



**Schweiz.**



Schweiz.

# ST Hauptkampagnen Partner Packages 2021+.

RDK Update

Teams Call, 27. Mai 2020.

# Agenda.



**Schweiz.**

1. Zusammenfassung
2. Kampagnenaufbau
3. Content Items
4. Mechanismus
5. Budgetierung
6. Aktionsplan.



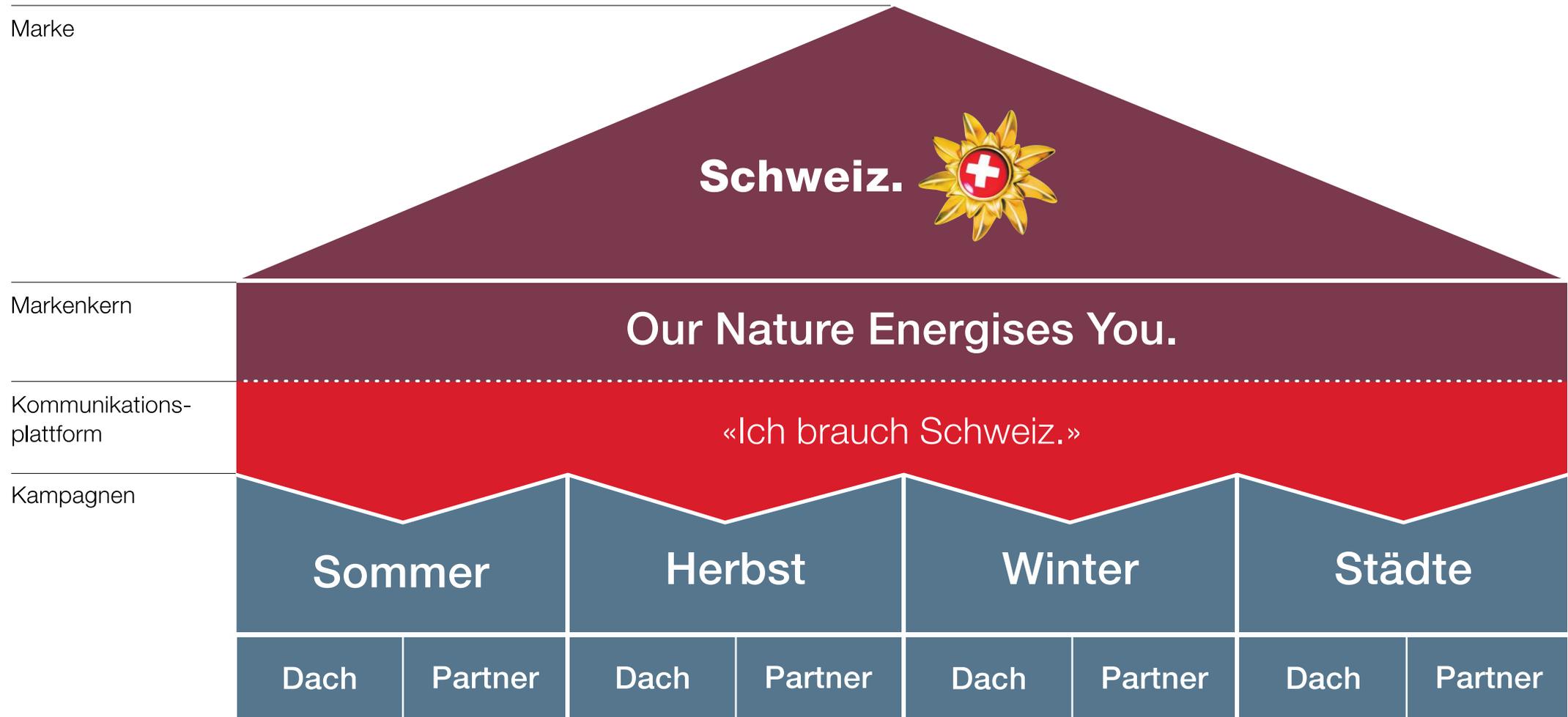
# Zusammenfassung.

- Das neue Modell für die zentralen ST Partnerkampagnen wurde im März/April mit allen 13 Regionen besprochen und positiv beurteilt.
- Am Model mit den 4 neuen Content-Items und den entsprechenden Optionen wird festgehalten.
- Aufgrund von Corona wird vorerst darauf verzichtet die neuen Packages für 3 Jahre auszuschreiben. 2021 wird als 1-jahres Package ausgeschrieben (Ausstiegsklausel bei dringlichen Gründen).
- Die Vereinbarung und die Content-Prioritäten werden im Juni 2020 abgeschlossen.
- TP-Credits der Entlastungszahlung des Bundes können für die Kampagnen genutzt werden.

# Kampagnenaufbau 2021+.

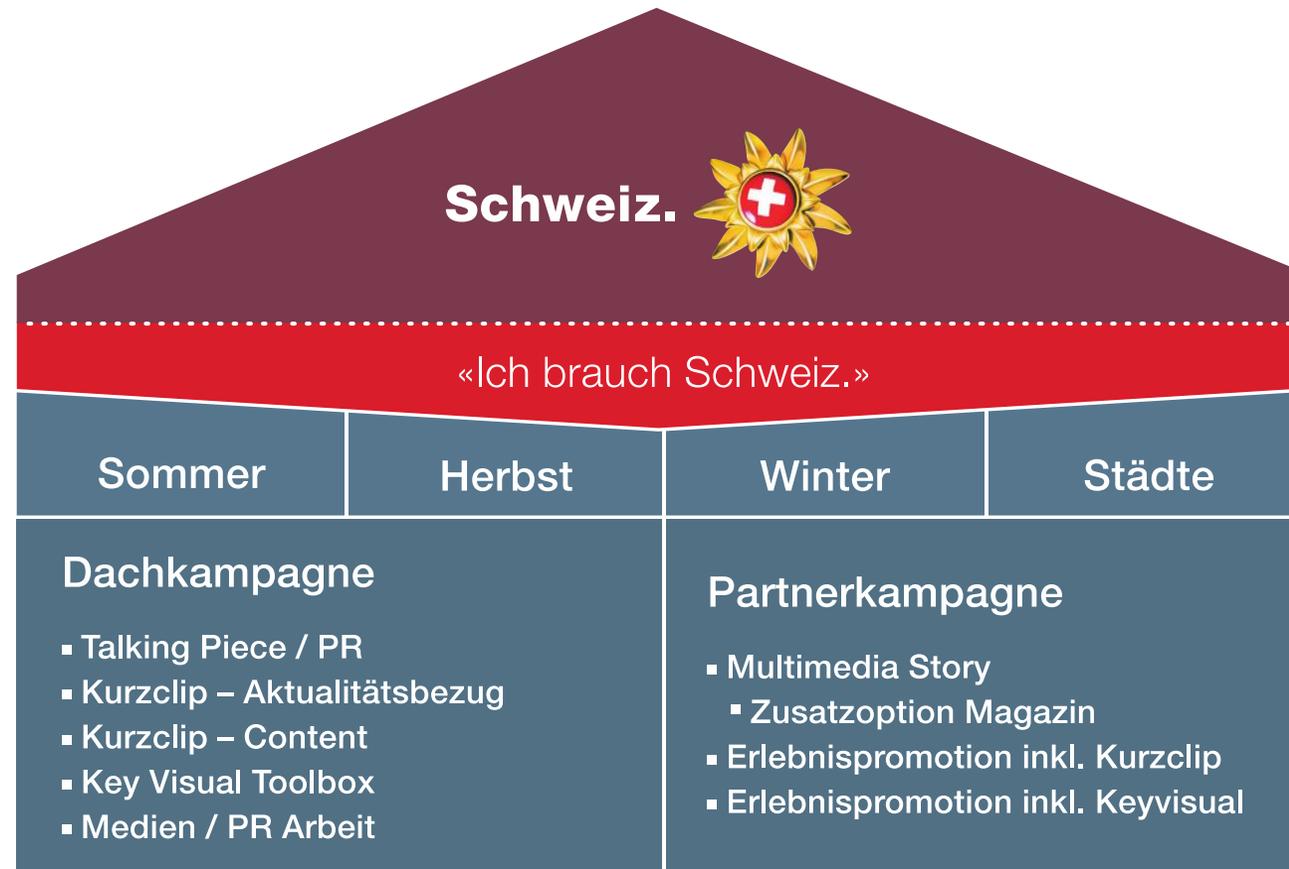


Schweiz.





# Zusammenspiel von Dach- und Partnerkampagne. **Schweiz.**





Schweiz.

# Die 4 neuen Content-Items.

## 1. Multimedia Story

CHF 60'000.-

## 2. Magazin

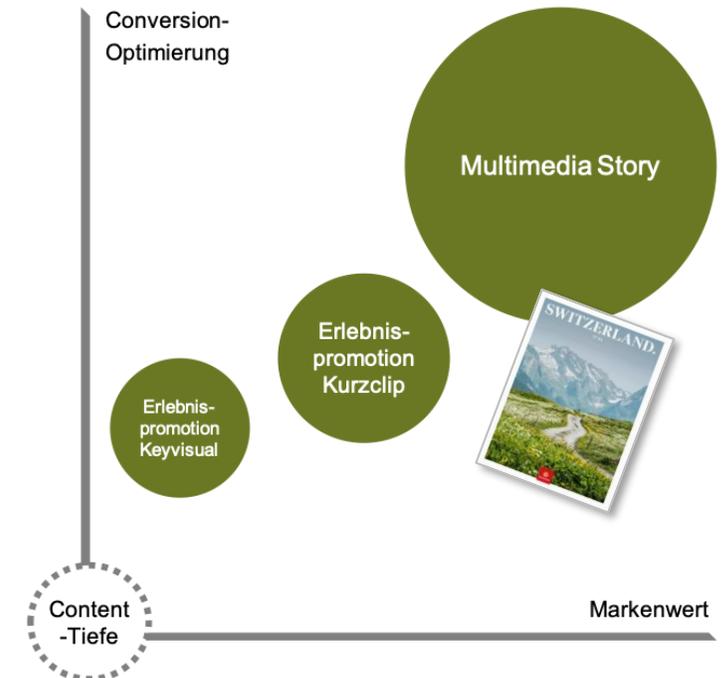
(als Zusatzoption  
zu Multimedia Story)  
CHF 20'000.-

## 3. Erlebniss Promotion mit Kurzclip

CHF 20'000.-

## 4. Erlebniss Promotion mit Keyvisual

CHF 10'000.-



Zusätzliche nicht explizit aufgezählte Aktivitäten für die Partner:

- Medienarbeit, Listics, Produkt-Entwicklung, Aktualisierungen auf MySwitzerland.com, Schauplatz für Dreh's Dachkampagne.



# Der Partner wählt:

1. das **Content Item**
2. ein **Thema** pro Content Item
3. den **Markt** oder die **Märkte**, wo das Content Item ausgespielt werden soll
4. ein erlebbares **Angebot** pro Content Item
5. ein **Hauptziel** pro Content Item (Impressions oder Sessions on LP)



# Die Vorteile für den Partner.

1. Mehr Mitsprache in der Ausgestaltung des Contents
2. Mehr Wirksamkeit durch optimierte Distribution
3. Mehr Transparenz mit Unterstützung vom MIS
4. Mehr Flexibilität bei der Gewichtung der Saisons
5. Mehr Erfolg und Kontinuität mit langfristigen Programmen.



# Investment nach Share of Voice.

- Investitionsvolumen basierend auf den vergangenen Jahren
- Je CHF 100'000 pro Kampagnenteilnahme  
(Sommer, Herbst, Winter und Städte)
- Die Regionen handeln solidarisch



# Aktionsplan.

- Im Juni 2020 vereinbart ST mit den Regionen individuell die Jahrespakete und ihre Content-Items für 2021.
- 2021 wird genutzt, das neue Modell zu testen und zu schärfen um fortfolgend, wenn möglich, langfristige Verträge zu vereinbaren.

Danke. Merci. Grazie. Grazia.