

Zürich, 27. Februar 2014

Ausschreibung für Werbung der Kroatischen Zentrale für Tourismus in den  
Print-Medien im 2014

Die Kroatische Zentrale für Tourismus wird im Jahr 2014 Werbung auf dem Schweizer Markt durchführen. Das Ziel ist der weitere Aus- und Aufbau der Bekanntheit und des Images, gemäß den strategischen Zielen für den Tourismus in Kroatien.

Für die Ausarbeitung der Werbekampagne ist unsere Zielgruppe wie folgt definiert:

- Paare: Altersgruppen 30-39, 40-54, 55+, mittlere und hohe Einkommen
- Familien: Altersgruppen 30-39, 40-54, mittelhohe und hohe Einkommen
- Freundesgruppen: Altersgruppe 18-29, mittelhohe und hohe Einkommen
- Geschlechter: Frauen und Männer gleichermassen
- Domizilkriterium: europäische Grossstädte mit 100.000 Einwohnern und grösser
- Bildungsprofil: mindestens mittlere Reife, bzw. Hochqualifizierte
- Reisemotivation: Entspannung, Exploration und Entdeckergeist, Genusserfahrungen
- Reisefrequenz: Personen die mindesten einmal jährlich bzw. mehrere  
Urlaubsreisen pro Jahr unternehmen, diejenigen die schon  
Reiseerfahrung haben und vertraut sind mit vergleichbaren  
Destinationen
- Internetaffinität : Personen welche im Umgang mit Internet Erfahrung haben  
und das Web als Medium für Buchungen nutzen.

Kampagneparameter:

- 1) Gesamtetat netto inkl. Provision: CHF 120'000.00
- 2) Zeitraum: vom 01.-18. April 2014 und 1.-30.Mai 2014
- 3) Standard- Anzeigeformat: 1/3 Seite 4c
- 4) Die Printkampagne soll die folgenden Segmente berücksichtigen:
  - Allgemeine Werbung
  - Aktivurlaub
  - Camping
  - Nautik
  - Kultur und Touring
  - Önologie und Gastronomie
  - Kontinentaltourismus

Werbung nach Angebotssegmenten soll durch Anzeigeschaltung und PR in den führenden Special Interest Zeitschriften und Supplements verlaufen. Bei der Schaltung der Werbungen sollen alle Sprachregionen angesprochen werden. 70 % der Schaltungen sollen auf dem deutschen Sprachraum stattfinden, 20 % in der Romandie und 10 % im italienischen Sprachraum.

Kroatische Zentrale für Tourismus



Kroatische Zentrale für Tourismus

Die Auswahl von reichweitenstarken und zielgruppenaffinen Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften ist der Fachkenntnis des Bewerbers überlassen.

5) Das Angebot soll folgende Parameter ausweisen:

- Reach 1+ für die definierte Zielgruppe
- Reach 5+ für die definierte Zielgruppe
- Total GRP (Gross Rating Point)
- Media Plan (mit Kostenübersicht)

Die Ausschreibung mit den detaillierten Kriterien und Bestimmungen senden wir Ihnen im Anhang.

Das Angebot muss eine „Post– Buy – Analyse“ beinhalten. Dies ist als ein integraler Teil des Angebotes zu betrachten und soll nicht separat berechnet oder im Angebot erwähnt werden. Es ist auch die Bedingung für die Abrechnung der Kampagne.

Die Agentur muss der Kroatischen Zentrale für Tourismus jederzeit Einblick in den Kampagnenverlauf gewähren.

Die Angebote müssen bis zum 14. März 2014 in Englisch oder Deutsch und Englisch an die folgende Adresse zugesendet werden

Kroatische Zentrale für Tourismus  
Seestrasse 160  
8002 Zürich

„Ausschreibung für die Werbekampagne“

Nach Ablauf der Bewerbungsfrist, werden alle Angebote von der Kommission der Kroatischen Zentrale für Tourismus ausgewertet. Die Kroatische Zentrale für Tourismus wird einen Vertrag für die Ausführung der Kampagnen mit dem Gewinner unterschreiben.

Die Agentur, welche den Vertrag mit der KZT erhält, wird die Kampagne auf eigene Kosten realisieren und monatlich eine Post-Buy-Analyse mit den notwendigen Belegen und der Rechnung einreichen. Die Rechnungen werden jeweils monatlich für den vergangenen Monat beglichen.

Freundliche Grüsse

Zlatko Deželjin  
Direktor

Kroatische Zentrale für Tourismus