

DZT Schweiz | Mai 2024

Erfolgskontrolle Digital Out-of-Home- Kampagne „Natur“

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

Ge fördert durch:
Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz
aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das Reiseland



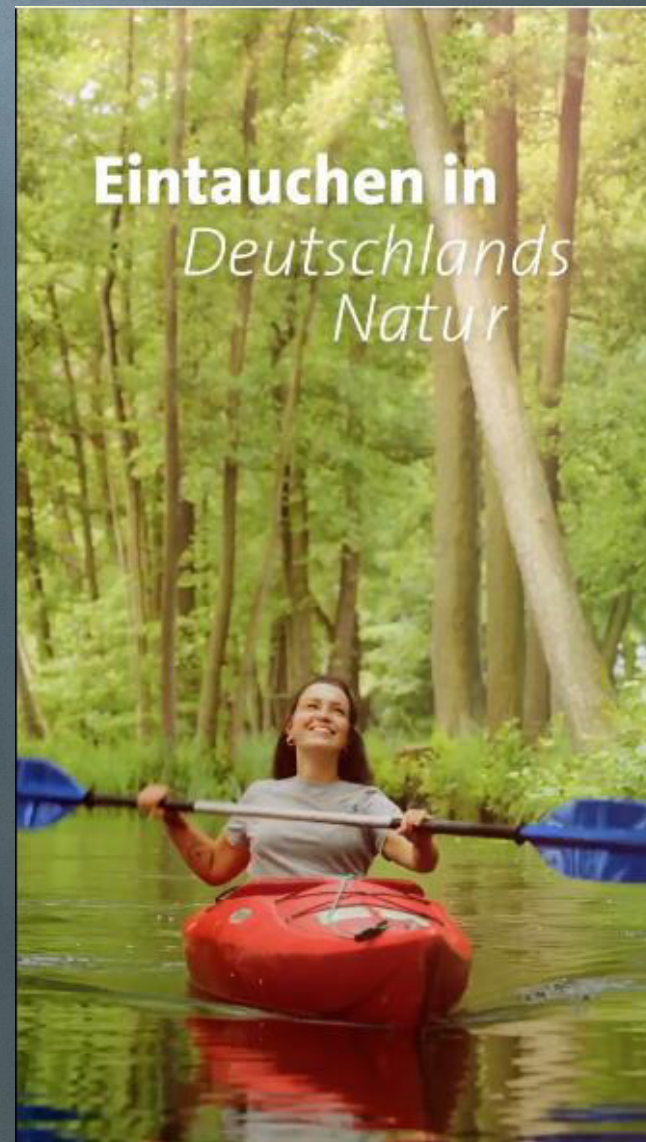
Inhalt

- Kampagnenvorstellung
- Kennzahlen der Kampagne
- Belegbilder Naturkampagne
- Fazit

- Gemeinsam mit deutschen Partnern wurde eine reichweitenstarke DOOH-Werbung in der deutschsprachigen Schweiz realisiert
- Das Reiseland Deutschland wurde als attraktives Natur-Reiseziel beworben
- Inspiration an hochfrequentierten Orten für reiseaffine Schweizer:Innen mit ansprechenden Sujets
- Die Sujets wurden alternierend ausgespielt, sodass jedes Sujet die gleiche Anzahl an Ausspielungen erhalten hat

- In stark frequentierten Bahnhöfen wurden DOOH-Screens gebucht:
 - Zürich, Winterthur, Schaffhausen, Basel, Baden
 - Kampagnen-Laufzeit: 5.4. bis 12.4.2024
- Zusätzliche Ausspielung am 15.4.2024, anlässlich des Sächsilüüte Fests in Zürich (grosses traditionelles Volksfest). Die Kampagne war an diesem Tag an den Bahnhöfen Zürich HB, Zürich Stadelhofen und Zürich Enge, rund um das Event, zu sehen.
- Jedes Sujet ist 10 Sekunden lang (Format 9:16)

DOOH-Kampagne
Natur
Deutschland Sujet



DOOH Kampagne
Natur
Sujet Partner
Freiburg



Kennzahlen der DOOH-Kampagne

Laufzeit vom 5.4.-12.4.2024:

- 56 Screens in 5 Städten der Deutschschweiz:
Zürich, Winterthur, Schaffhausen, Basel, Baden
- 87.590 Ausstrahlungen für 6 Spots, jeder Spot war für 14.598 Ausstrahlungen eingeplant
- Zusätzliche Ausstrahlungen: 72.471, jeder Spot wurde ca. 12.078-mal zusätzlich gezeigt
- Ausstrahlung gesamt: Je Spot 26.676

Kennzahlen der DOOH-Kampagne

Laufzeit vom 5.4.-12.4.2024:

- Zielgruppe: Fokussierung auf die Ansprache einer naturaffinen Zielgruppe
- Reichweite: 394.000 Personen*
- Impressions (OTS): 480.183*

Kennzahlen der DOOH-Kampagne

Zusatzplatzierung vom 15.4.2024:

- 34 Screens in Zürich
- 13.278 Ausstrahlungen für 6 Spots, jeder Spot war für 2.213 Ausstrahlungen eingeplant
- Zusätzliche Ausstrahlungen: 8.855, jeder Spot wurde ca. 1.476-mal zusätzlich gezeigt
- Ausstrahlung gesamt: Je Spot 3.689

Kennzahlen der DOOH-Kampagne

Kampagne vom 15.4.2024:

- Reichweite: 51.000 Personen*
- Impressions (OTS): 22.133*

**Belegbilder
Kampagnenzeitraum
5.4.-12.4.2024**

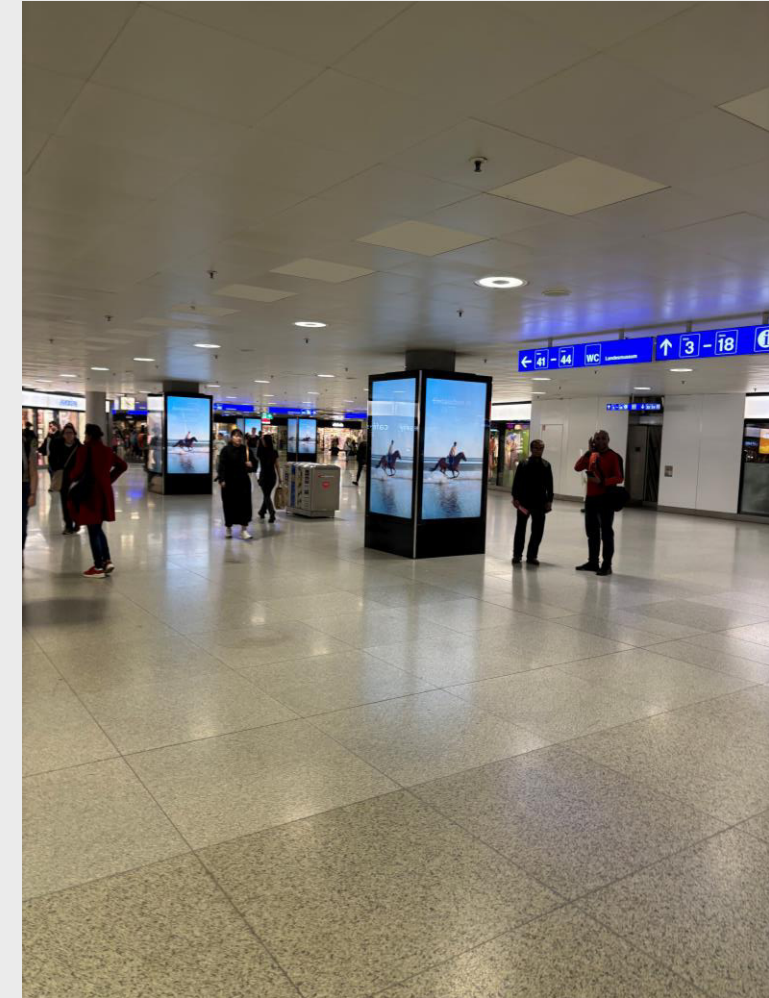
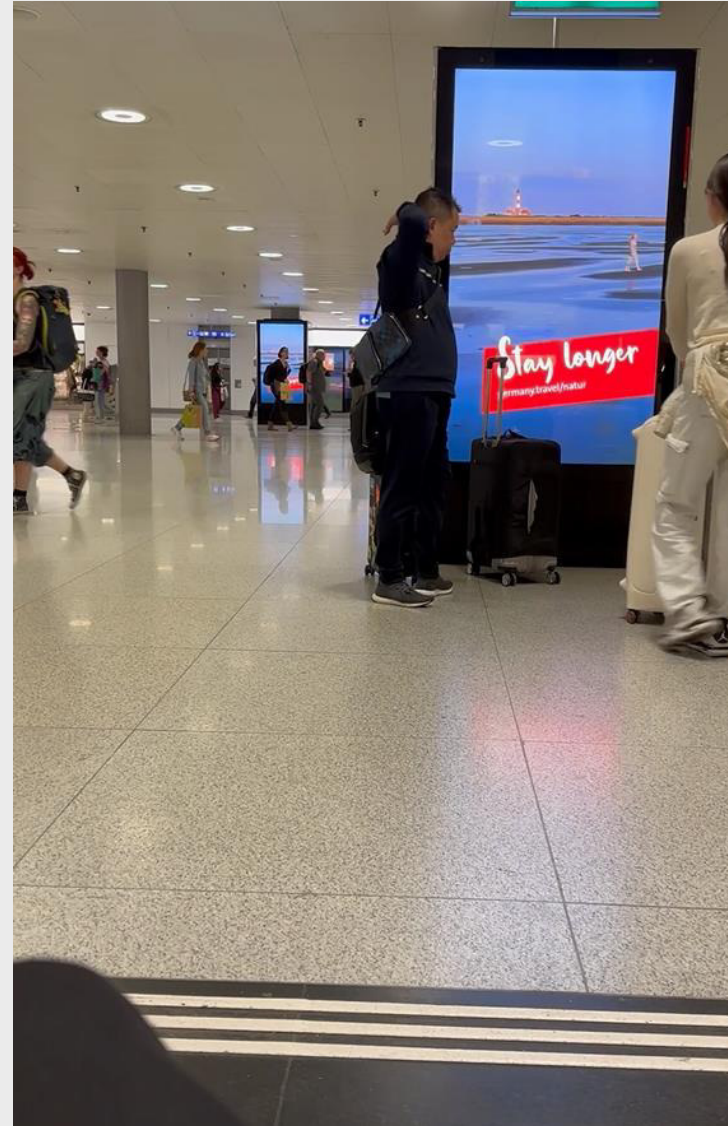
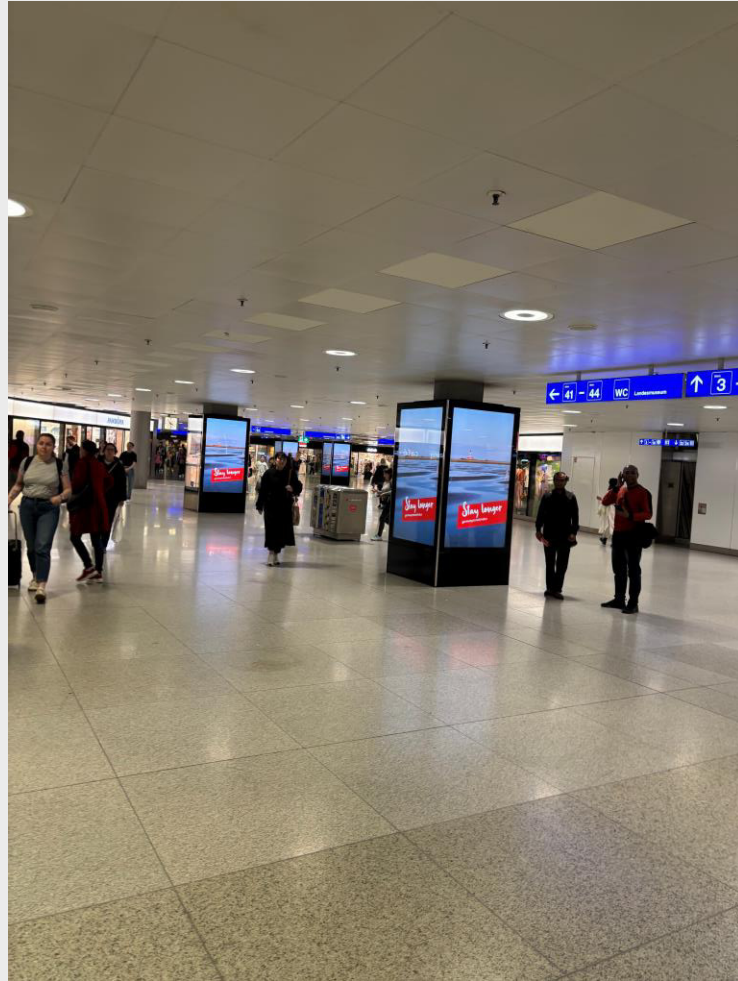
DOOH-Kampagne – Deutschland Sujet

Bahnhof Zürich - Gessnerallee



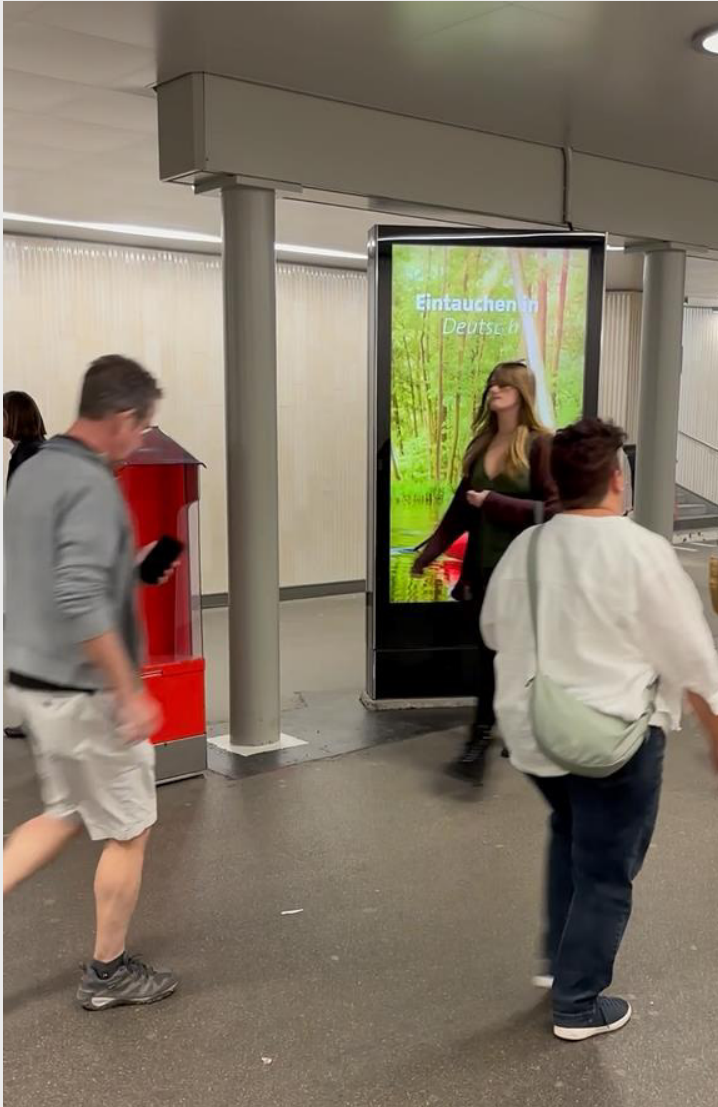
DOOH-Kampagne – Deutschland Sujet

Bahnhof Zürich - Löwenstrasse



DOOH-Kampagne – Deutschland Sujet

Bahnhof Winterthur – Personenunterführung

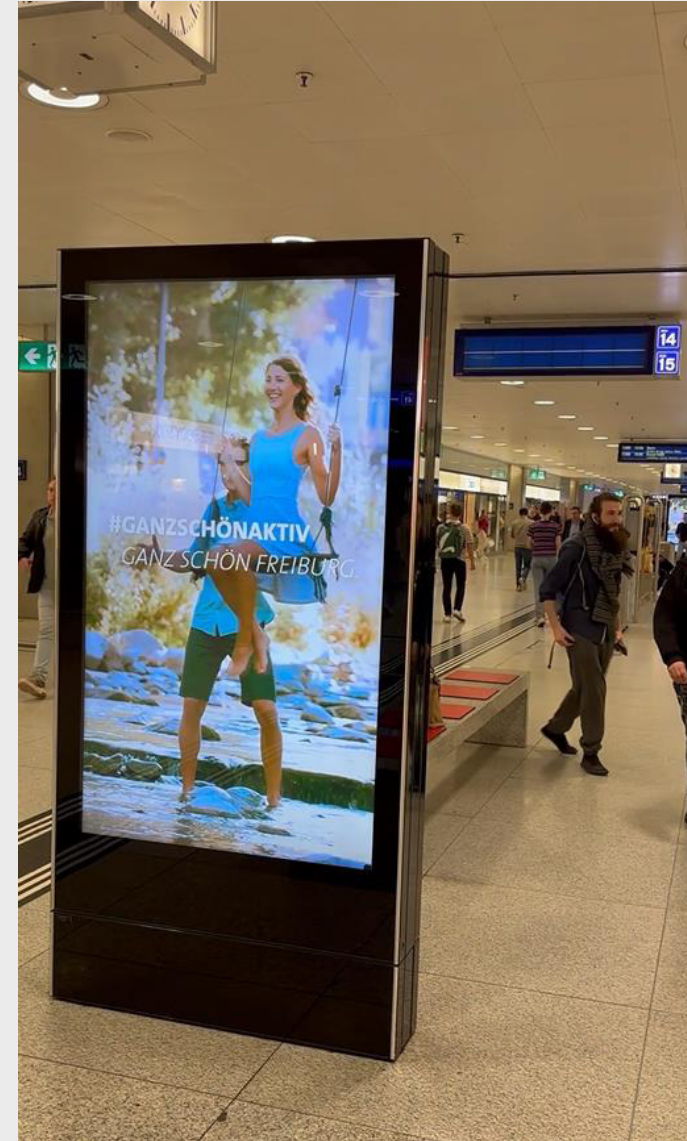


DOOH-Kampagne – Deutschland Sujet

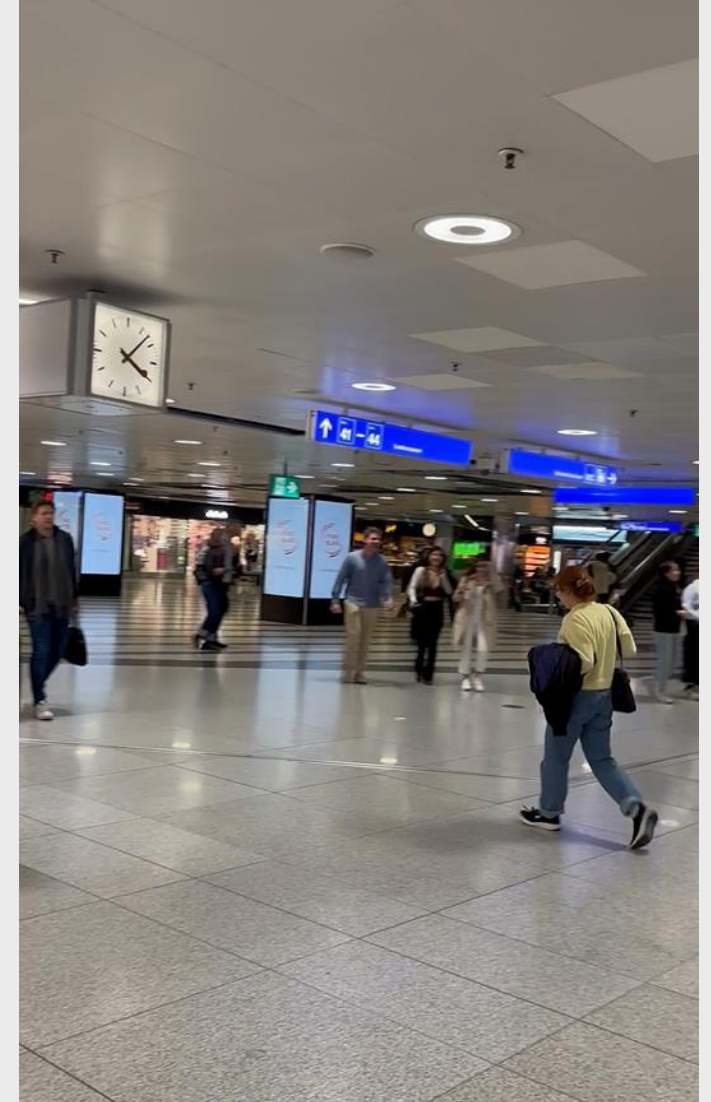
Bahnhof Winterthur – Gleis 3



DOOH-Kampagne – Freiburg Sujet Bahnhof Zürich - Gessnerallee

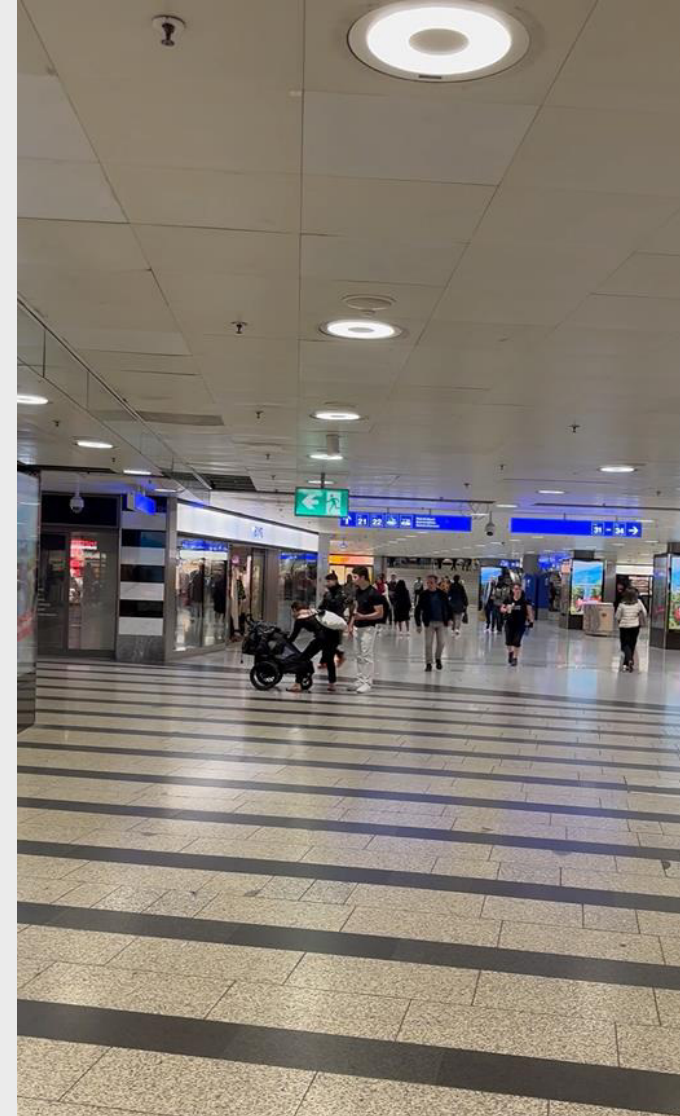


DOOH-Kampagne – Freiburg Sujet Bahnhof Zürich - Löwenstrasse



DOOH-Kampagne – Freiburg Sujet

Bahnhof Zürich - Löwenstrasse



DOOH-Kampagne – Freiburg Sujet

Bahnhof Winterthur – Gleis 3



**Belegbilder
Kampagnenzeitraum
15.4.2024**



DOOH-Kampagne – Deutschland Sujet

Bahnhof Zürich - Querhalle



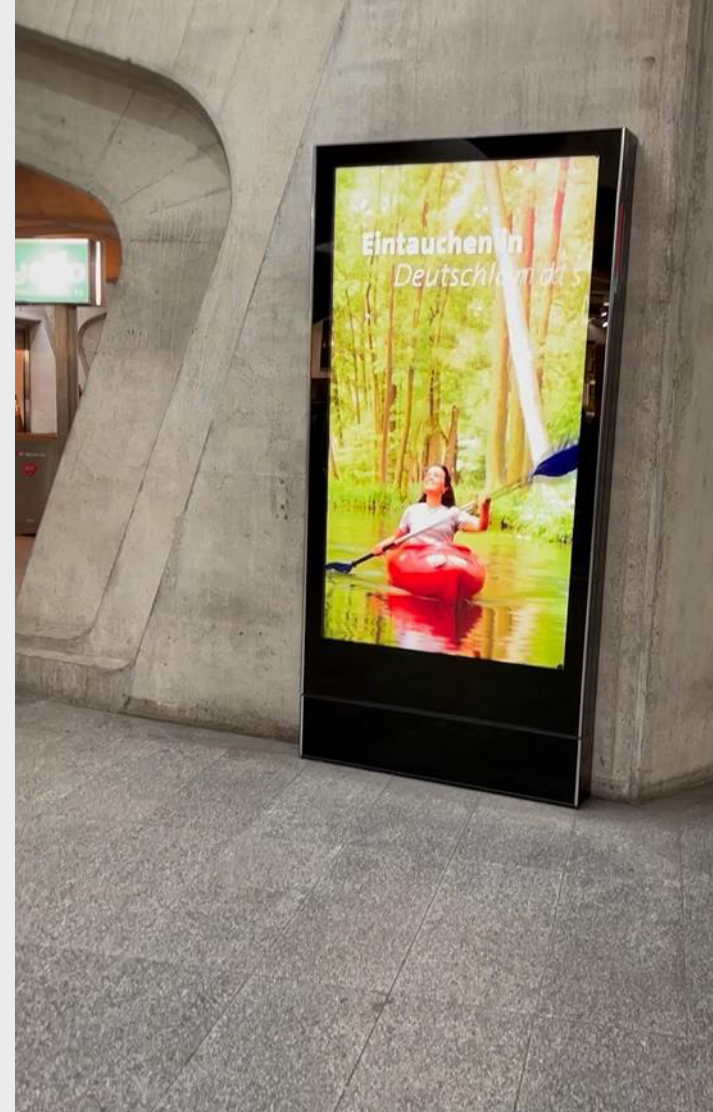
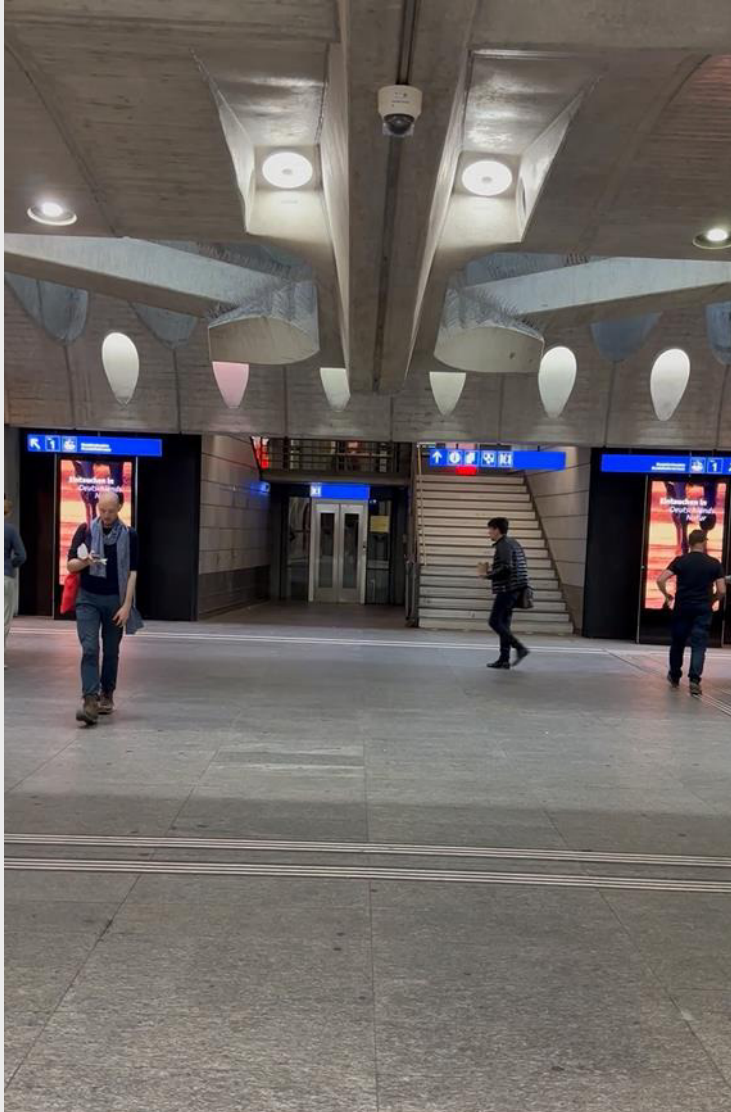
DOOH-Kampagne – Deutschland Sujet

Bahnhof Zürich – Ausgang Bahnhofstrasse



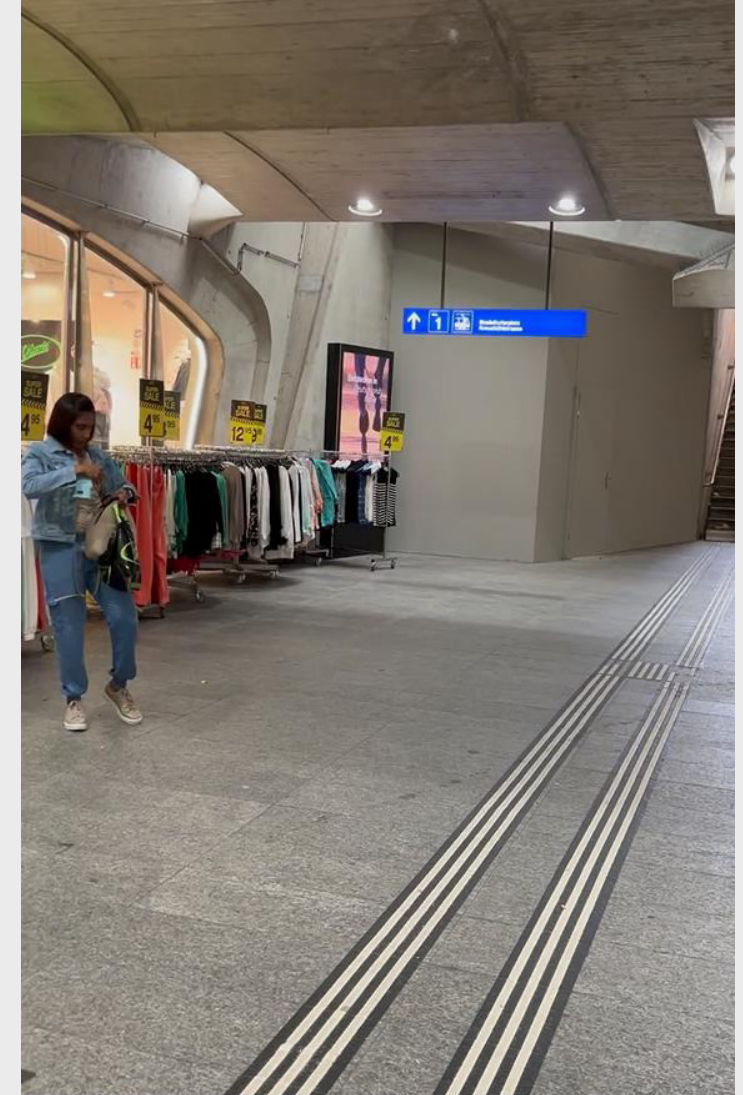
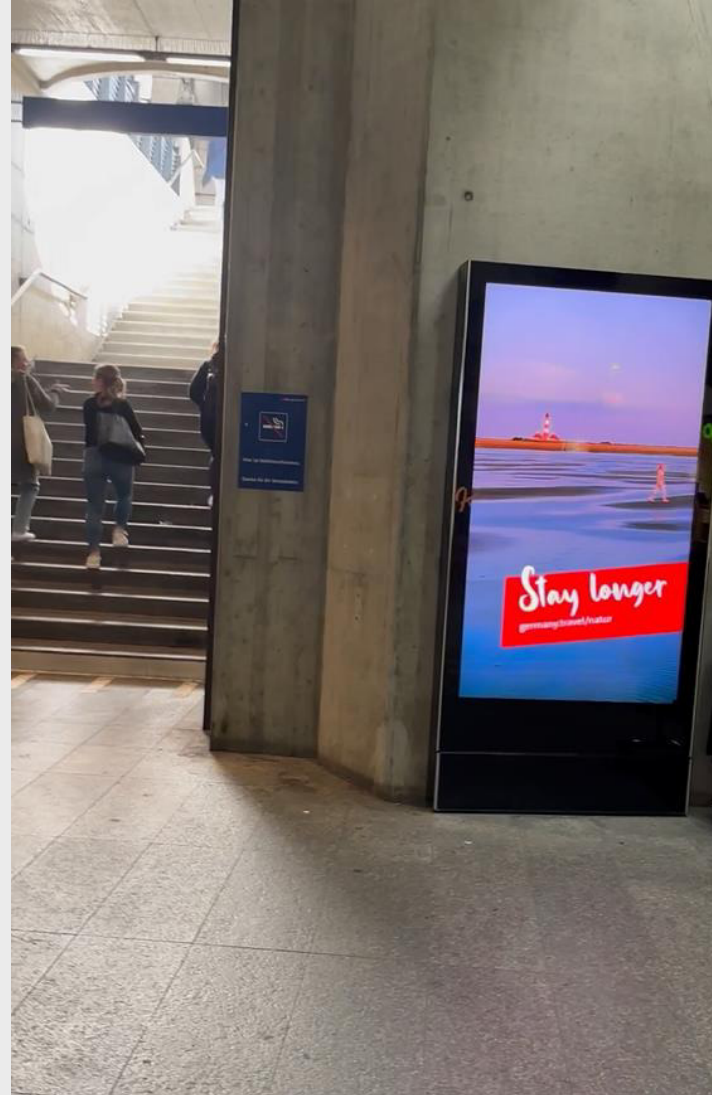
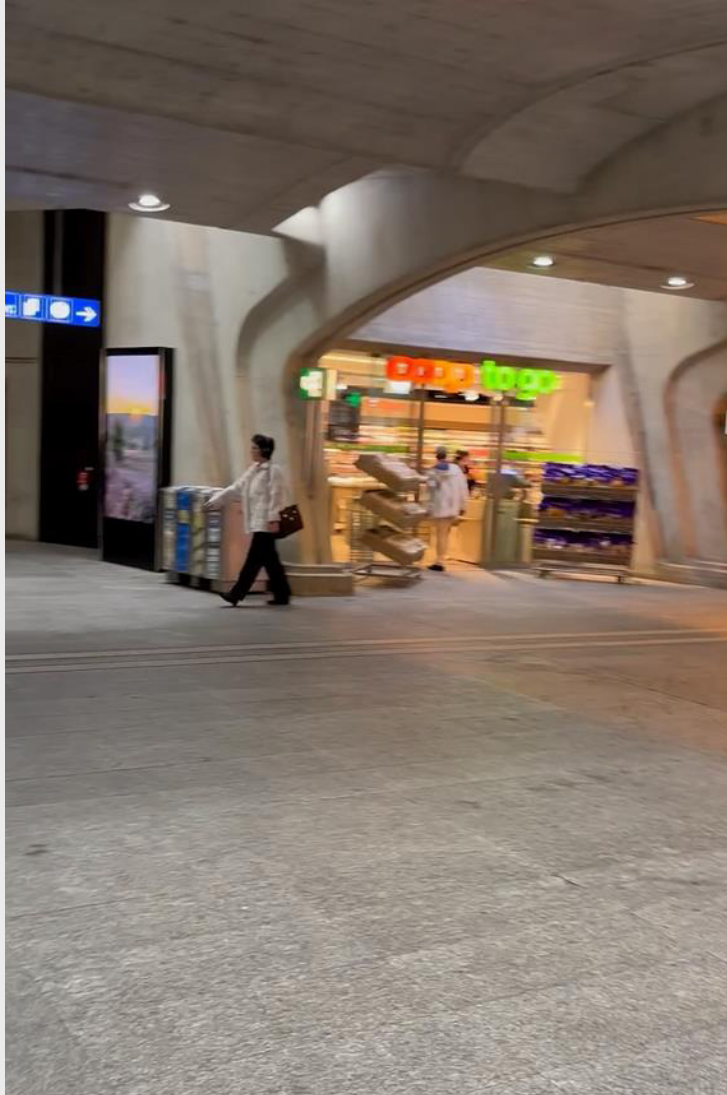
DOOH-Kampagne – Deutschland Sujet

Bahnhof Stadelhofen



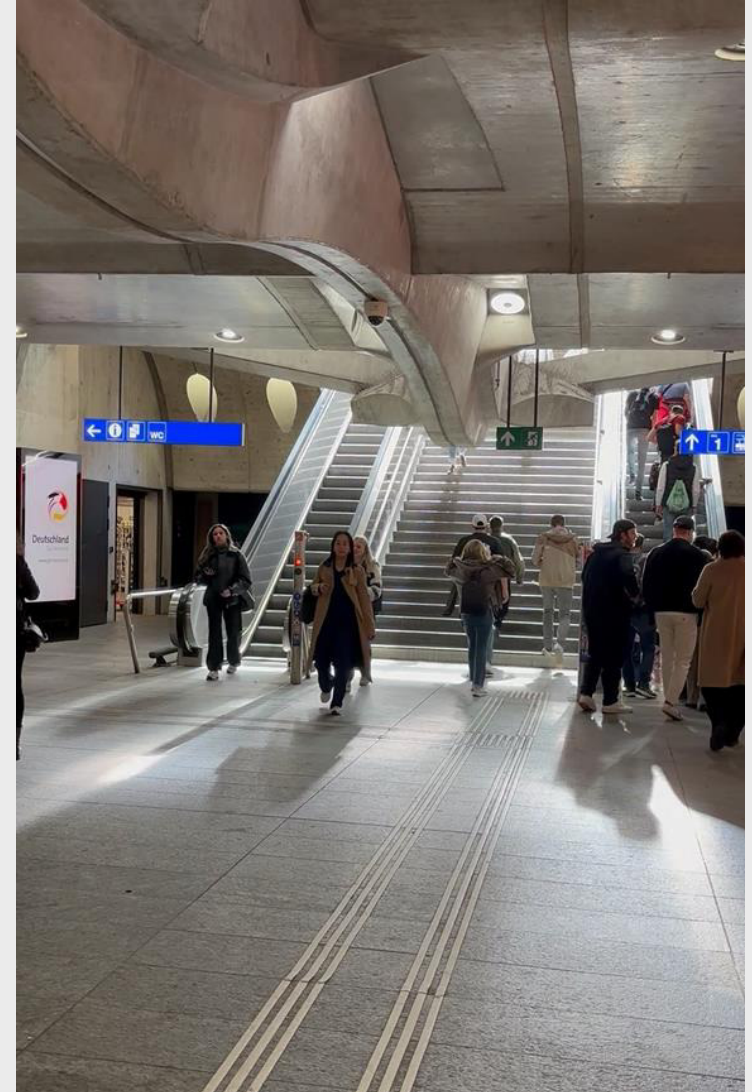
DOOH-Kampagne – Deutschland Sujet

Bahnhof Stadelhofen



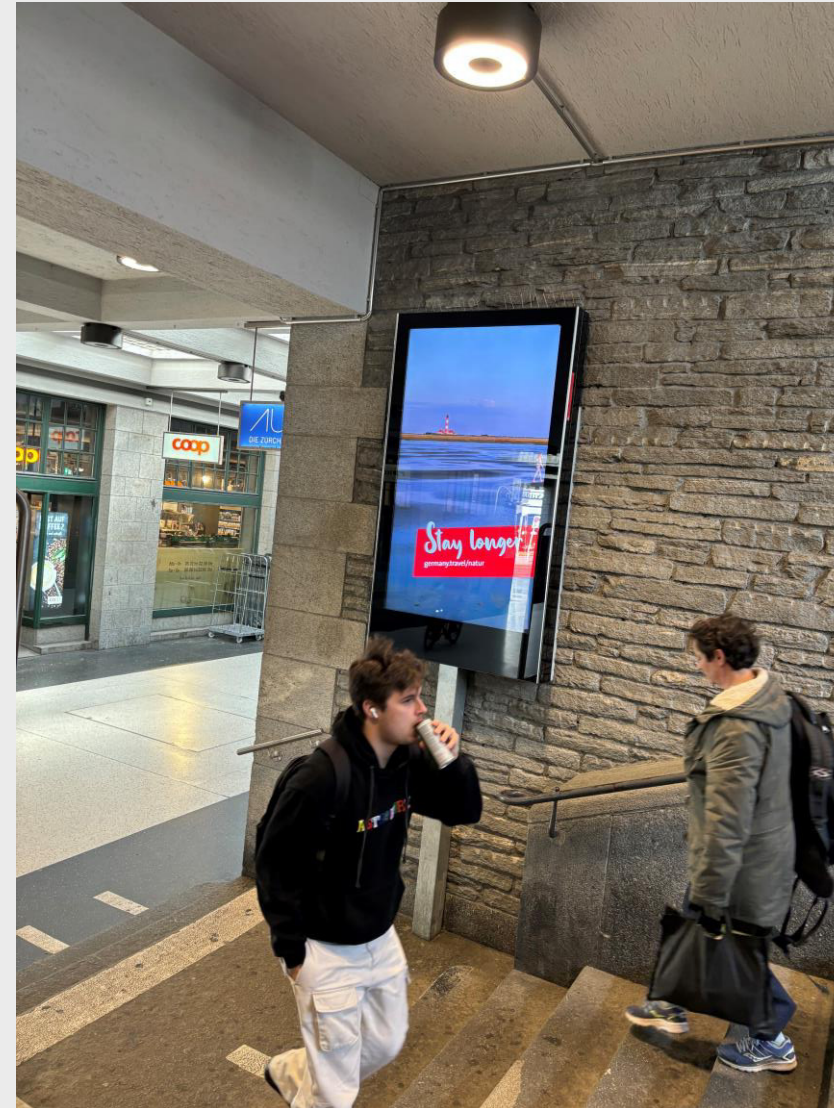
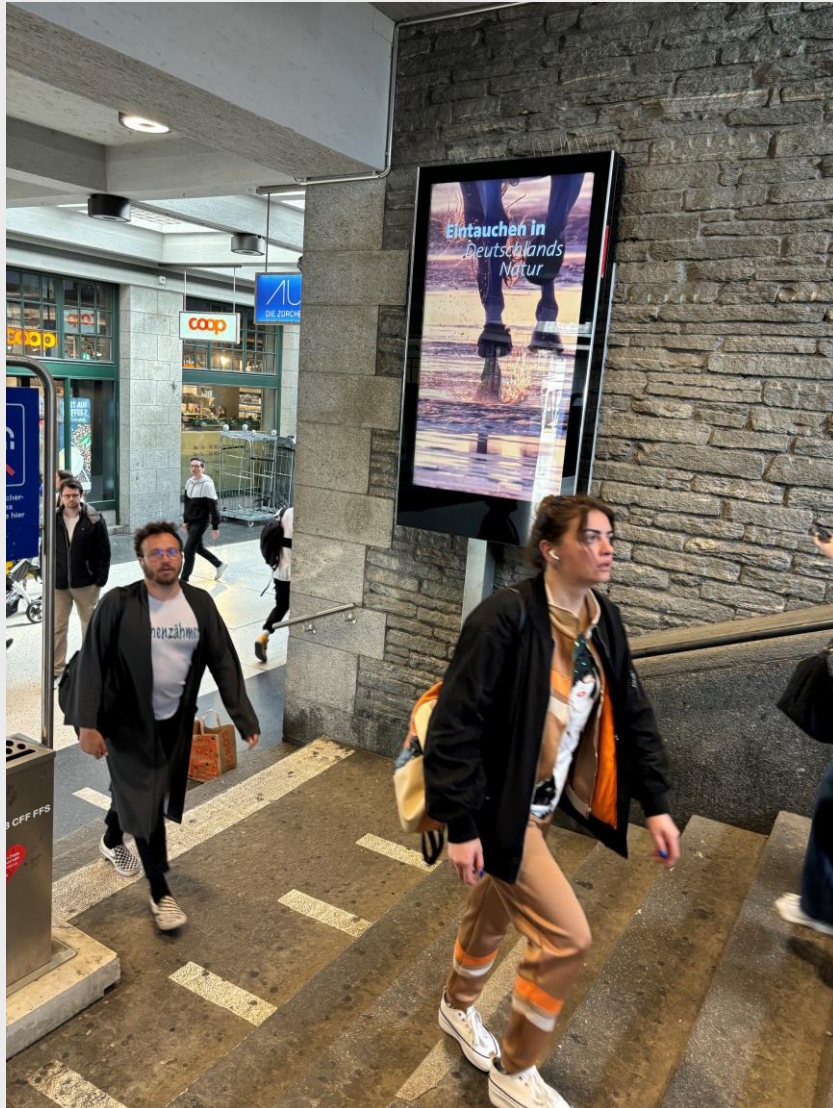
DOOH-Kampagne – Deutschland Sujet

Bahnhof Stadelhofen



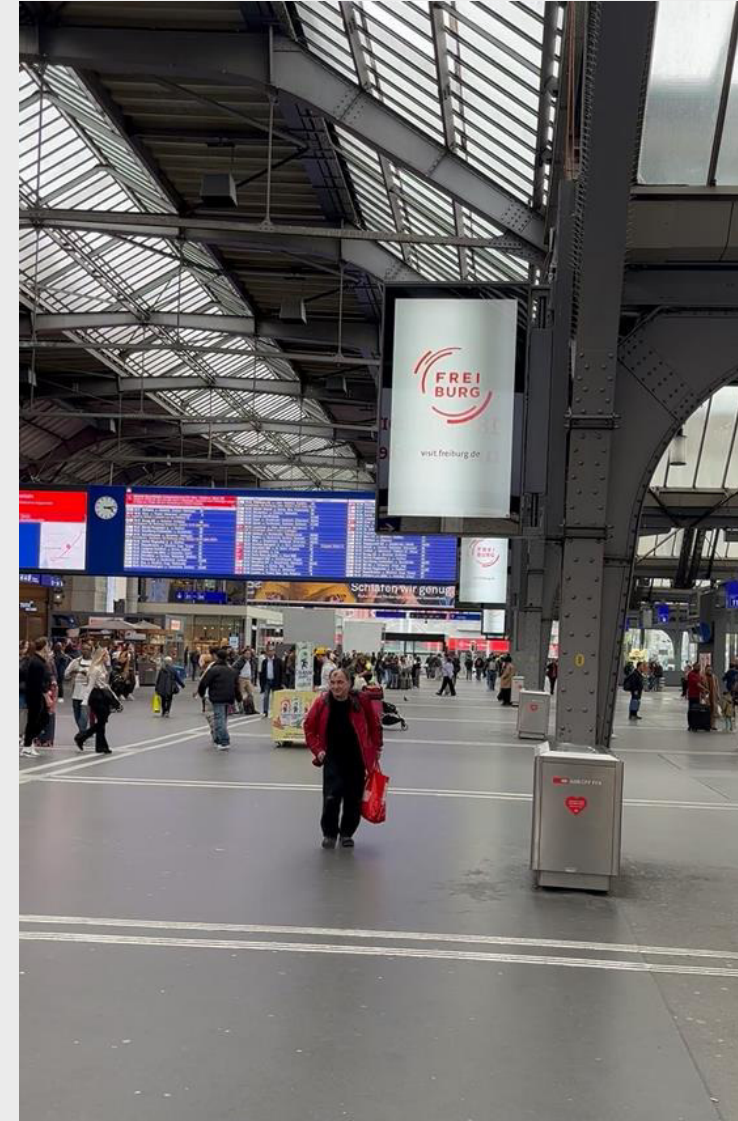
DOOH-Kampagne – Deutschland Sujet

Bahnhof Enge



DOOH-Kampagne – Freiburg Sujet

Bahnhof Zürich - Querhalle



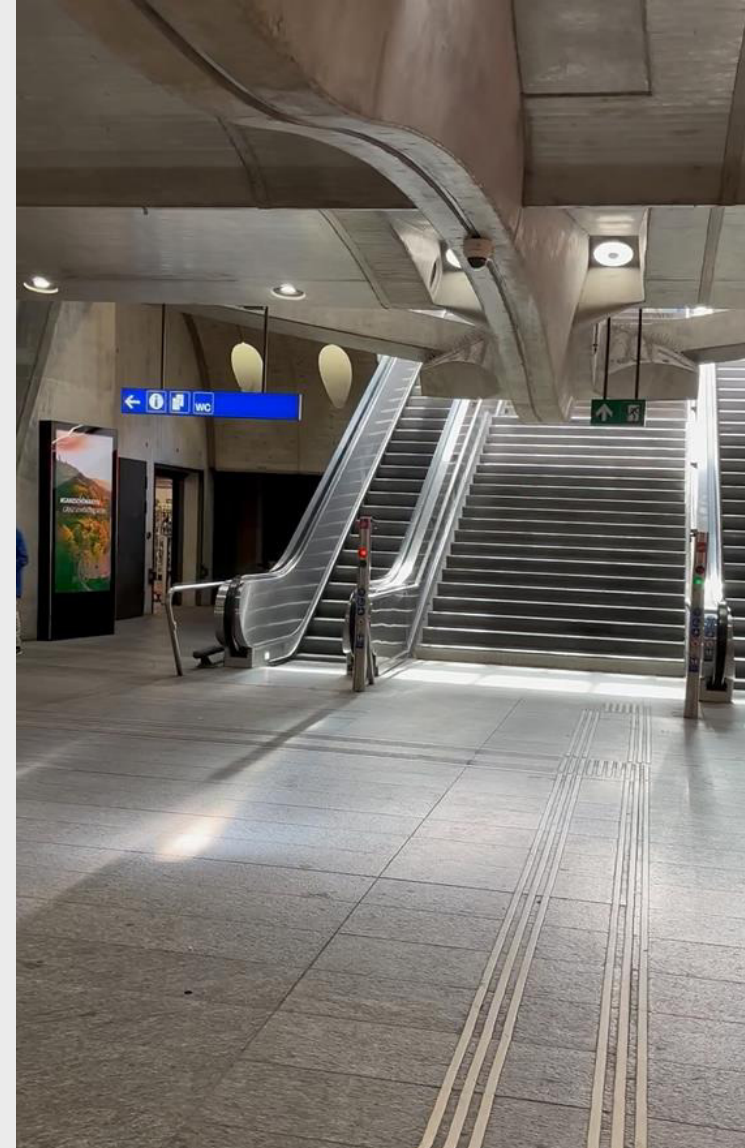
DOOH-Kampagne – Freiburg Sujet

Bahnhof Zürich – Passage Shopville



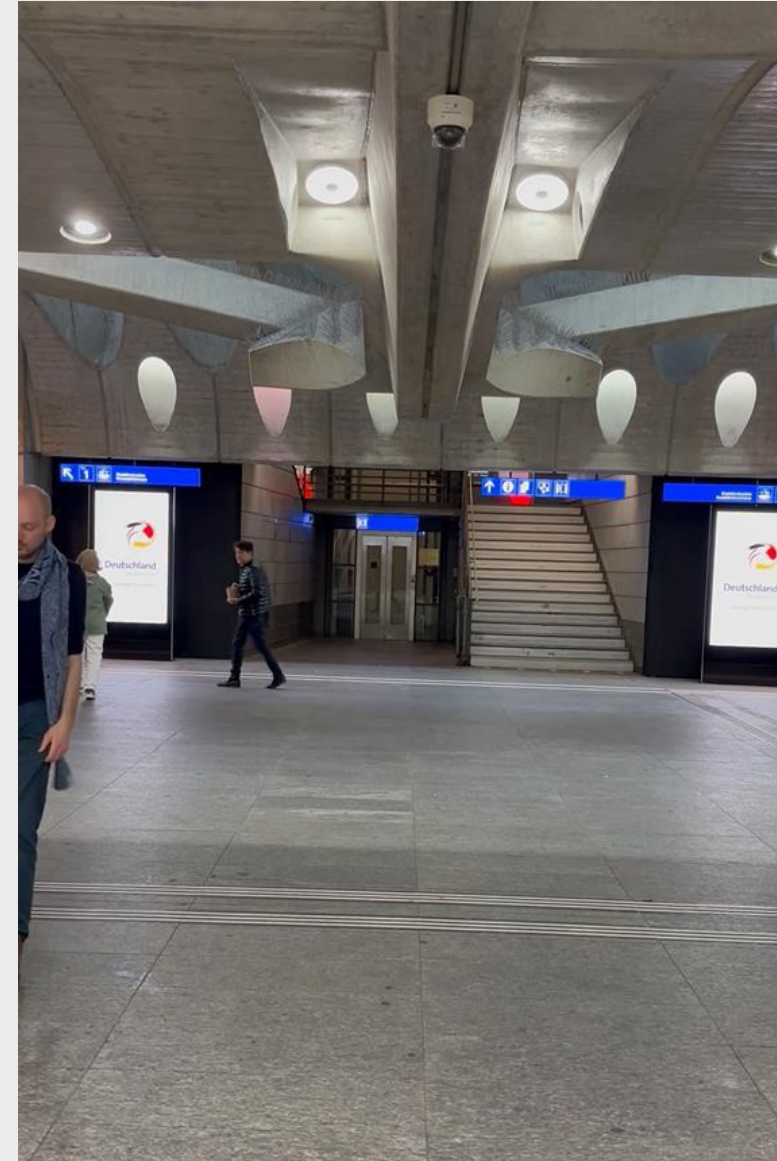
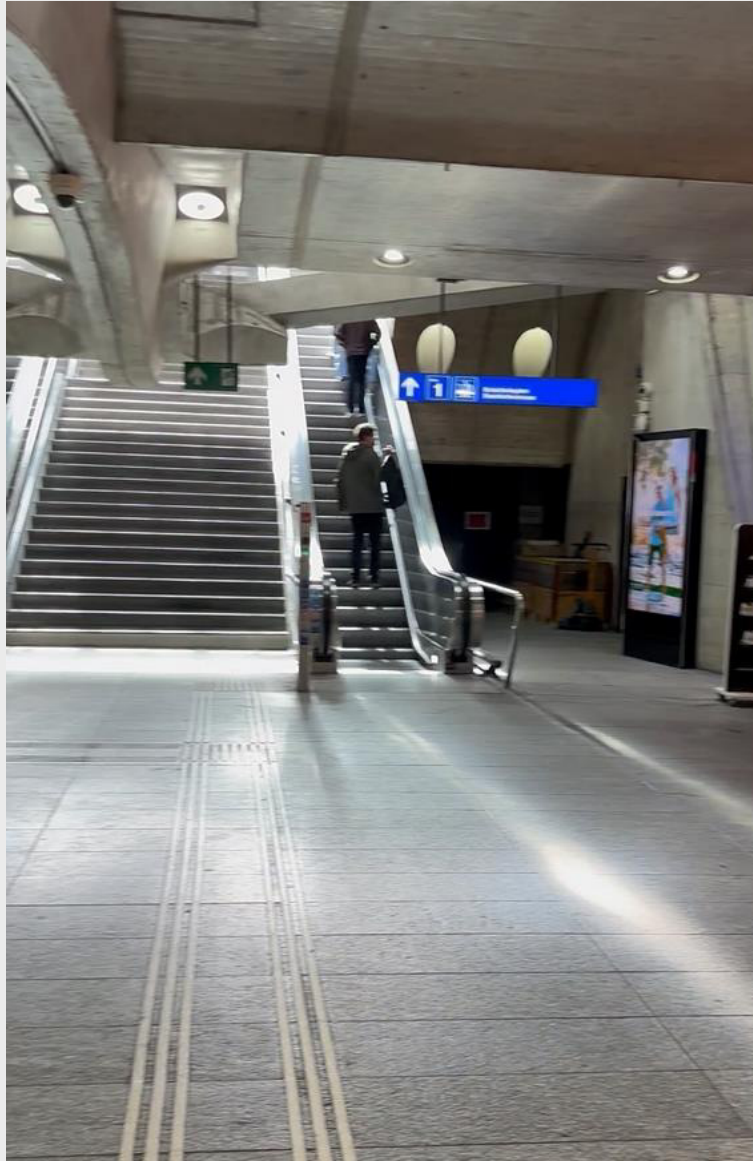
DOOH-Kampagne – Freiburg Sujet

Bahnhof Stadelhofen



DOOH-Kampagne – Freiburg Sujet

Bahnhof Stadelhofen



DOOH-Kampagne – Freiburg Sujet

Bahnhof Enge



- Die DZT als langjähriger guter Partner der APG/SGA hat zusätzliche Ausspielungen erhalten, um eine grössere Reichweite für die Kampagne zu gewinnen
- Die reichweitenstarken Platzierungen haben das Reiseland Deutschland und die beteiligten Partner als attraktive Destination präsentiert
- Die ansprechend gestalteten Videos konnten die Aufmerksamkeit der Passanten auf sich ziehen
- Hoher Wiedererkennungswert durch sich wiederholende Elemente
- Grosse Sichtbarkeit: Jedes Sujet war an 90 Screens in den Bahnhöfen der Deutschschweiz platziert, sichtbar für 9 Tage und mit je 30.365 Ausstrahlungen 10 Sekunden lang

Zürich | 23. Mai 2024

Vielen Dank für die Zusammenarbeit!

Ihr Kontakt:
Isabell Schwendt
Marketing und Sales Assistentin
Isabell.schwendt@germany.travel
+41 44 213 22 02