

Frankfurt am Main, den 29.07.2026

**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**

Onlinekampagne Culinary Germany

Name des beauftragten Unternehmens:

**MediaObs
44 rue Notre-Dame-des-Victoires**

FR-75002 Paris

Art und Umfang der Leistung:

Gegenstand der Leistung

Gegenstand der Leistung ist die Konzeption, Umsetzung und mediale
Auspielung einer Native-Advertising-Kampagne zur Bewerbung
Deutschlands als kulinarische Destination im Rahmen der globalen DZT-
Kampagne „Culinary Germany“.

Die Kampagne richtet sich an qualitäts-, kultur- und genussorientierte
Zielgruppen im französischen Markt und verfolgt das Ziel, Deutschland durch
inspirierende redaktionelle Inhalte als vielseitige kulinarische
Reisedestination zu positionieren. Im Mittelpunkt steht die Verbindung von

Kulinarik und Kultur sowie authentische kulinarische Reiseerlebnisse in Deutschland. Die Umsetzung erfolgt über ein reichweitenstarkes französisches Online-Medium mit hochwertigem redaktionellem Umfeld.

Die DZT stellt sämtliche Kampagnen Assets (Bild- und Textmaterial, Logos sowie Kampagnenbriefing) zur Verfügung. Eine zusätzliche Asset-Produktion ist nicht Bestandteil der Leistung.

Leistungsumfang

Der Auftragnehmer übernimmt insbesondere folgende Leistungen:

- Entwicklung eines zielgruppengerechten redaktionellen Konzepts auf Grundlage der Kampagne „Culinary Germany“
- Redaktionelle Erstellung und Aufbereitung mehrerer Native-Advertising-Beiträge für den französischen Markt
- Redaktionelle Vermittlung der Kampagnenthemen, insbesondere regionaler Spezialitäten, saisonaler Küchen, Genussregionen, Wein-, Bier- und Brotkultur, gastronomischer Highlights sowie kulinarischer Veranstaltungen und Reiseerlebnisse in Deutschland
- Redaktionelle Einbindung der Inhalte von ein bis zwei Partnerdestinationen einschließlich der Integration der von der DZT bereitgestellten Logos, Bilder, Texte sowie Verlinkungen zu den jeweiligen digitalen Angeboten. Die Partnerdestinationen sind thematisch in das Storytelling der Kampagne zu integrieren.
- Veröffentlichung der Beiträge in einem geeigneten digitalen Medium
- Einbindung der von der DZT bereitgestellten Kampagnen Assets sowie Verlinkungen auf die Microsite der DZT
- Distribution der Inhalte über die digitalen Kanäle des Medienpartners
- Verstärkung der Kampagne durch begleitende Display- und/oder Bannerplatzierungen innerhalb des Mediennetzwerks
- Durchführung eines digitalen Content-Pushs im September 2026 zur Verlängerung der Kampagnenreichweite
- Projektsteuerung einschließlich Abstimmung mit der DZT Frankreich

- Qualitätssicherung sowie Erstellung eines Abschlussreportings

Ausführungszeitraum

Die Umsetzung der Native-Advertising-Kampagne erfolgt im Juli 2026. Hierzu zählen die redaktionelle Erstellung der Inhalte, deren Veröffentlichung sowie die mediale Auspielung über die digitalen Kanäle des Medienpartners einschließlich begleitender Display- und Bannermaßnahmen.

Zur Verlängerung der Kampagnenwirkung erfolgt im September 2026 ein digitaler Content-Push über die Kanäle des Medienpartners, um zusätzliche Reichweite und Sichtbarkeit der veröffentlichten Inhalte zu erzielen.

Reporting

Nach Abschluss der Kampagne wird ein Abschlussbericht zur Verfügung gestellt, welcher sich auf die nachfolgenden Punkte bezieht:

- Übersicht der veröffentlichten Beiträge
- Reichweiten- und Performancekennzahlen (z. B. Impressions, Views, Klicks und Verweildauer)
- Übersicht der eingesetzten Distributionsmaßnahmen
- Übersicht der umgesetzten Partnerintegrationen
- Auswertung der Performance der einzelnen Beiträge sowie des Content-Pushs
- Dokumentation der Kampagnenergebnisse einschließlich der relevanten KPIs
- Handlungsempfehlungen für zukünftige Kampagnen

Zeitraum der Leistungserbringung:

01.08.2026 – 15.09.2026