

Frankfurt am Main, den 16.06.2026

**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**

US City Life Kampagne 2026

Name des beauftragten Unternehmens:

Expedition Travel Advisor, Inc. (dba Steller)

Carillon Point, Kirkland 1100

US- 98033 Washington

Art und Umfang der Leistung:

Steller startet im Auftrag der DZT NYC eine dynamische „Steller Connected Content“-Influencer-Kampagne, die Deutschlands Facettenreichtum abseits der ausgetretenen Pfade in den Mittelpunkt rückt.

Dazu werden im ersten Schritt vom Auftragnehmer sorgfältig ausgewählte Reise-Influencer authentische Inhalte erstellen, die Deutschlands

- Lebendige Städte
- Kulturelle Erlebnisse
- Lokale Küche

Sowie weitere Geheimtipps für die Zielgruppe lebendig werden lässt.

Von Berliner Stadtvierteln und Ausflügen an den Rhein bis hin zu Schwarzwald-Dörfern und regionalen kulinarischen Erlebnissen wird diese Kampagne durch ein „fesselndes Storytelling“ das weltweite Publikum dazu inspirieren, Deutschland auf neue Weise zu entdecken und mit der Reiseplanung zu beginnen.

Als zweiten Schritt wird mit „Steller Connect“ die Zielgruppe motiviert die Reisen zu Planen und das Interesse daran aufrecht zu erhalten. Influencer-Beiträge sind direkt mit Tools zur Reiseplanung, verhaltensbasierten Marketing-Automatisierungen und Buchungsmöglichkeiten verknüpft.

Der Finale dritte Schritt beinhaltet die Ausweitung der Influencer-Inhalte auf Streaming-Kanäle, um eine reiseaffine Zielgruppe über Amazon CTV zu erreichen.

Influencer(s)

- Anzahl der Talente: 3 Reise-Influencer
- Kategorie: Ab 100.000 Followern
- Zielgruppe: Kulturell interessierte, anspruchsvolle internationale Reisende
- Geografischer Schwerpunkt: Wichtige US-Märkte
- Inhalte: Lokale Kultur und Kulinarik, einzigartige Erlebnisse abseits der ausgetretenen Pfade
- Finale Entscheidung über die Auswahl der Influencer liegt bei der DZT (GNTB)

Leistungen der Influencer:

- Mindestens 45 Instagram–Stories
- Mindestens 9 Instagram–Feed–Beiträge (davon mindestens 3 Reels)
- Mindestens 3 Instagram–Highlights
- Mindestens 15 Steller–Moments
- 3 buchbare Steller–Reiserouten
- Bezahlte Werbeanzeigen (Paid Ads)
- Collab–Tags (maximal 2–3, um das Engagement hochzuhalten)

Steller Connect:

- 9 DM–Automatisierungen für alle Instagram–Feed–Posts und Reels zur Förderung der Reiseplanung
- 1 Steller–Connect–Videoplayer (1 Jahr Nutzung auf einer dedizierten GNTB–Landingpage)
- 1 Steller–Player für buchbare Reisen (1 Jahr Nutzung auf einer dedizierten GNTB–Landingpage)
- 2 von Steller–Redakteuren erstellte Reiseverläufe (buchbare Reisen) Retargeting–Kampagne für interessierte Reisende

Amazon CTV

- Erstellung von zwei interaktiven Werbeanzeigen auf Basis von Influencer–Reels zur Ausspielung bei Amazon Video
- Integration eines QR–Codes, der die Zuschauer auf eine eigens eingerichtete Landingpage der DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus) leitet.
- PM inklusive Geo–Targeting sowie optionalem 1P– und 3P–Targeting zur gezielten Ansprache der Zielgruppe.

Steller Added Value

- 2 E-Mail-Platzierungen (gemeinsam mit anderen Werbepartnern):
60.000 Opt-ins, durchschnittliche Öffnungsrate von 37 %
- 1 Exklusive E-Mail (100 % Share of Voice): 60.000 Opt-ins,
durchschnittliche Öffnungsrate von 37 %
- 2 Instagram-Feed-Posts (Werbung) auf @StellerStories (116.000
Follower)
- 2 Instagram-Stories (Werbung) auf @StellerStories (116.000 Follower)
- 2 Instagram-Feed-Posts (Werbung) auf @StellerDestinations
(37.800 Follower)
- 2 TikTok-Posts (Werbung) auf @StellerStories (71.300 Follower)
- 2 Push-Benachrichtigungen (90.000 Opt-ins)
- Prominente Platzierungen auf der Startseite – Deutschland wird auf der
Steller-Homepage hervorgehoben (Cool Destination, Featured Trip,
Featured Moment), Laufzeit: 1 Monat

Zeitraum der Leistungserbringung:

16.06.2026– 31.12.2026