

Frankfurt am Main, den 29.04.2024

**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**

**Ein Smuttur SEM 2024**

Name des beauftragten Unternehmens:

**IIH Nordic A/S  
Artillerivej 86**

**DK 2300– Kopenhagen**

Art und Umfang der Leistung:

Keyword Analyse:

Um die Präsenz bei Google sicherzustellen, überprüft der Dienstleister die vorhandene Keyword-Analyse der vorangegangenen Kampagnen.

Hierbei wird geklärt und abgegrenzt, welche der Schlüsselwörter den Nutzern die genauesten Ergebnisse für die Suche in den Bereichen Wellness, Natururlaub/Aktivurlaub, Esskultur, Städteurlaub und Nachhaltigkeit liefern.

## Erstellung neuer Google Ads Kampagne:

Das Google Ads-Konto für Tysk Turist Information wird weiter auf und ausgebaut und um die Kampagne „ Ein Smuttur 2024“ ergänzt.

## Inklusive:

- Erstellung einer neuen Best Practice Kampagne.
- Aufteilung von Keyrelevante Anzeigengruppen.
- Erstellung von Anzeigentexten mit relevanten USPs
- Kampagneneinstellungen nach Best Practice.
- Erstellung der Anzeigenplanung nach Wochentag/Tageszeit.
- Einrichten von Gebotsstrategien.
- Hinzufügen relevanter Anzeigenerweiterungen wie Sitelinks, Infoerweiterungen, Anruferweiterungen, App-Erweiterungen usw.
- Implementierung relevanter Automatisierungsregeln und Skripte.
- Berichterstattung.

## Einrichtung von YouTube-Werbung:

- Relevante Zielgruppen definieren und Segmentierungskriterien auswählen.

- Kampagnen mit Videos der DZT aufsetzen.

## Phase 2: Betrieb und Optimierung

- Optimierung und Anpassung von Geboten und Anzeigenpositionen.
- Optimierung basierend auf Keywords.
- Hinzufügen neuer, relevanter Suchbegriffe.
- Implementierung von Stoppwörtern, um irrelevanten Verkehr auszuschließen.
- Laufendes A/B-Testing ausgewählter Anzeigentexte (Testen von Botschaften, Calls-to-Action etc.).
- Testen neuer Google Ads-Funktionen.
- Anpassung und Optimierung von YouTube-Kampagnen.

## Phase 3: Bewertung und Berichterstattung

Nach Ablauf der Kampagne erfolgt eine Auswertung, welche mit den Daten des Vorjahres verglichen wird.

Hierbei erfolgt auch eine Selektion welche Kanäle das beste Ergebnis erreichten um diese für weiter Kampagne anzuwenden.

## Zeitraum der Leistungserbringung:

01.04.2024 – 15.03.2025