

## Ausstehende Maßnahmen im letzten Quartal:

### Direct Mailing

|                 |                         |
|-----------------|-------------------------|
| Kampagnenstart: | November                |
| Laufzeit:       | einmalige Versendung    |
| Standort:       | Deutschlandweit möglich |
| Werbekanal:     | Postkarten Mailing      |
| Auflagenhöhe:   | 7.868                   |

### Bundesland

|                        |              |
|------------------------|--------------|
| Sachsen                | 216          |
| Brandenburg            | 313          |
| Mecklenburg-Vorpommern | 12           |
| Thüringen              | 186          |
| Bayern                 | 144          |
| Baden-Württemberg      | 767          |
| Saarland               | 60           |
| Rheinland-Pfalz        | 403          |
| Hessen                 | 583          |
| Nordrhein-Westfalen    | 1.434        |
| Niedersachsen          | 994          |
| Schleswig-Holstein     | 22           |
| Bremen                 | 16           |
| Berlin                 | 20           |
| <b>Gesamt</b>          | <b>5.170</b> |

### Vorderseite:



wo-ist-magdeburg.de

th | magdeburg

### Rückseite:

Sonder-Reiseangebot in die Ottostadt Magdeburg  
Thematisierung: Weihnachtsmarkt

## Anzeigen, Advertorials

- in möglichen Medien:  
WAZ, Neue Ruhrzeitung, Kölner Stadtanzeiger, Rheinische Post  
Oktober / November 2015

## Beklebung eines Reisebusses

- Kooperationspartner Sudenburger Reisespatz  
mit Elementen der Ottostadt-Kampagne (Wort-Bild-Marke)  
Oktober / November 2015