

# ANGEBOTSFORMULAR

## IMAGEKAMPAGNE URLAUBSLAND BADEN-WÜRTTEMBERG

Aktuell wirbt die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) mit einer in ganz Baden-Württemberg angelegten Kampagne »Sie haben Ihr Ziel erreicht« für Urlaub und Ausflüge im eigenen Land – darin werden u. a. Nahziele als attraktive Urlaubsorte dargestellt, um darüber die Sehnsucht nach Urlaub im eigenen Land zu wecken. Die aktuelle Kampagnen-Auswertung bestätigt einen hohen Zuspruch innerhalb der Zielgruppe.

Sie möchten sich gerne als touristischer Partner mit Ihrem Angebot beteiligen und von der vollen Marketingkraft der Kampagne profitieren? Worauf warten Sie?

Werden Sie Teil der Kampagne und nutzen den Mehrwert des **#heimvorteil** – so einfach gehts:

Damit Sie sich flexibel an der Kampagne beteiligen können, haben wir Ihnen attraktive Beteiligungsmöglichkeiten in Form von 3 digitalen Mediapaketen zusammengestellt.

Die TMBW übernimmt dabei die kompletten Kosten für Konzeption, Gestaltung, Mediaplanung und Projektmanagement durch eine professionelle Agentur.

Das bedeutet für Sie:

**Sie tragen nur die Mediakosten – 100% Ihres Budgets geht in Reichweite.**

## Buchbare Media-Pakete

### Buchungsmöglichkeiten

- **Media-Paket »Mini«**  
Paketpreis: 2.500,-€\*
- **Media-Paket »Midi«**  
Paketpreis: 5.000,-€\*
- **Media-Paket »Maxi«**  
Paketpreis: 7.500,-€\*

\*Alle Preise sind zzgl. MwSt.

Mit zunehmendem Paket-Preis steigert sich das Mediavolumen und dementsprechend die Leistung der Ausspielungen, Klicks und Sichtkontakte.

### Bestandteile jedes Pakets

Für jeden Partner wird ein eigenes digitales Anzeigenmotiv erstellt und über aufmerksamkeitsstarke Werbeanzeigen (Google Display und Responsive Ads) in Zielgruppen relevanten Themenumfeldern ausgespielt.

Google Display Ads Anzeigen werden auf über 2 Millionen Webseiten und in über 650.000 Apps ausgeliefert.

Zusätzlich wird jedes Anzeigenmotiv auf den Social-Media Kanälen der TMBW beworben.

# Formate + Anwendungsbeispiele

## Formate Google Ads

### Google Display Ads

- Small Square – 200 × 200 Pixel
- Square – 250 × 250 Pixel
- Inline Rectangle – 300 × 250 Pixel
- Wide Skyscraper – 160 × 600 Pixel
- Leaderboard – 728 × 90 Pixel
- Großes mobiles Banner – 320 × 100 Pixel

## Musterbespielung – Google Display Ads

Hinweis: Die Anzeigenmotive werden analog zu den Kampagnenrichtlinien der Imagekampagne (s. exemplarische Musterbespielung unten) umgesetzt. Grundlegende Gestaltungsänderungen sind daher nicht möglich.

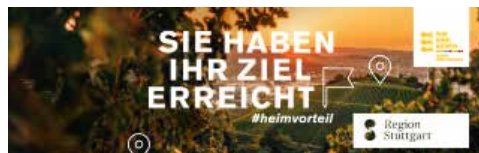
Wide Skyscraper



Small Square



Großes mobiles Banner



Square



Inline Rectangle



Leaderboard



## Formate Google Ads

### Google Responsive Ads

Bild (ohne Text)

Querformat: 1200 × 628 Pixel

Quadrat: 1200 × 1200 Pixel

## Musterbespielung – Google Responsive Ads

Hinweis: Die Anzeigenmotive werden analog zu den Kampagnenrichtlinien der Imagekampagne (s. exemplarische Musterbespielung unten) umgesetzt. Grundlegende Gestaltungsänderungen sind daher nicht möglich.

Bild – Quadrat

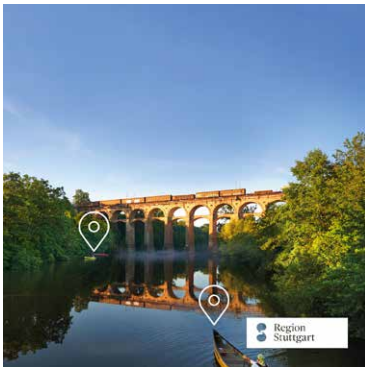
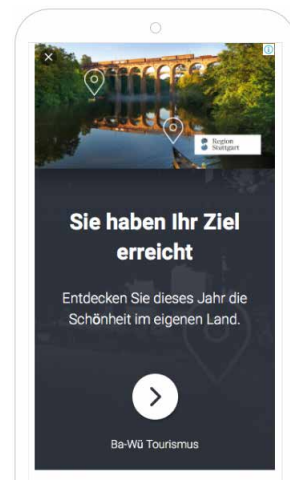
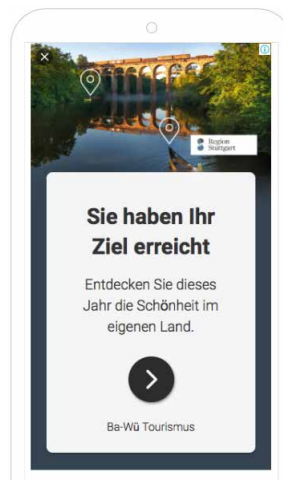
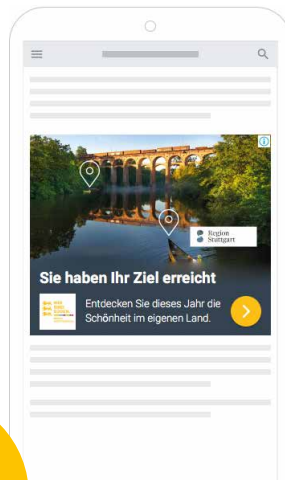
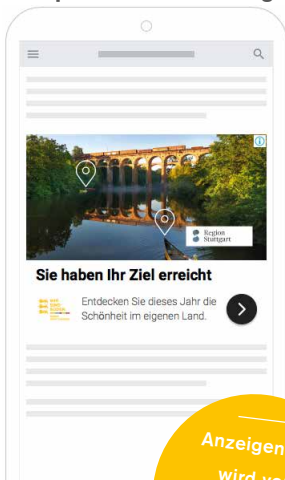


Bild – Querformat



### Beispielhafte Darstellung



Anzeigentext  
wird von  
Google Display Ads  
übernommen

# Termine + Laufzeit

## Kampagnenstart

### Buchungsblock 1

Buchungseingang bis zum 17.7.2020  
Kampagnenstart erfolgt in KW 33

### Buchungsblock 2

Buchungseingang bis zum 24.7.2020  
Kampagnenstart erfolgt in KW 34

### Laufzeit

Ab Kampagnenstart jeweils 6 Wochen

### Ausspielung

Bundesweit

## Bereitstellung der Inhalte

### Bereitstellung der Inhalte

Bilder und Logo nach vorgegeben Richtlinien  
(Details: siehe Bildbriefing)

- Buchungsblock 1: 17.7.2020
- Buchungsblock 2: 24.7.2020

## Freigaben durch Partner

### Buchungsblock 1

Finale Freigabe des Anzeigenmotivs  
bis 31.7.2020

### Buchungsblock 2

Finale Freigabe des Anzeigenmotivs  
bis 7.8.2020

### Wichtig:

Bitte stellen Sie sicher, dass zum angegebenen Freigabezeitraum eine zuständige Ansprechperson zur Verfügung steht, um Ihre Anzeige final freigeben zu können.  
Im Urlaubsfall bitte eine Vertretung angeben.

# Bildbriefing

## Abbildungen und Bildaufbau

Es sollten möglichst weitläufige Bilder ausgewählt werden, z. B. von Landschaften, Seen, Highlights, Monumenten und Räumen (z. B. Museen). Im speziellen Fall des Europa-Parks, ein bis zwei Attraktionen. Auch Luftaufnahmen sind möglich. Beachten Sie, dass Sie keine zu unruhigen oder zu kleinteiligen Bilder wählen.

Wählen Sie nur Motive von Orten aus, die auch besucht werden können, z. B. keine unzugänglichen Naturschutzgebiete.

- 1 Auf den Bildern sollten – in klein, nicht als zentrales Bildelement – Personen (in Gruppen oder auch Paaren), wichtige Gebäude / Monumente, Aussichtsplattformen oder z. B. Wege im oder in einen Wald führend, zu finden sein. Die Bilder sollen ein Ziel in der Region aufzeigen, das bei der Kampagne mit einem Pin markiert und für das „erreichte Ziel“ stehen soll.
- 2 Die obere Hälfte sollte einen beruhigten Hintergrund bilden. Dies könnte z. B. ein Himmel, neblige Berglandschaften oder ein dichter Wald sein. Wichtig ist auch, dass die obere Hälfte nicht zu hell ist, da die Kampagnen-Headline in weiß abgebildet wird.
- 3 In der unteren Hälfte des Kampagnen-Motivs wird ein Copy-Text platziert, der auf einem möglichst ruhigen Hintergrund stehen sollte, sowie das Logo rechts unten in der Ecke.

## Farbigkeit und Lichtstimmung

Die Bilder sollten nicht zu blass sein. Diese dürfen kräftig in Ihrer Farbigkeit sein, aber sollten ihre Natürlichkeit beibehalten. Keine stark überzeichneten Bilder wählen.

Bilder mit Tageslicht, Abend- oder Morgensonne wählen. Bitte keine Nachtaufnahmen.

## Format und Mediengröße

Die Bilder sind so zu wählen, dass genug Spielraum bleibt bestimmte Ausschnitte in den Fokus zu setzen. Diese müssen in einem Quer- und in einem Hochformat verwendbar sein.

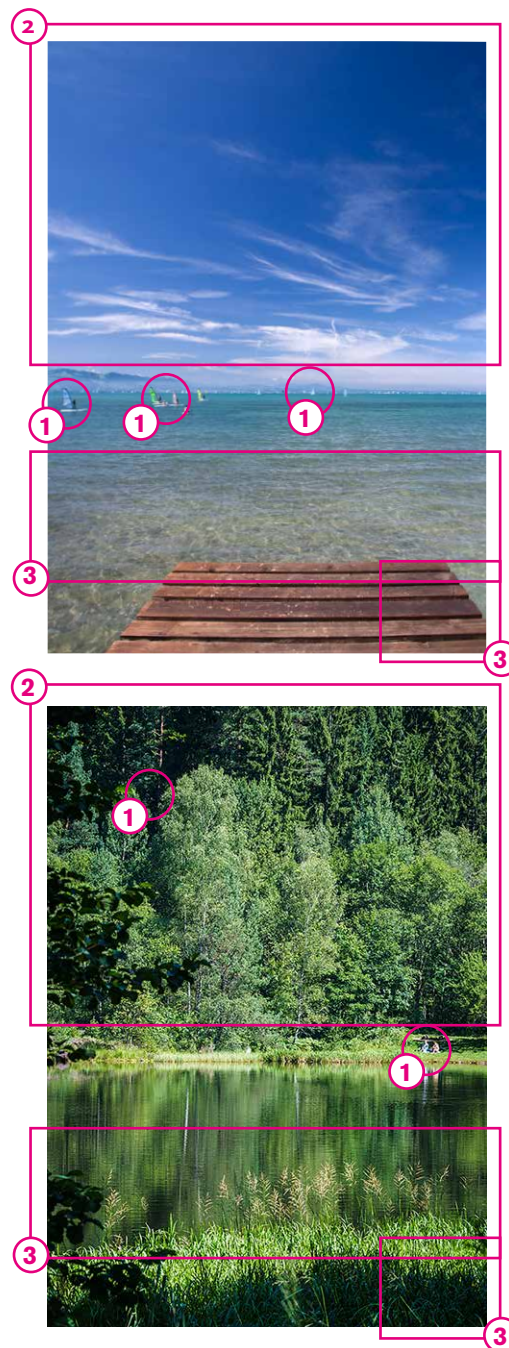
Die Bilder sollten bei einer Mindestgröße von 1200 x 1200 px eine Auflösung von mindestens 72 dpi haben.

## Wichtiger Hinweis

Bitte stellen Sie mit der Bereitstellung des Bildmaterials sicher, dass die uneingeschränkten Nutzungs- und Verwertungsrechte daran bei Ihnen liegen. Geben Sie zusätzlich die Copyright Angaben zu jedem Bild mit an.

## URL und Logo

Des Weiteren benötigen wir eine URL, auf die Sie verweisen wollen und ein Logo (Vektor-Datei (eps oder ai) und negativ (Weiss)) von Ihrer Stadt, Region oder Ihrem Ort.



Die Buchung  
der Pakete ist auf  
maximal  
10 begrenzt.

## Verbindliche Buchung

Wir möchten gerne das folgende digitale Media-Paket als Weiterführung der Imagekampagne der TMBW buchen:

- Option 1**  
**Media-Paket »Mini«**  
Paketpreis: 2.500,- €\*
  
- Option 2**  
**Media-Paket »Midi«**  
Paketpreis: 5.000,- €\*
  
- Option 3**  
**Media-Paket »Maxi«**  
Paketpreis: 7.500,- €\*

### Hinweis:

Mit zunehmendem Paket-Preis steigert sich das Mediavolumen und dementsprechend die Leistung der Ausspielungen, Klicks und Sichtkontakte.

## Antwort bitte an:

Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg  
Herr Thomas Beyrer

Telefon: +49(0)711/ 2 38 58-60

E-mail: t.beyrer@tourismus-bw.de

### Anmeldeschluss und Inhaltsbereitstellung

Buchungsblock 1: 17. Juli 2020

Buchungsblock 2: 24. Juli 2020

## Kontaktdaten:

Organisation / Firma

Ansprechpartner\*in

Straße / Hausnummer

PLZ / Ort

Telefon

Fax

E-Mail

Datum

Unterschrift

\*Alle Preise zzgl. 16% MwSt.

Die Rechnungsstellung erfolgt in 2020. Nach Eingang der verbindlichen Buchung erhalten Sie per E-Mail eine Bestätigung. Die TMBW behält sich vor, Motive und Inhalte abzulehnen, sollten diese nicht in das Kampagnenkonzept passen.