



AboutMedia

Let digital communication happen.

Fallbeispiel Tourismusverband Obertauern

Kampagnenüberblick

Für den **Tourismusverband Obertauern** wurde eine **internationale Hyper-Local Targeting Kampagne** umgesetzt, um **wintersportaffine Zielgruppen** in relevanten Herkunftsmärkten präzise zu erreichen. Im Zentrum der strategischen Maßnahmen stand die Ausspielung von **splay-Werbung auf Basis von GPS-Daten**, und das gezielt im unmittelbaren Umfeld von Skihallen, Eishallen sowie weiteren wintersportnahen Freizeitstandorten.

So gelang es, potenzielle Gäste genau in jenen Situationen anzusprechen, in denen sie sich bereits aktiv mit dem Thema Wintersport beschäftigten und folglich eine entsprechend hohe Reiseaffinität aufwiesen.



Herausforderung des Auftraggebers

Der Tourismusverband Obertauern steht im Wettbewerb mit zahlreichen internationalen Wintersportdestinationen. Eine zentrale Herausforderung bestand daher darin, potenzielle Gäste bereits sehr früh in der Inspirationsphase ihrer Reiseplanung zu erreichen und gleichzeitig Streuverluste zu minimieren.

Dabei spielten mehrere Faktoren eine Rolle:

- ◆ **internationale Zielgruppen in verschiedenen Märkten**
- ◆ **hohe Werbekonkurrenz im Tourismusbereich**
- ◆ **saisonale Entscheidungsphase für Wintersporturlaube**
- ◆ **begrenzte Aufmerksamkeit im klassischen Online-Display-Umfeld**

Das Ziel war daher klar definiert: Wintersportaffine Nutzer*innen sollten genau dann angesprochen werden, als ihre inhaltliche Nähe zum Thema am größten war



Strategischer Ansatz

Um diese Zielgruppe möglichst effizient und präzise zu erreichen, setzte AboutMedia auf eine Hyper-Local Targeting Strategie, auf Basis von GPS-Daten.

Die Ausspielung der Display-Werbung erfolgte dabei im direkten Umfeld ausgewählter Wintersportstandorte.



AboutMedia

Let digital communication happen.

Fallbeispiel Tourismusverband Obertauern

Hyper-Local Targeting an Wintersportstandorten

Die Kampagne fokussierte sich gezielt auf Besucher*innen von:

- **Skihallen**
- **Eishallen**
- **Wintersportevents**
- **sportbezogenen Freizeitlocations**

Die Ansprache erfolgte über mobile Display-Formate. Zum Einsatz kamen unter anderem Medium Rectangle und Interstitial Ads. Diese Formate ermöglichten eine hohe Sichtbarkeit sowie überdurchschnittliche Interaktionen im mobilen Umfeld.

Internationale Ausspielung

Die Kampagne wurde in mehreren strategisch relevanten Herkunftsmärkten umgesetzt:

- **Deutschland**
- **Niederlande**
- **Belgien**
- **Polen**

Die Auswahl der Standorte basierte sowohl auf Best Performern früherer Kampagnen als auch auf einer gezielten Erweiterung um zusätzliche wintersportnahe Locations

Ergebnisse im Überblick

- **Sehr hohe Sichtbarkeit** in der relevanten Zielgruppe und starke Interaktionsraten.
- **Über 900.000 Sichtkontakte** in der internationalen Wintersportzielgruppe.
- **Bis zu 1,30 % Klickrate** bei mobilen Interstitial-Formaten.
- **3- bis 5-fach höhere Interaktionsraten** im Vergleich zu klassischen Displaykampagnen.
- **Präsenz an über 70 ausgewählten Ski- und Eishallen** sowie wintersportnahen Freizeitstandorten in **Deutschland, den Niederlanden, Belgien und Polen**

Die **Kombination** aus **standortbasierter Ausspielung, internationaler Reichweite** und **mobilen Werbeformaten** erwies sich dabei als besonders wirkungsvoller Ansatz, um **potenzielle Gäste früh- und rechtzeitig** für einen **Skurlaub in Obertauern** zu begeistern.



Lukas Eisl

Leitung Marketing & PR
Tourismusverband Obertauern

„Für uns als internationale Skidestination ist es entscheidend, potenzielle Gäste zu adressieren, bei denen die Leidenschaft fürs Skifahren bereits vorhanden ist. Mit Hyper-Local Targeting erreichen wir wintersportaffine Zielgruppen dort, wo sie gerade sportlich aktiv sind – beispielsweise rund um ausgewählte Skihallen in Europa.“

Gemeinsam mit AboutMedia konnten wir unsere Kampagne an über 70 Standorten in Deutschland, Belgien, den Niederlanden sowie in Polen ausspielen und dabei mehr als 500.000 Sichtkontakte generieren. Für uns ist diese präzise Standortstrategie ein sehr effizienter Weg, internationale Gäste für Obertauern zu gewinnen.“