

Sonneninsel Usedom

Presseinformation



Influencer-Kampagne des SUNSPOT Award erzielt Social-Media Reichweite von 1,6 Mio. Impressions

Einen Monat nach Ende des SUNSPOT Award Usedom ist die Auswertung der Medienreichweite der Influencer-Kampagne abgeschlossen. Insgesamt erzielten die Instagram-Posts der Influencer, zusammen mit den Beiträgen von FMD-Filmemacher Deutschland, der Usedom Tourismus GmbH und verschiedenen Partnern eine Gesamtreichweite von 1,6 Mio. Impressions. Die Atmosphäre bei der Preisverleihung auf der Ahlbecker Seebrücke vermittelt ein Video, das FMD auf seinen [Facebook](#)- und [Instagram](#)-Kanälen veröffentlicht hat.

„Beim SUNSPOT Award Usedom ist in kürzester Zeit eine Fülle und Vielfalt an neuem Foto- und Videomaterial für das Destinationsmarketing entstanden, von dem die Insel langfristig profitieren wird“, zeigt sich Michael Steuer, Geschäftsführer der Usedom Tourismus GmbH, zufrieden. „Die Influencer haben maßgeblich dazu beigetragen, dass der SUNSPOT Award weit über die Insel und die Landesgrenzen hinaus wahrgenommen wurde.“

Beim SUNSPOT Award hatten zehn Fotografen die Chance, die Insel Usedom in den vier Kategorien „Typisch Usedom“, „Angekommen“, „Herzlichkeit“ und „Neugier“ zu fotografieren. Das Team aus drei Influencern und der FMD-Crew klemmten sich an die Fersen der zehn Teilnehmer und begleiteten sie während der 100 Stunden des Wettbewerbs. Als rasende Reporter ließen [Theolator](#) alias Leo Thomas, [Uberding](#) alias Patrick Pfaff, [ste-fit-anie](#) alias Stefanie Hufnagel und [Marc Bächthold](#) vom FMD-Team ihre rund 460 Tausend Follower nahezu live am Geschehen teilhaben. Auch FMD, das Marketingteam der UTG und die am Projekt beteiligten Partner posteten auf ihren Kanälen kontinuierlich Beiträge über den Fotowettbewerb. Insgesamt wurden zum Event rund 70 Instagram-Feedbeiträge mit dem Hashtag #sunspotaward veröffentlicht, die rund 17.000 Likes generierten. Neben dem reinen Zahlenwerk ist während des SUNSPOT Award sehr viel Bild- und Videomaterial entstanden, das es nun in die werbliche Kommunikation der UTG zu integrieren gilt. Allein die zehn Teilnehmer lieferten 50 hochprofessionelle Fotos ab, die in Zukunft für das Destinationsmarketing der Insel zur Verfügung stehen werden. Interessierte Partner sind herzlich eingeladen, sich die schönsten Bilder auf dem [Mediaserver](#) auf der [usedom.de](#) anzugucken und einzelne Motive für ihre Werbezwecke zu nutzen. Mit einer Openair-Ausstellung zeigt das Ostseebad Zinnowitz ab ? ausgewählte Fotos auf der Promenade.

Die Realisierung des SUNSPOT Award Usedom war nur dank der Unterstützung zahlreicher Partner möglich. Ihr Engagement spiegelt sich nun in den Fotos und den Instagram-Posts wider, so dass auch sie von der Berichterstattung profitieren.

Ihr Ansprechpartner

Karina Schulz
Presse- & Öffentlichkeitsarbeit

Usedom Tourismus GmbH
Hauptstraße 42
17459 Seebad Koserow

Tel: +49 (0) 38375 244 140
Fax: +49 (0) 38375 244 145

karina.schulz@usedom.de
www.usedom.de

Sonneninsel Usedom

Presseinformation



Die Usedom Tourismus GmbH (UTG) ist die offizielle Marketinggesellschaft für die Insel Usedom. Als umfassender Dienstleister für die Usedomer Tourismusbranche, die Gebietskörperschaften und deren touristische Institutionen realisiert die UTG das Destinationsmarketing für die Insel Usedom im In- und Ausland. www.usedom.de, flug.usedom.de, kurzurlaub.usedom.de

Ihr Ansprechpartner

Karina Schulz
Presse- & Öffentlichkeitsarbeit

Usedom Tourismus GmbH
Hauptstraße 42
17459 Seebad Koserow

Tel: +49 (0) 38375 244 140
Fax: +49 (0) 38375 244 145

karina.schulz@usedom.de
www.usedom.de