

Frankfurt am Main, den 14.10.2024

**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**

ÖBB/DB 24: Außenwerbekampagne

Name des beauftragten Unternehmens:

**Gewista Werbegesellschaft m.b.H
Thomas-Klestil-Platz 13**

AT- 1030 Wien

Art und Umfang der Leistung:

Der Dienstleister führt im Auftrag der DZT Österreich eine großangelegte crossmediale Außenwerbekampagne durch, mit dem Ziel einer aktiven und intensiven Bewerbung von Bahnreisen aus Österreich nach Deutschland unter dem Banner „Metropolen, Regionen und Kultur in Deutschland“.

Hierfür greift der nachfolgende Mediaplan für Außenwerbekampagne des beauftragten Unternehmens:

Gebiete der Außenwerbung:
Wien – Transport & Outdoor

Zielgruppen:

Gebündelte Tourismus–Nachhaltigkeits–Zielgruppe. Diese umfasst die folgenden Sinus Meta Milieus: Intellectuals, Established, Cosmopolitan Avantgarde, Progressive Realists, Performers. Bei dieser Umsetzung möchten wir vor allem die Sinus Milieus Established und Performers abdecken

Layouts:

Insgesamt 2 Motive im einheitlichen Look & Feel (1x DZT, 1x Berlin) Es kommen insgesamt 2 unterschiedliche Sujets zum Einsatz. Die Sichtbarkeit der Sujets muss gleichmäßig verteilt werden. Produziert werden lediglich Layouts, die sich zur Auspielung auf Digital City Lights und Digital Escalator Lights eignen.

Flächenkriterien:

Der Fokus der Außenwerbekampagne liegt auf Digital City/ Escalator Lights. Der Dienstleister wird Flächen mit hoher Frequenz und ungestörter Sichtbarkeit auswählen, dabei werden U–Bahn–Stationen bevorzugt.

Der Auspielung wird nicht an Flächen gewünscht, die durch Bauzäune oder ähnliche Hindernisse gestört werden oder während Rush–Hour durch dichte Passagierströme nicht gut sichtbar sind, z.B. am Ende des Personentunnels frontal zum Passagierstrom.

Erfolgskontrolle:

Es erfolgt eine Erfolgskontrolle der Maßnahmen. Die Schaltung von Digital City / Escalator Lights erfordert eine Dokumentation in Form von Belegfotos der ausgehängten Sujets. Pro Sujet werden minimal 3 qualitativ hochwertige Fotos an verschiedenen Standorten der DZT zugesandt.

Die Erfolgskontrolle wird so gestaltet, der Kampagnenerfolg lückenlos belegt wird.

Desweiteren ist eine Kampagnenauswertung mit den folgenden Leistungswerten gefordert:

- Bruttokontaktchancen (Zielgruppe)
- Netto-Kontakte
- Netto-Reichweite %
- OTS
- GRP

Zeitraum der Leistungserbringung:

18.11.2024 – 01.12.2024