

valantic

für



KONZEPT

Betriebskampagnen Winter 2026/27



Agenda

- 1 Warum Digitales Marketing?
- 2 Kampagnenstrategie
- 3 Kampagnenbetreuung & Workflow



01

Warum Digitales Marketing?



Warum Digitales Marketing?

01

Reichweite & Relevanz: Die User:innen dort erreichen, wo sie täglich unterwegs sind = weiter sehr hohe Nutzung von digitalen Medien im Alltag.

02

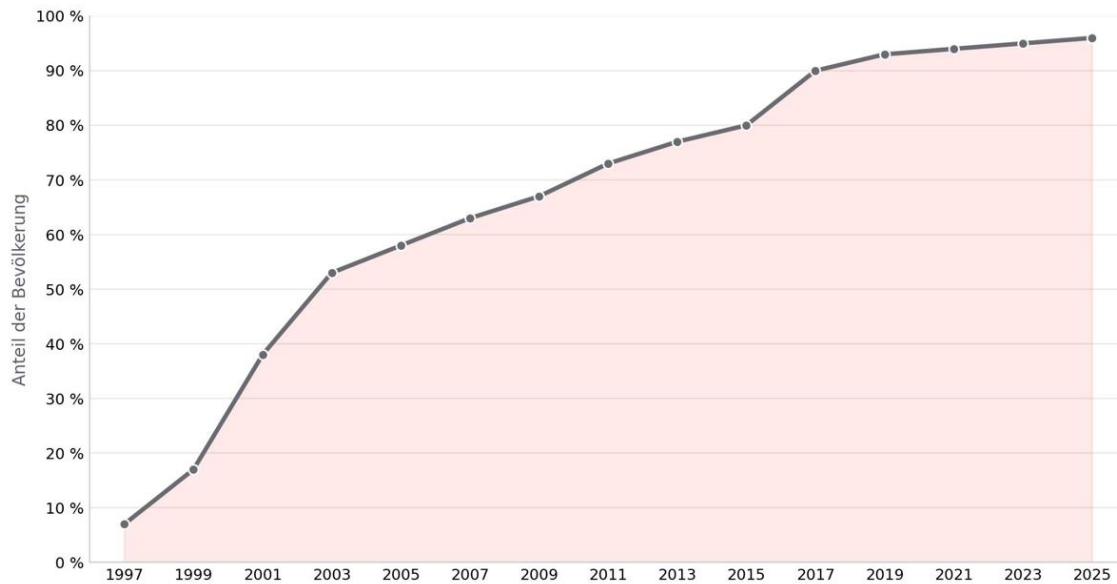
Data Driven Marketing: 100% Transparenz, 100% Performance-Orientierung und 100% Kosteneffizienz. Alle Maßnahmen sind messbar und zahlen auf das Buchungsziel ein.

03

Effizienz & Synergie: Selbst kleinere Online-Budgets bewirken viel = hohe qualifizierte Reichweite und hohe Relevanz durch optimales Zielgruppen-Targeting. Daneben nutzen wir Synergie-Potenziale mit den Kampagnen des TVBs.

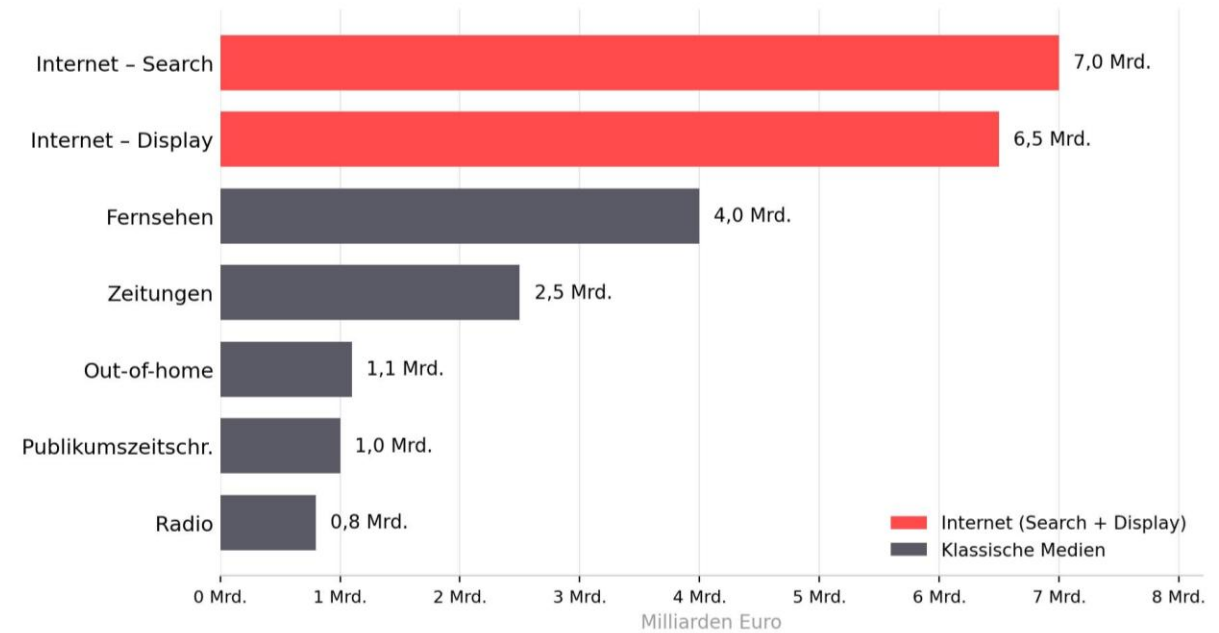
Warum Digitales Marketing?

Anteil der Internetnutzer in Deutschland ab 14 Jahren in %



Quellen: Statista 2026, ARD/ZDF Onlinestudie 2025.

Werbespendings Deutschland 2024 (netto, in Mrd. €)



Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) 2024; Anm. Internet – Display enthält Social Media.

02

Kampagnen- Strategie



Kampagnen-Strategie



Aufbau & Laufzeit:

- Betriebskampagnen: Mitte November – Mitte/Ende Jänner (mit Verlängerungsoption Richtung Spring Blanc)
- TVB-Kampagnen: vorgelagert werden Kampagnen via TVB geschaltet, um bereits für Aufmerksamkeit zu sorgen



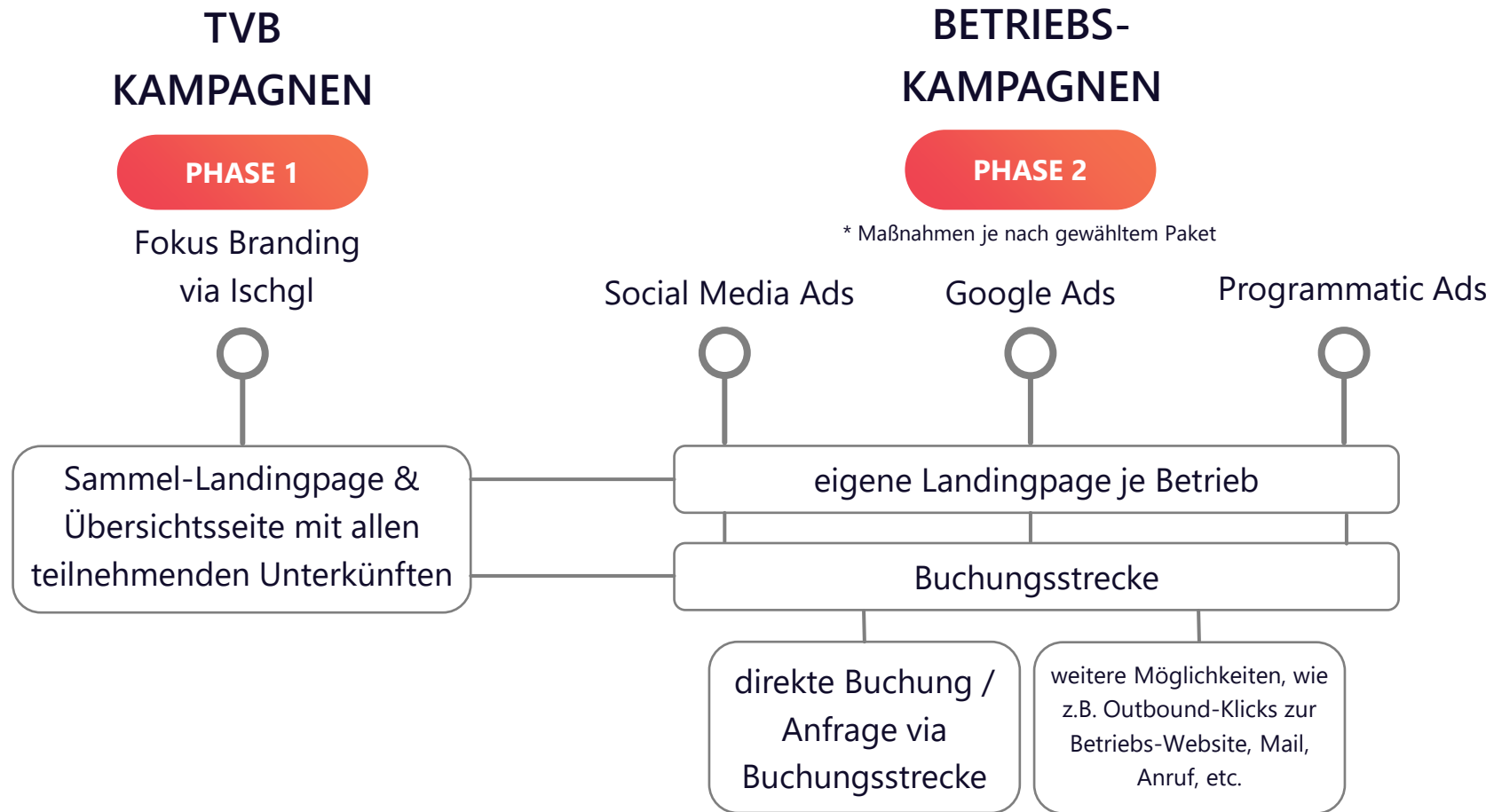
Markt: D-A-CH (deutschsprachig)



Ziele:

- Awareness & Reichweite in der relevanten Zielgruppe
- hochwertiger Traffic sowie Buchungs- & Anfragen-Boost für die Partnerbetriebe
- Synergien mit den geplanten TVB-Kampagnen nutzen > eigene Branding-Kampagnen mit Unterkunftsfokus

Kampagnen-Strategie



Full-Funnel-Ansatz

Prospecting (Top & Mid Funnel)

Erster Touchpoint mit potenziellen Gästen.
Ein effektives Prospecting legt die Basis für spätere Performance-Maßnahmen – und sorgt so für nachhaltiges Wachstum.

Ziel: Awareness schaffen & hochwertigen Traffic auf die Website leiten.

KPIs: Impressionen, CPM, Kosten pro Landingpage-Aufruf, CTR, Website-Traffic, ThruPlays, etc.

Budgeteinsatz: 60-70% (zum Großteil über eigens geplante TVB-Kampagnen).

PHASE 1: PROSPECTING

PHASE 2: CLOSING

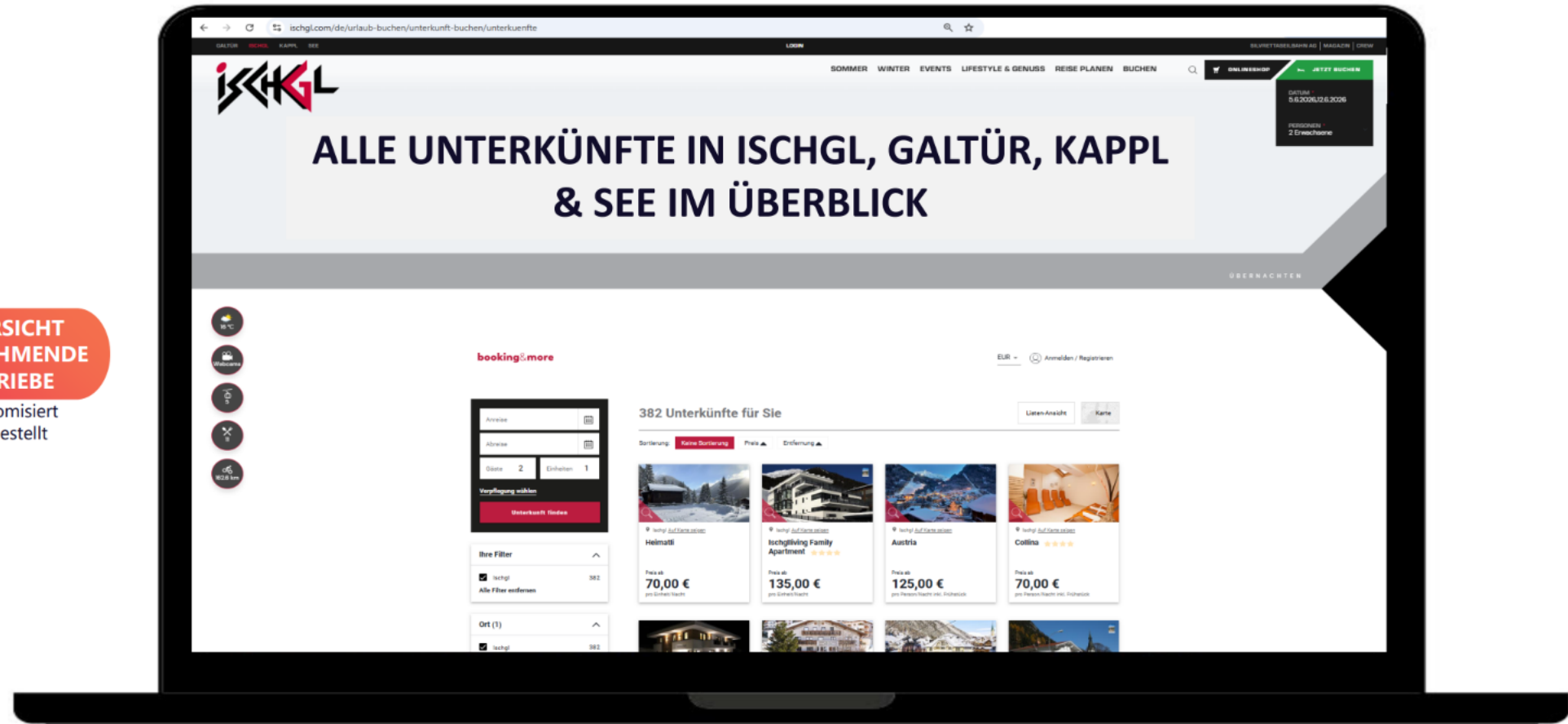
Closing (Low Funnel)

Die User:innen kennen die Region schon und freuen sich über informativen und relevanten Content, der ihnen noch fehlt, um schlussendlich zu buchen.

Ziel: Kund:innen zum Klick und idealerweise zur Buchung/Anfrage animieren.

KPI: Buchungen, Umsatz, etc.

Budgeteinsatz: 30-40 %



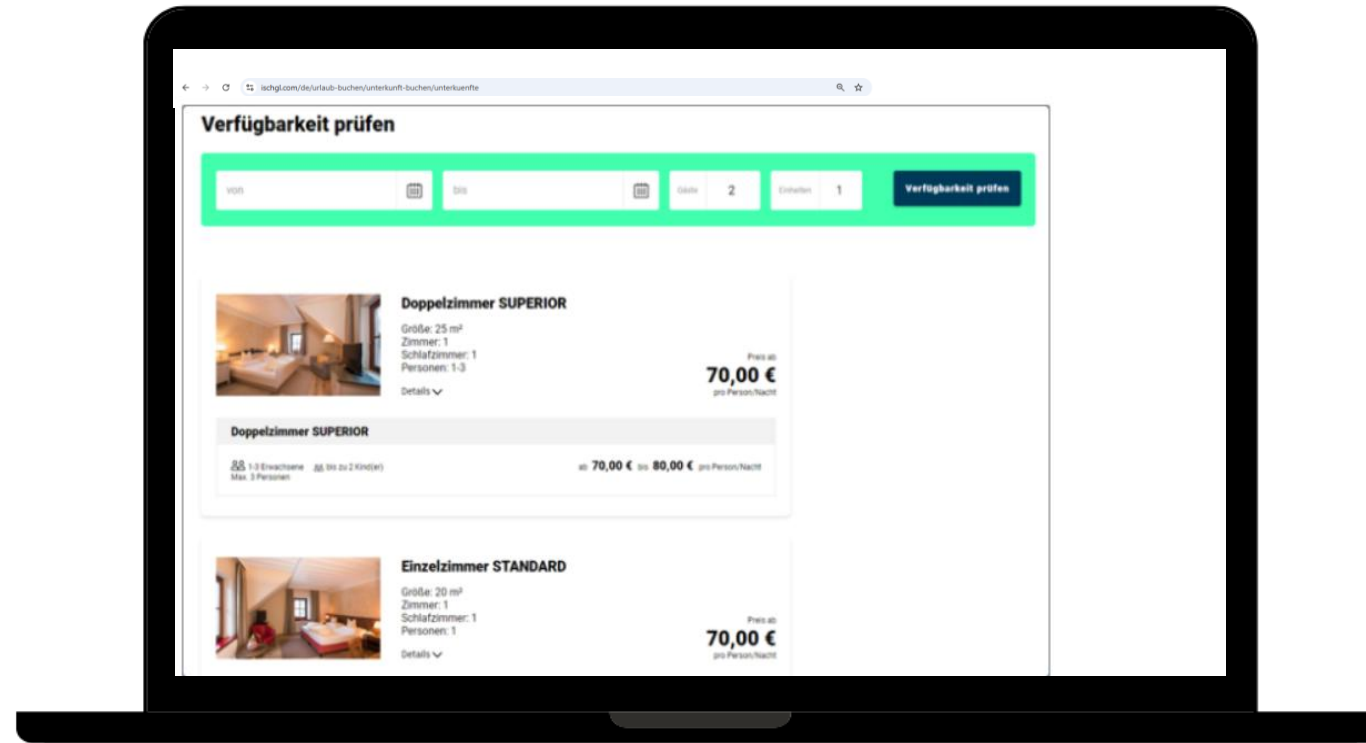


[LINK](#)



[LINK](#)

BSP. AUFBAU
LANDINGPAGE
BETRIEBE

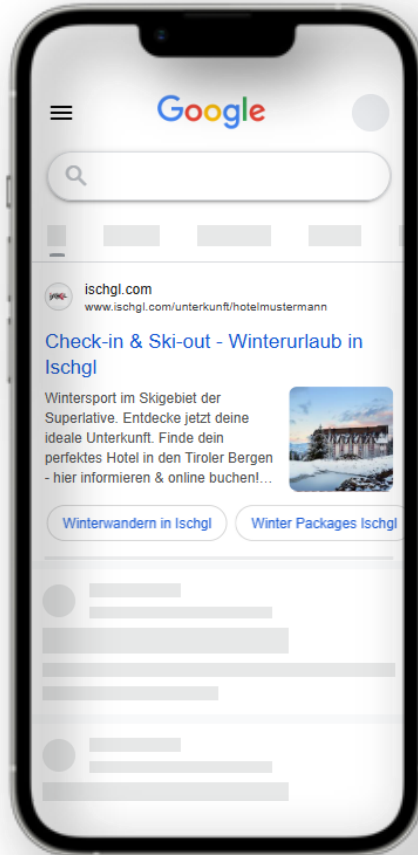


Einzel-Unterkunfts-
Buchungsapplikation

Phase 2: Low Funnel Kampagnen



Google Ads
Search Ads



Meta Ads
Single Image oder
Carousel Ads



adform

Programmatic Ads
Banner
(Retargeting)



Social Ads Carousel Gastgeber Konzept



**GASTGEBER:IN
& / ODER
UNTERKUNFS-
VORSTELLUNG**



**SKIGEBIET
USP**



**SPEZIELLE
ANGEBOTE (FALLS
VORHANDEN)+
BUCHUNGS-CTA**

03

Kampagnen- betreuung & Workflow



Agenturleistungen

STRATEGIE & SETUP

- Administration & Erstellung Briefing-Dokument
- Media- & Maßnahmen-Planung
- Kampagnen-Setups lt. gewählten Paket

INITIAL

BETREUUNG

- Monitoring & Optimierung
- Koordination via TVB

LAUFEND

REPORTING

- Datenaufbereitung und Bericht über die Leistung der Kampagnen direkt an den TVB
- innovatives Online-Dashboard mit Live-Daten

NEUKUNDEN-
BONUS

Online Marketing Pakete



SMALL

- Mediabudget & Agenturbetreuung
- Markt: D-A-CH
- Laufzeit: 2 Monate (Saisonstart)
- Maßnahmen: Google Ads Search

EUR 2.300

MB: EUR 2.000

AL: EUR 300



MEDIUM

- Mediabudget & Agenturbetreuung
- Markt: D-A-CH
- Laufzeit: 2 Monate (Saisonstart)
- Maßnahmen: Google Ads Search, Social Ads

EUR 4.800

MB: EUR 4.300

AL: EUR 500



LARGE

- Mediabudget & Agenturbetreuung
- Markt: D-A-CH
- Laufzeit: 2-2,5 Monate (Saisonstart)
- Maßnahmen: Google Ads Search, Social Ads, Programmatic Ads

EUR 6.500

MB: EUR 5.700

AL: EUR 800

Verlängerungs-Pakete (monatlich)



- Mediabudget & Agenturbetreuung lfd.
- Markt: D-A-CH
- Laufzeit: 1 Monat (Empfehlung 2 Monate)
- Maßnahmen: Google Ads Search

EUR 700

MB: EUR 600

AL: EUR 100



- Mediabudget & Agenturbetreuung lfd.
- Markt: D-A-CH
- Laufzeit: 1 Monat (Empfehlung 2 Monate)
- Maßnahmen: Google Ads Search, Social Ads

EUR 1.500

MB: EUR 1.300

AL: EUR 200



- Mediabudget & Agenturbetreuung lfd.
- Markt: D-A-CH
- Laufzeit: 1 Monat (Empfehlung 2 Monate)
- Maßnahmen: Google Ads Search, Social Ads, Programmatic Ads

EUR 2.000

MB: EUR 1.700

AL: EUR 300

Zusatzleistungen | werden vom TVB übernommen

BONUS

LANDINGPAGES & TRACKING-CHECK

- Übersichtsseite Marketinggruppe
- Erstellung Objektseite für Betriebs-LPs inkl. technischer Adaptionen wie Quickfinder, Back-Button, etc.
- Tosc-Widget Einzel-Unterkunfts-Buchungsapplikation
- Tracking-Check

WERBEMITTEL

Erstellung der Werbemittel für das gewählte Kampagnen-Paket.

- Texte & Bilder für Google Ads
- Single Image & Carousel für Meta Ads
- Banner für Display Ads

Preview Reporting KPIs Google *

X Impressionen (Google Ads)

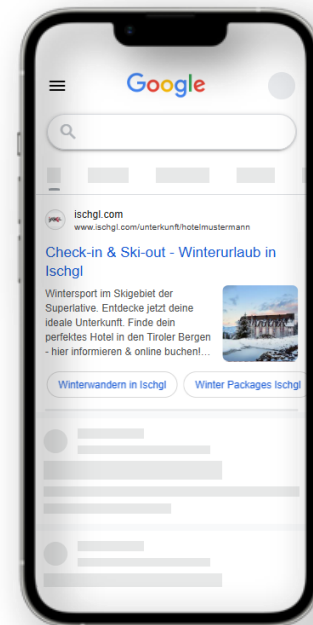
X Klicks (Google Ads)

X CTR (Google Ads)

X Buchungen (Google Analytics)

X Anfragen (Google Analytics)

X Micro-Conversions (Google Analytics)

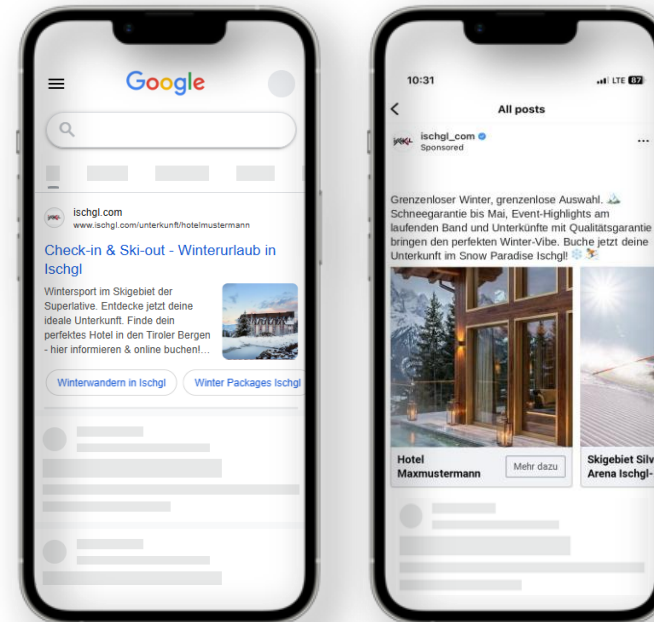


* Finale Visualisierung über Online-Dashboard > hier geht es nur um die Festlegung der KPIs.

Preview Reporting KPIs Google + Social *

- X Impressionen (Google Ads + Meta Ads)
- X Klicks (Google Ads + Meta Ads)
- X CTR (Google Ads + Meta Ads)

- X Buchungen (Google Analytics + Meta Ads)
- X Anfragen (Google Analytics + Meta Ads)
- X Micro-Conversions (Google Analytics)



* Finale Visualisierung über Online-Dashboard > hier geht es nur um die Festlegung der KPIs.

Preview Reporting KPIs Google + Social + Adform *

X Impressionen (Google Ads + Meta Ads + Adform)

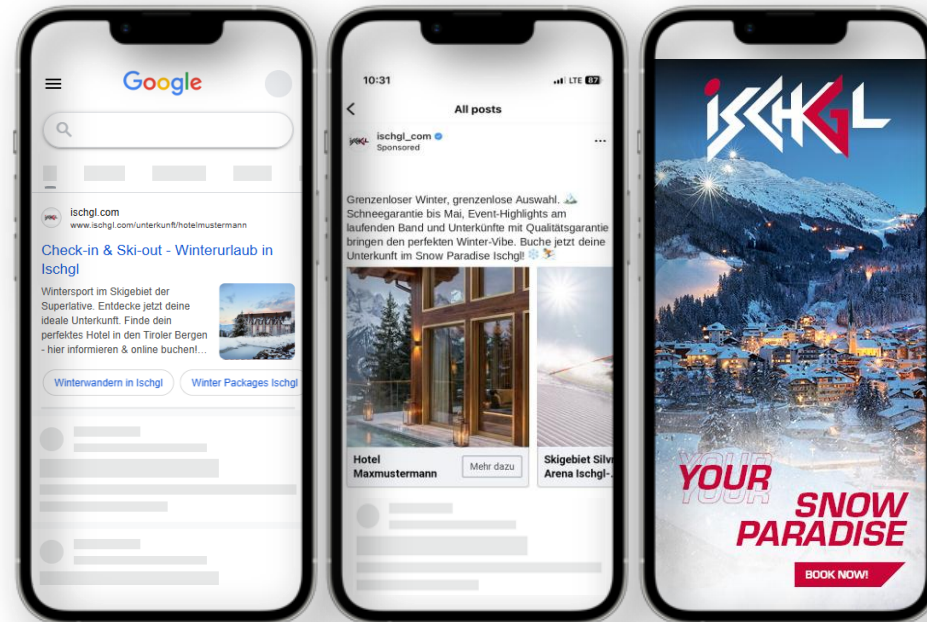
X Klicks (Google Ads + Meta Ads + Adform)

X CTR (Google Ads + Meta Ads + Adform)

X Buchungen (Google Analytics + Meta Ads)

X Anfragen (Google Analytics + Meta Ads)

X Micro-Conversions (Google Analytics)



* Finale Visualisierung über Online-Dashboard > hier geht es nur um die Festlegung der KPIs.

Next Steps

Anmeldung first come, first serve bis Ende August > auf max. 35 Betriebe im Paznaun beschränkt.

Sommer/Herbst 2026

Winter 2026/27

ab April/Mai 2027

PRE-SEASON

Strategisch

- finale Kalkulation & Maßnahmenplanung
- Maßnahmen-Planung
- Creative Konzepte & Templates
- Erstellung Anforderungsliste
- Landingpages Technik + Content
- Reporting-Dashboard

Operativ

- Anlieferung Infos & Material lt. Anforderungsliste **bis Anfang Oktober**
- Creative Produktion
- Landingpages Befüllung & Tracking-Check
- Kommunikationswege
- Kampagnen-Setups lt. Buchungen (inkl. 1 Korrekturschleife)

SEASON

Strategisch

- strategische Beratung & Austausch mit dem TVB
- Verlängerungsbuchungen **spätestens 2 Wochen vor Laufzeitende Phase 1**

Operativ

- laufendes Monitoring
- laufende Performance-Optimierung
- laufendes Projektmanagement
- *ToDos aufgrund von Verlängerungsbuchungen*

POST-SEASON

Strategisch

- Strategie Recap TVB- & Betriebskampagnen

Operativ

- Endreport mit definierten KPIs



We'd love to work with you.