

Frankfurt am Main, den 28.08.2026

**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**

Herbstkampagne_RV_Kooperation

Name des beauftragten Unternehmens:

Happydays A/S

Nordvej 12, Vangen

DK-9900 Frederikshavn

Art und Umfang der Leistung:

Efterårskampagne 2026– Herbstkampagne 2026

In Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) bietet der Auftragnehmer eine Herbstkampagne an, die den Schwerpunkt auf aktive Familienerlebnisse in Deutschland legt; die Reisettermine sind auf die Herbstferien in Kalenderwoche 42 abgestimmt.

Kampagnenzeitraum

Beginn in Kalenderwoche 36, wobei die Hauptaktivitäten im Laufe des Septembers und Anfang Oktober stattfinden.

Regionen

Bremen, Schleswig-Holstein, Sauerland und Berchtesgaden.

Happydays bietet passende Hotels in Bremen, Schleswig-Holstein und im Sauerland an, die direkt in die Kampagne eingebunden sind. Die Region Berchtesgaden wird als inspirierendes Reiseziel ebenfalls Bestandteil der Kampagne sein, mit einem eigenen Blogbeitrag und Erwähnung in weiteren Inhalten.

Inhalte und Aktivitäten

- Kampagnen-Landingpage zur Präsentation der vier Regionen und der entsprechenden Hotelangebote
- Inspirierender Blogbeitrag zu jeder Region mit Fokus auf Erlebnisse und Aktivitäten für Familien mit älteren Kindern
- 3 Newsletter und eine Teaser-E-Mail, gezielt an relevante Empfänger gerichtet
- Organische und bezahlte Inhalte auf Facebook und Instagram
- Gezielte Google Ads-/Such- oder PMax-Kampagnen
- Sichtbarkeit durch relevante Links, Feeds und Empfehlungen auf happydays.nu
- Ergänzende Offline-Werbung
- Kanalübergreifendes Gewinnspiel
- Einbindung Ihres Logos sowie ggf. Integration eines Aktions-Hinweises (Promotional Bubble)

- Knowledge Graph auf der Landingpage (vorbehaltlich technischer und inhaltlicher Machbarkeit)

Messung und Auswertung

Im Anschluss an die Kampagne wird Happydays einen umfassenden Bericht vorlegen, der unter anderem einen Vergleichsindex zu den entsprechenden Zeiträumen sowie Folgendes enthält:

- Aufrufe von Landingpages und Blog-Inhalten sowie Lesezeit
- Newsletter-Ergebnisse, einschließlich Empfänger und Öffnungsraten
- Social-Media-Aufrufe, -Klicks und -Interaktionen
- Traffic und Conversions für Hotels in den teilnehmenden Regionen
- Ergebnisse von Gewinnspielen und Offline-Aktivitäten

Zeitraum der Leistungserbringung:

31.08.2026– 29.10.2026