

Frankfurt am Main, den 12.05.2025

**Die Vergabestelle der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V.  
informiert über die durchgeführte Verhandlungsvergabe ohne  
Teilnahmewettbewerb  $\geq$  EUR 25.000,- (netto), gemäß § 30 (1)  
UVgO**

**DK25:K&K\_Podcast**

Name des beauftragten Unternehmens:

**Olling Inc  
Solvænget 2**

**DK- 2100 København**

Art und Umfang der Leistung:

Im Rahmen der Cultureland Kampagne 2025 wird eine Podcast Kooperation avisiert. Besonders wichtig hierbei ist die Platzierung von relevanten Inhalten (sowohl DZT-, als auch Partnercontent) bei der Zielgruppe und das bereits verfügen über eine etablierte Hörerschaft.

- Namentliche Nennung als Sponsor
- Platzieren von Kunst-/Kulturgut des Reiselandes  
Deutschland inklusive geschichtlichen Aspekten bei der Zielgruppe
- Geschichtlich und kunst-/kulturinteressierte Hörerschaft

- Einbindung von Partner- und DZT-Inhalten in 10 Podcastepisoden
- Reisebereitschaft nach Deutschland
- Produktion und Ausspielung der Podcastepisoden auf diversen Kanälen (iTunes, Spotify, o.ä.)
- Namentliche Nennung als Sponsor
- Selbstständige Research anhand Briefings der DZT
- Einholung der Freigabe durch die DZT Kopenhagen
- Einhaltung des vereinbarten Budgets
- KPI's: Downloads, Streams, Hördauer
- Auswertung der Kampagne

Die Serie vermittelt deutsche Geschichte anhand verschiedener Reiseziele in- und rund um Deutschland. Ziel ist es, die Zuhörer zu inspirieren, diese Attraktionen, Museen oder andere kulturelle Einrichtungen zu besichtigen

Die Dienstleistung umfasst die eigenständige Recherche von Inhalten für die Podcast-Folgen basierend auf dem Briefing der DZT, Aufnahme, Schnitt, Verbreitung auf verschiedenen Podcast-Plattformen (z.B. Itunes, Spotify, Pocket Casts und Podimo) sowie Marketing auf Facebook und Instagram.

Die Zielgruppe der Podcast-Serie ist das etablierte Publikum, dass einen unterhaltsamen Weg zur historischen Bildung und Inspiration für weiteren kulturellen Wissenserwerb anstrebt.

Wenn in der Serie ein historisches Ereignis zu dem es ein Kunstwerk existiert thematisiert wird. nimmt der Host darauf Bezug und wird auch die Besichtigungsmöglichkeiten erwähnen.

In jeder Folge wird darauf hingewiesen, dass die Serie in Zusammenarbeit mit der DZT entstanden ist und die Inhalte orientieren sich am Rahmenprogramm „Kulturland Deutschland“ der DZT Kampagne.

Laut Spotify-Zahlen sind die Hörer im ganzen Land unter Erwachsenen zu finden, wobei der Schwerpunkt auf unter 29- bis 59-jährigen Männern im Hauptstadtgebiet. Die Podcast-Serie bleibt ohne Ablaufdatum und ist daher dauerhaft abrufbar.

#### Marketing:

Jede Sendung wird mit organischen Posts auf Instagram und Facebook beworben sowie Werbung auf Facebook, Instagram, Youtube und Display.

The King's Row produziert auch einen 15-20 Sekunden langen Spot, welcher für Werbung auf Spotify genutzt werden kann.

#### Zeitraum der Leistungserbringung:

04.04.2025 – 30.06.2025