiz

- 5. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin plus Video und Panoramafoto – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 6. Webvideo** für das E-Magazin
- 7. 360-Grad-Panoramafoto** für das E-Magazin
- 8. Medienkooperation WAZ: Print und Online** Vollredaktionelle Nachricht (25 Zeilen) in der Gesamtausgabe sowie auf derwesten.de – Auflage: 630.000, Page Impressions: 81,54 Mio./Monat, Nielsen 2
- 9. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/6 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 10. auf-nach-mv.de: Startseiten-Teaser** mit Verlinkung zur Partner-Themenseite bei auf-nach-mv.de (Ganzjährig) inkl. Bewerbung der Startseite
- 11. auf-nach-mv.de: Content-Integration** (Artikelseite in einer Urlaubswelt) inklusive inhaltsbezogener Direktverlinkung; Anreicherung mit POI/Events aus der gemeinsamen Datenbank mögl.
- 12. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)
- 13. facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 25 Tage – deutschsprachiger Raum

- 14. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum
- 15. PR: Versand des Artikels** aus dem Urlaubsmagazin über den TMV-Presserverteiler – Empfänger: 3.000, deutschsprachiger Raum
- 16. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 800 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
- 17. PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

Zusatzoption 1:
Rechte zur Nutzung und Verbreitung des Webvideos und des 360-Grad-Panoramafotos auf eigener Homepage und Social-Media-Kanälen

250,00 Euro zzgl. MwSt.
 (Nicht im Paketpreis enthalten)

Zusatzoption 2:
Medienkooperation Rheinische Post

- vollredaktioneller Artikel Print und Online
- Print- und Online-Advertorial
- Rubrik Region der Woche

Auflage: 309.268, Nielsen 2

4.000,00 Euro zzgl. MwSt.
 (Nicht im Paketpreis enthalten)

SILBER 
11 Maßnahmen
7.900,00 Euro zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/2 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** redakt. Partnerdarstellung (1/4 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Thematische Beilage »Städte & Kultur«:** redaktionelle Darstellung (1/2 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
- a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise-/Kulturbereich), Nielsen 1-3
- b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspezif. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Österreich/Schweiz
- 5. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum

- 6. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 7. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)
- 8. facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 15 Tage – deutschsprachiger Raum
- 9. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschspr. Raum
- 10. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 450 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
- 11. PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

BRONZE 
10 Maßnahmen
4.900,00 Euro zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/4 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand



- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/4 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Thematische Beilage »Städte & Kultur«:** redaktionelle Darstellung (1/3 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
 - a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exempl. über ein zielgruppenspez. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Nielsen 1-3
 - b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspez. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Österreich/Schweiz
- 5. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 6. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 7. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)
- 8. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum

- 9. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 450 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
- 10. PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

BERNSTEIN 
8 Maßnahmen
2.900,00 EURO zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 3. Thematische Beilage »Städte & Kultur«:** redaktionelle Darstellung (1/4 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
 - a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exempl. über ein zielgruppenspez. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Nielsen 1-3
 - b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspez. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Österreich/Schweiz

- 4. Marco Polo Travelmagazin:** Kurzttext mit Link (220 Zeichen) – Mindest-downloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 5. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 6. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)
- 7. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum
- 8. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 220 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de

KREIDE 
7 Maßnahmen
1.900,00 EURO zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3

- 3. Thematische Beilage »Städte & Kultur«:** redaktionelle Darstellung (1/4 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
 - a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exempl. über ein zielgruppenspez. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Nielsen 1-3
 - b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspez. Magazin (Reise-/Kulturbereich), Österreich/Schweiz
- 4. Marco Polo Travelmagazin:** Kurzttext mit Link (220 Zeichen) – Mindest-downloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 5. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 6. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)
- 7. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 220 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de

DIAMANT

21 Maßnahmen + Zusatzoption

42.900,00 Euro zzgl. MwSt.



1. **Urlaubsmagazin 2017:** Zusicherung einer inhaltlich abgestimmten Reportage und Mitspracherecht an dieser (5 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (3 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
2. **Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** Zusicherung einer inhaltlich abgestimmten Reportage und Mitspracherecht an dieser (4 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (3 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
3. **Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (3 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
4. **Thematische Beilage »Aktiv«:** redaktionelle Darstellung (3 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
 - a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Nielsen 1-3
 - b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich),
5. **Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin plus Video und Panoramafoto – Mindestdownload: 500.000, deutschsprachiger Raum
6. **Webvideo** für das E-Magazin mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
7. **360-Grad-Panoramafoto** für das E-Magazin und mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
8. **Radsportmagazin »aktiv Radfahren«:** inhaltlich abgestimmte Reportage (2 S.) – Auflage: 58.000, deutschsprachiger Raum
9. **Medienkooperation WAZ: Print und Online** Vollredaktioneller Artikel (½ S.) plus Gewinnspiel-Option in der Gesamtausgabe sowie auf derwesten.de – Auflage: 630.000, Page Impressions: 81,54 Mio./Monat, Nielsen 2
10. **Medienkooperation WAZ: Promotion** Standbeteiligung Ostermarkt Essen (½ Zelt – inkl. Standkosten, zzgl. Personal u. Logistik – Frühjahr 2017)
11. **Medienkooperation WAZ:** Anzeige WAZ »Reise Journal« (1/2 Seite), Auflage: 630.000, Nielsen 2
12. **Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** Veröffentlichung der Reportage aus dem Urlaubsmagazin plus 1/6 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
13. **auf-nach-mv.de: Startseiten-Key-**

Österreich/Schweiz

visual (thematische Eignung vorausgesetzt) für einen Monat Laufzeit inkl. Bewerbung der Startseite und mit Direkt-Button zur Partner-Themenseite bzw. zu einem zugehörigen Partner-Angebot bei auf-nach-mv.de

14. auf-nach-mv.de: Startseiten-Teaser mit Verlinkung zur Partner-Themenseite bei auf-nach-mv.de (ganzjährig) inkl. Bewerbung der Startseite

15. auf-nach-mv.de: Content-Integration (Artikelreihe in einer Urlaubswelt) inklusive inhaltsbezogener Direktverlinkung; Anreicherung mit POI/Events aus der gemeinsamen Datenbank möglich

16. auf-nach-mv.de: 1 Angebot, Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)

17. facebook.com/aufnachmv: Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 50 Tage – deutschsprachiger Raum

18. Endkundennewsletter: 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum

19. PR: Versand der Reportage aus dem Urlaubsmagazin über den TMV-Presserverteiler – Empfänger: 3.000, deutschsprachiger Raum

20. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens zum Jahresthema

»Tradition & Brauchtum«, 1.500 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de

21. PR: Versand von bis zu 2 Short News über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

Zusatzoption:

Medienkooperation Rheinische Post

- vollredaktioneller Artikel Print und Online plus Gewinnspiel
- (eigener) Messestand Reisewelt Düsseldorf Arcaden (1 Sonntag Mitte Februar 2017)
- Print- und Online-Advertorial
- Rubrik Region der Woche
- Vorschalt-Screen RP-App (2 Wochen)

Auflage: 309.268, Nielsen 2

6.000,00 Euro zzgl. MwSt.
(Nicht im Paketpreis enthalten)

PLATIN

20 Maßnahmen + Zusatzoption

29.900,00 Euro zzgl. MwSt.



1. Urlaubsmagazin 2017: inhaltlich abgestimmte Reportage (4 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (2 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand

- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (3 S.) plus redakt. Partnerdarstellung (2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmte Reportage (2 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Thematische Beilage »Aktiv«:** redaktionelle Darstellung (2 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
- a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Nielsen 1-3
- b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Österreich/Schweiz
- 5. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin plus Video und Panoramafoto – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum
- 6. Webvideo** für das E-Magazin und mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 7. 360-Grad-Panoramafoto** für das E-Magazin und mit Rechten zur weiteren Nutzung und Verbreitung
- 8. Radsportmagazin »aktiv Radfahren«:** inhaltlich abgestimmte Reportage (1 S.) – Aufl.: 58.000, deutschsprachiger Raum

- 9. Medienkooperation WAZ: Print und Online** Vollredaktioneller Artikel (1/2 S.) plus Gewinnspieloption in der Gesamtausgabe sowie auf derwesten.de – Auflage: 630.000, Zugriffe: Page Impressions: 81,54 Mio./Monat, Nielsen 2
- 10. Medienkooperation WAZ: Promotion** Standbeteiligung Ostermarkt Essen (½ Zelt – inkl. Standkosten, zzgl. Personal u. Logistik – Frühjahr 2017)
- 11. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** Veröffentlichung der Reportage aus dem Urlaubsmagazin plus 1/6 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
- 12. auf-nach-mv.de: Startseiten-Keyvisual** (thematische Eignung vorausgesetzt) für einen Monat Laufzeit inkl. Bewerbung der Startseite und mit Direkt-Button zur Partner-Themenseite bzw. zu einem zugehörigen Partner-Angebot bei auf-nach-mv.de
- 13. auf-nach-mv.de: Startseiten-Teaser** mit Verlinkung zur Partner-Themenseite bei auf-nach-mv.de (ganzzjährig) inkl. Bewerbung der Startseite
- 14. auf-nach-mv.de: Content-Integration** (Artikelseite in einer Urlaubswelt) inklusive inhaltsbezogener Direktverlinkung; Anreicherung mit POI/Events aus der gemeinsamen Datenbank möglich
- 15. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)

- 16. facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 40 Tage – deutschsprachiger Raum
- 17. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum
- 18. PR: Versand der Reportage** aus dem Urlaubsmagazin über den TMV-Presserverteiler – Empfänger: 3.000, deutschsprachiger Raum
- 19. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens** zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 1.000 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de
- 20. PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

Zusatzoption:

- Medienkooperation Rheinische Post**
- vollredaktioneller Artikel Print und Online plus Gewinnspiel
 - Print- und Online-Advertorial
 - Rubrik Region der Woche
 - Vorschalt-Screen RP-App (1 Woche)
- Auflage: 309.268, Nielsen 2

5.100,00 Euro zzgl. MwSt.

(Nicht im Paketpreis enthalten)

GOLD 
18 Maßnahmen
+ Zusatzoption

14.900,00 Euro zzgl. MwSt.

- 1. Urlaubsmagazin 2017:** inhaltlich abgestimmter Artikel (2 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
- 2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmter Artikel (2 S.) plus redakt. Partnerdarstellung (1 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
- 3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** inhaltlich abgestimmter Artikel (1 S.) plus redaktionelle Partnerdarstellung (1/2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
- 4. Thematische Beilage »Aktiv«:** redaktionelle Darstellung (1 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
- a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Nielsen 1-3
- b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Österreich/Schweiz
- 5. Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend

Urlaubsmagazin plus Video und Panoramafoto – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum

6. **Webvideo** für das E-Magazin
7. **360-Grad-Panoramafoto** für das E-Magazin
8. **Radsportmagazin »aktiv Radfahren«:** inhaltlich abgestimmte Reportage (1/2 S.) – Auflage: 58.000, deutschsprachiger Raum
9. **Medienkooperation WAZ: Print und Online** Vollredaktionelle Nachricht (25 Zeilen) in der Gesamtausgabe sowie auf derwesten.de – Auflage: 630.000, Page Impressions: 81,54 Mio./Monat, Nielsen 2
10. **Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/6 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1
11. **auf-nach-mv.de: Startseiten-Teaser** mit Verlinkung zur Partner-Themenseite bei auf-nach-mv.de (ganzzjährig) inkl. Bewerbung der Startseite
12. **auf-nach-mv.de: Content-Integration** (Artikelseite in einer Urlaubswelt) inklusive inhaltsbezogener Direktverlinkung; Anreicherung mit POI/Events aus der gemeinsamen Datenbank möglich
13. **auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)
14. **facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 25 Tage – deutschspr. Raum

15. **Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum

16. **PR: Versand des Artikels** aus dem Urlaubsmagazin über den TMV-Presserverteiler – Empfänger: 3.000, deutschsprachiger Raum

17. **PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 800 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de

18. **PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

Zusatzoption 1:

Rechte zur Nutzung und Verbreitung des Webvideos und des 360-Grad-Panoramafotos auf eigener Homepage und Social-Media-Kanälen

250,00 Euro zzgl. MwSt.

(Nicht im Paketpreis enthalten)

Zusatzoption 2:

Medienkooperation Rheinische Post - vollredaktioneller Artikel Print und Online - Print- und Online-Advertorial - Rubrik Region der Woche
Auflage: 309.268, Nielsen 2

4.000,00 Euro zzgl. MwSt.

(Nicht im Paketpreis enthalten)

SILBER

11 Maßnahmen



7.900,00 Euro zzgl. MwSt.

1. **Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/2 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand
2. **Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/2 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2
3. **Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/4 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3
4. **Thematische Beilage »Aktiv«:** redaktionelle Darstellung (1/2 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000
 - a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Nielsen 1-3
 - b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Österreich/Schweiz
5. **Marco Polo Travelmagazin:** redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum

6. **Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1

7. **auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)

8. **facebook.com/aufnachmv:** Bewerbung eines Beitrages (Beitragsinteraktion) oder Videos (Videoimpressionen), Laufzeit 15 Tage – deutschspr. Raum

9. **Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum

10. **PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 450 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de

11. **PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)

BRONZE

10 Maßnahmen



4.900,00 Euro zzgl. MwSt.

1. **Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/4 Seite) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand

2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:

redaktionelle Partnerdarstellung (1/4 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 2

3. Zeitschriftenbeilage Urlaubsmagazin:

redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3

4. Thematische Beilage »Aktiv«: redaktionelle Darstellung (1/3 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000

a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Nielsen 1-3

b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Österreich/Schweiz

5. Marco Polo Travelmagazin: redaktionelle, multimediale Darstellung und Verlinkung, Umfang: entsprechend Urlaubsmagazin – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum**6. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1**7. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)**8. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für

4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum

9. PR: Partnerdarstellung im Themenpressedienst zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 450 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de**10. PR: Versand 1 Short News** über den TMV-Presserverteiler (Voraussetzung: Nachrichtenwert)**BERNSTEIN****8 Maßnahmen****2.900,00 Euro** zzgl. MwSt.**1. Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand**2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3**3. Thematische Beilage »Aktiv«:** redaktionelle Darstellung (1/4 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000

a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Nielsen 1-3

b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exem-

plare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Österreich/Schweiz

4. Marco Polo Travelmagazin: Kurzttext mit Link (220 Zeichen) – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum**5. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1**6. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)**7. Endkundennewsletter:** 1 Angebot plus Darstellung des Angebotes auf der Startseite www.auf-nach-mv.de für 4 bis 5 Wochen – Empfänger Newsletter: 16.000, deutschsprachiger Raum**8. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 220 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de**KREIDE****7 Maßnahmen****1.900,00 Euro** zzgl. MwSt.**1. Urlaubsmagazin 2017:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Auflage: 20.000, Messen/Präsentationen/Postversand**2. Zeitungsbeilage Urlaubsmagazin:** redaktionelle Partnerdarstellung (1/8 S.) – Mindestvertrieb: 400.000, Nielsen 1-3**3. Thematische Beilage »Aktiv«:** redaktionelle Darstellung (1/4 S.), Grundlage: Reportage und Partnerdarstellungen Urlaubsmagazin – Mindestauflage 85.000

a) Vertrieb Inland: mind. 50.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Nielsen 1-3

b) Vertrieb Ausland: 15.000-20.000 Exemplare über ein zielgruppenspezifisches Magazin (Reise- und Aktivbereich), Österreich/Schweiz

4. Marco Polo Travelmagazin: Kurzttext mit Link (220 Zeichen) – Mindestdownloads: 500.000, deutschsprachiger Raum**5. Zeitschrift »unterwegs – Kurztrips im Norden« 2017:** 1/9 S. Anzeige, Auflage: 120.000, Nielsen 1**6. auf-nach-mv.de: 1 Angebot,** Ausspielung auf der verstärkt beworbenen Startseite (ggf. Ausspielung auf einer TMV-Themenseite)**7. PR: Partnerdarstellung im Themenpressediens**t zum Jahresthema »Tradition & Brauchtum«, 220 Zeichen Text mit Link – Ausspielung www.urlaubsnachrichten.de

Kontakte:

Tobias Weitendorf
fon +49 (0) 381 40 30 612
t.weitendorf@auf-nach-mv.de

Silvia Möhring
fon +49 (0) 381 40 30 661
s.moehring@auf-nach-mv.de

Katrin Hackbarth
fon +49 (0)381 40 30 613
k.hackbarth@auf-nach-mv.de

Miriam Gedrose
fon +49 (0)381 4030 610
m.gedrose@auf-nach-mv.de

Auftragserteilung:

bis 21. Oktober 2016

Redaktionsschluss:

18. November 2016

Informationen und Buchungsformulare:

tmv.de/kernkampagne

Impressum

Herausgeber:

Tourismusverband
Mecklenburg-Vorpommern e. V.
Konrad-Zuse-Strasse 2 · 18057 Rostock
fon +49 381 40 30-550 · fax -555
www.auf-nach-mv.de · info@auf-nach-mv.de

Design:

Silke Herr · silke.herr@web.de

Druck:

Druckerei Weidner GmbH
Carl-Hopp-Straße 15 · 18069 Rostock
Rostock, 09/16

Gefördert durch:



Europäischer Fonds
für Regionale Entwicklung