

Eine Pressemitteilung des

**Lahntal Tourismus Verband e. V.**

Ulrike Petersen (Presse)

Brückenstraße 2, 35576 Wetzlar

Tel.: 0 64 41 – 30 99 80

Ulrike.petersen@daslahntal.de

[www.lahntalliebe.de/presse](http://www.lahntalliebe.de/presse)

Datum: 20.07.2022

---

## **Lahntal Tourismus Verband e. V. kooperiert erfolgreich mit der Technischen Hochschule Mittelhessen**

**Mit Beginn des Sommersemesters 2022 startete der Lahntal Tourismus Verband e. V. (LTV) die Zusammenarbeit mit der Technischen Hochschule Mittelhessen (THM).**

Unter Leitung vom Prof. Dr. Jan Freidank vom Fachbereich Wirtschaft übernahmen fünf Studentinnen des Master-Studiengangs International Marketing für 8 Wochen zwischen Mai und Juli 2022 den Instagram Account [www.instagram.com/daslahntal](https://www.instagram.com/daslahntal) und erstellten einen virtuellen Reiseführer für Reiseziele im Lahntal und die Naturaktivitäten Radwandern, Kanufahren und Wandern. Parallel dazu wurden insgesamt 8 Blogbeiträge auf der neuen Homepage [www.lahntalliebe.de](http://www.lahntalliebe.de) veröffentlicht und mit dem Social-Media-Kanal verknüpft.

Mit viel Spaß und Engagement wurden Woche für Woche großartige Stories und Beiträge zum Beispiel über Gießen, Marburg, Wetzlar oder Braunfels veröffentlicht. Ziel der Kampagne war unter anderem die Erhöhung der Anzahl der Follower und die Verbesserung der Interaktion zwischen den Followern sowie der Reichweite bei Nicht-Followern.

Bei der Abschlusspräsentation am Semesterende trugen die Studentinnen ihre Ergebnisse und Auswertungen der Social-Media-Aktivitäten vor. Insgesamt wurden im Projektzeitraum über 50.000 Besucher über den Social-Media-Kanal erreicht, 740-mal wurden die Blogbeiträge auf der Webseite aufgerufen. Philipp Borhardt, Geschäftsführer des LTV freut sich über die erfolgreiche Zusammenarbeit: „Wir sind beeindruckt von dem Engagement der Studentinnen und den großartigen Ergebnissen. Die Blogbeiträge können wir auch wunderbar für unsere weitere Marketingarbeit für die Region nutzen. Für den LTV ergeben sich aus der Zusammenarbeit Erkenntnisse, die in unsere zukünftige Social-Media-Arbeit einfließen werden“.