

The background image shows two skiers in winter gear descending a snowy mountain slope. The sun is high in the sky, creating a bright lens flare. Below the skiers, a thick layer of white clouds fills the valley, with snow-capped mountain peaks visible in the distance. The overall scene is bright and clear.

FARNER

Performance Marketing für Arosa Lenzerheide Erfolgsbeispiel und rechtliche Aspekte

eTourism Day 2019 | Zürich, 3.12.2019

Ausgangslage

Briefing

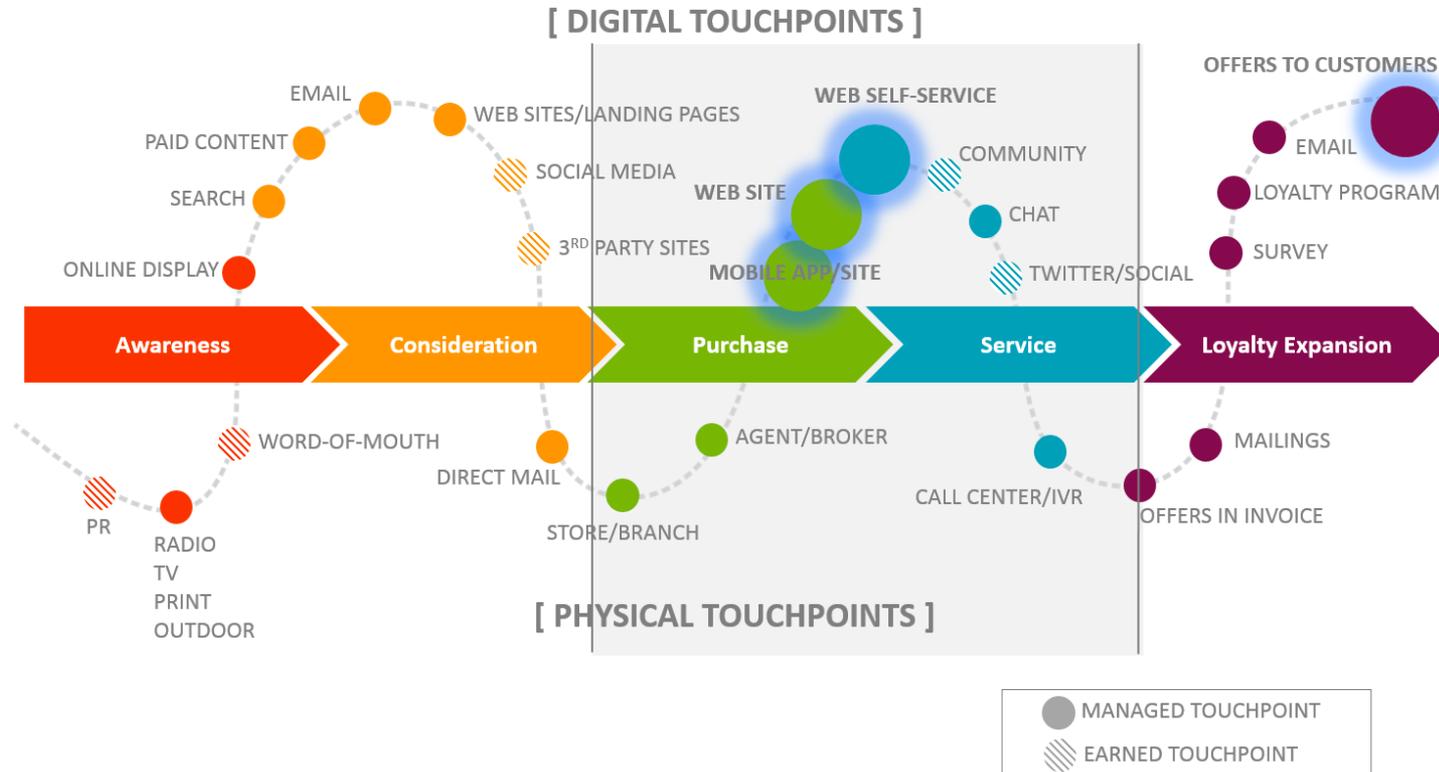
Das Skigebiet Arosa Lenzerheide hat ein dynamisches Preissystem bei Skitickets eingeführt. Der Verkauf dieser Online Skitickets soll mittels Performance Marketing gesteigert werden.

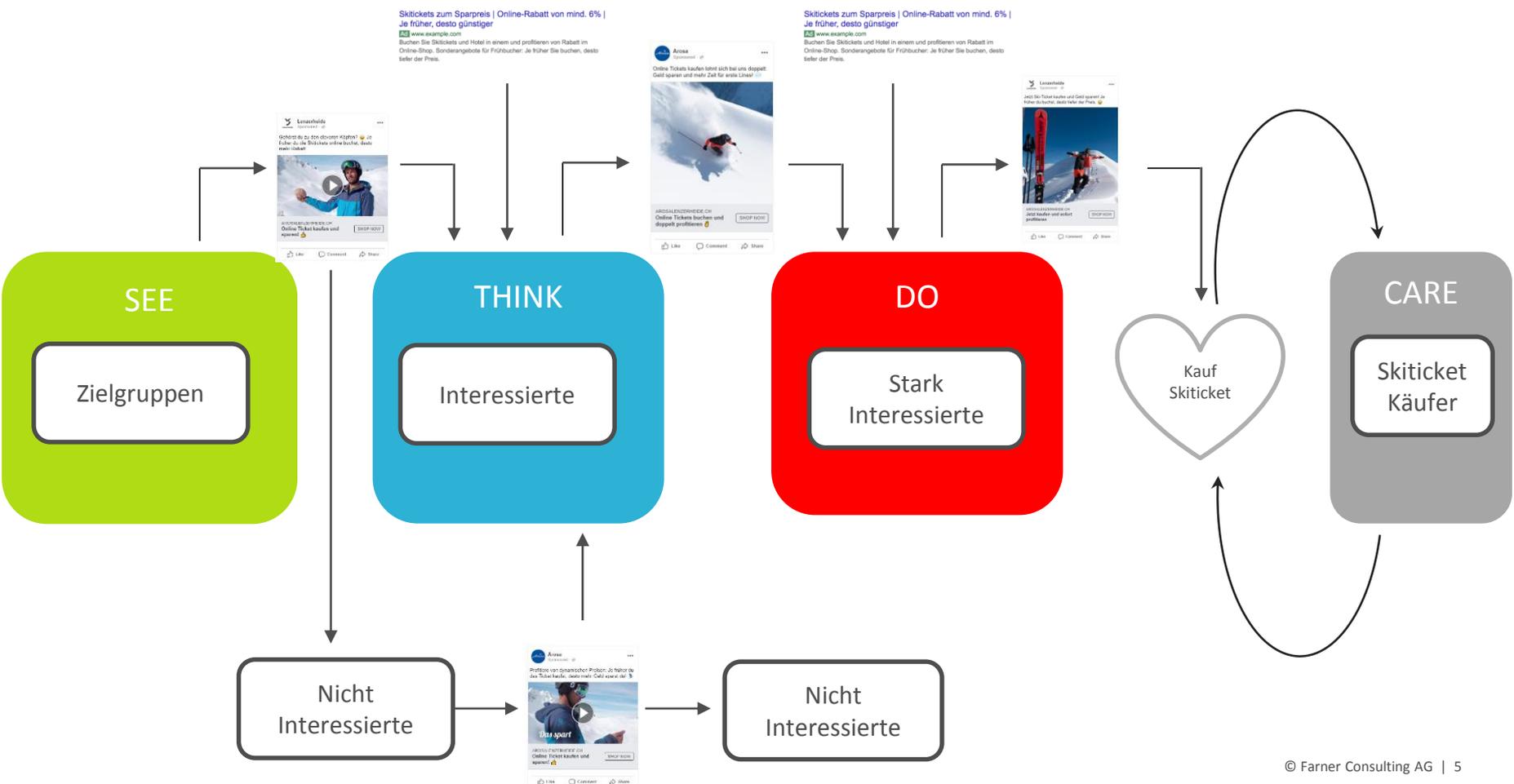
Ziele

Das Ziel der Kampagne ist es, Bekanntheit und Conversions für das Angebot «be smart & book online» zu erzielen. Primärer KPI der Kampagne ist der ROAS (Return on Ad Spend).

Strategie

Die Customer Journey als Basis





	TARGETING	CHANNELS	KPI
SEE	<p>Verhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remarketing • Lookalikes • Lookalikes <p>Verhaltenstargeting: Remarketing, CRM Daten und Lookalikes</p> <p>Interessen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schrittspezifisch (z.B. Warenkorb, Checkout, etc.) <p>Interessenstargeting</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook & Instagram • YouTube 	<ul style="list-style-type: none"> • Impressions • Video Views

	TARGETING	CHANNELS	KPI
SEE	<p>Verhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remarketing (Website Visitors, Display Advertising, Remarketing with Google Ads) • Lookalike Audiences (Facebook, LinkedIn) • Lookalike Audiences (Google) <p>Interessen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Search Interest (Google Ads) • Demographics (Facebook, LinkedIn) • Demographics (Google) <p>Verhaltenstargeting: Remarketing, CRM Daten und Lookalikes</p> <p>Interessenstargeting</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook & Instagram • YouTube 	<ul style="list-style-type: none"> • Impressions • Video Views
THINK	<p>Verhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remarketing Website Visitors (rosalenzerheide.swiss/Be-smart-and-book-online) • Remarketing Website Visitors (rosalenzerheide.swiss/Be-smart-and-book-online) • Remarketing Website Visitors (rosalenzerheide.swiss/Be-smart-and-book-online) <p>Verhaltenstargeting: Remarketing, Suchverhalten (Google)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook & Instagram • GDN • SEA 	<ul style="list-style-type: none"> • Klicks

	TARGETING	CHANNELS	KPI
SEE	<p>Verhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remarketing (CRM, Daten und Lookalikes) • Lookalikes • Lookalikes <p>Interessen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schrittmacher (Interessen) • Entschleunigung 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook & Instagram • YouTube 	<ul style="list-style-type: none"> • Impressions • Video Views
THINK	<p>Verhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remarketing Website Visitors (rosalenzerheide.swiss/Be-smart-and-book-online) • Remarketing (Suchverhalten (Google)) • Remarketing Website Visitors (rosalenzerheide.swiss/Be-smart-and-book-online) 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook & Instagram • GDN • SEA 	<ul style="list-style-type: none"> • Klicks
DO	<p>Verhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remarketing (Suchverhalten (Google)) • Remarketing (Suchverhalten (Google)) • Remarketing (Suchverhalten (Google)) 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook & Instagram • GDN • SEA 	<ul style="list-style-type: none"> • Conversions

Umsetzung

Storylines: Überblick

Das Retargeting findet entlang der jeweiligen Storylines statt. Personen, die mit dem Geniesser-Video im SEE interagiert haben, sehen also auch die Geniesser-Ads im Think und im DO.

	KEY MESSAGE	FORMAT	PRIMÄRER EMOTIONALER TRIGGER	SPORTLER 	FAMILIEN 	GENIESSER 
SEE	Ski-Tickets online kaufen und Geld sparen	Video	Trust	Ski-Tickets online kaufen und Geld sparen	Ski-Tickets online kaufen und Geld sparen	Ski-Tickets online kaufen und Geld sparen
THINK	Mehr Zeit fürs Skifahren und Geld sparen	Image	Value	Mehr Zeit für Pistenkilometer und Geld sparen	Mehr Zeit zum Skifahren und mehr Geld übrig für die Raubtierfütterung	Mehr Zeit zum Sonnentanken und erst noch Geld sparen
DO	Kaufe jetzt das Ticket und spare mind. 6% zum regulären Preis	Image	Instant Gratification	Kaufe jetzt das Ticket und spare mind. 6% zum regulären Preis	Kaufe jetzt das Ticket und spare mind. 6% zum regulären Preis	Kaufe jetzt das Ticket und spare mind. 6% zum regulären Preis
CARE	Wann kommst du wieder?	Image	Instant Gratification	Je früher, desto besser. Jetzt Ticket kaufen und mind. 6% zum regulären Preis sparen	Je früher, desto besser. Jetzt Ticket kaufen und mind. 6% zum regulären Preis sparen	Je früher, desto besser. Jetzt Ticket kaufen und mind. 6% zum regulären Preis sparen

Erste Insights nach 3 Wochen Laufzeit

facebook

ROAS
2,462.02%

 Google Ads

ROAS
4,456.12%

Pro investiertem Werbefranken wurden **33.70.-** **Ticketeinnahmen** generiert.

Rechtliches

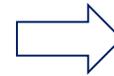
Datengetriebene Werbeformen

- SEA
- Display-Werbung
- E-Mail-Werbung
- Social-Media-Advertising
- Mobile-Advertising
- Digitales Destinationsmanagement
- ...

„Identifier“

- Cookies
- Fingerprints
- E-Mail-Adressen
- Ad-IDs

...



**Personenbezogene
Daten**

Tracking und Datenschutzrecht in der EU



EU-Datenschutz- Grundverordnung (DS-GVO)



- Verarbeitung personenbezogener Daten für Werbezwecke
- **Profilbildung**
- Anforderungen an Einwilligung

- **EU-Verordnung:** Gilt direkt in allen EU-MS

EU-Richtlinie 2002/58/EG & 2009/136/EG (ePrivacy-RL)



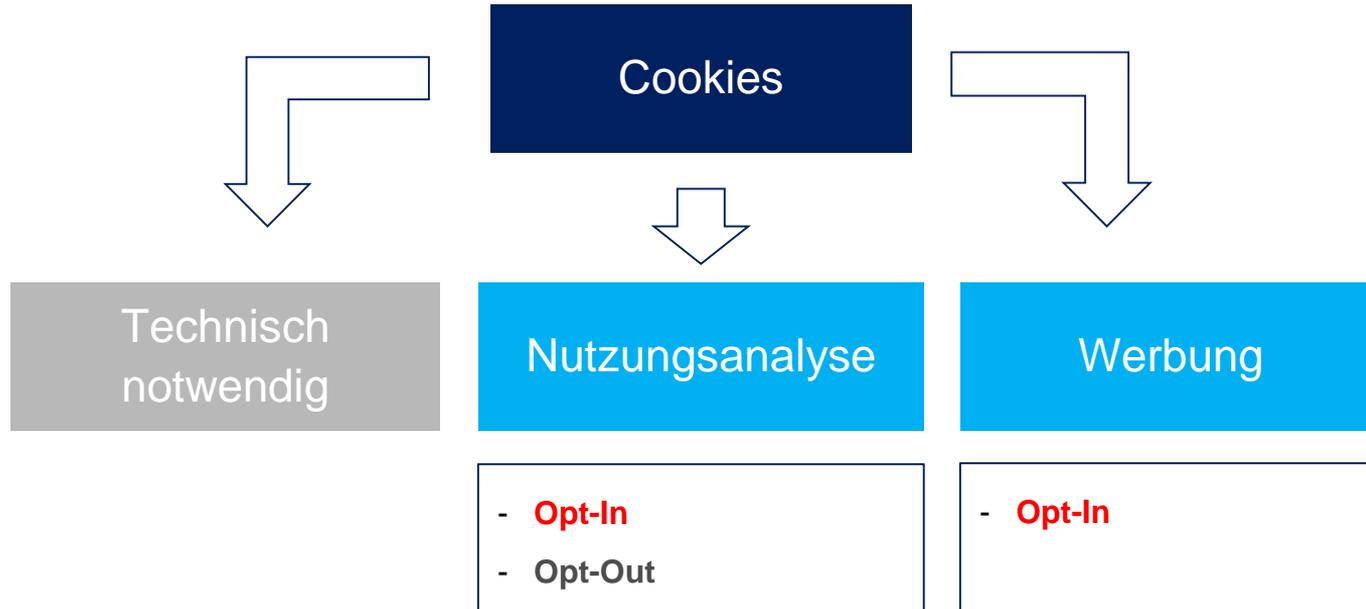
- „**Cookie-Recht**“ (Einwilligung)
- Kein Personenbezug erforderlich
- spezifische Regelungen für E-Mail-Werbung

- **EU-Richtlinie:** Bedarf der Umsetzung in den EU-MS

„Datenschutzkonferenz“ in Deutschland (26. April 2018)

„Es bedarf jedenfalls einer **vorherigen Einwilligung** beim Einsatz von **Tracking-Mechanismen**, die das **Verhalten von betroffenen Personen im Internet nachvollziehbar machen** und bei der **Erstellung von Nutzerprofilen**. Das bedeutet, dass eine **informierte Einwilligung** i. S. d. DS-GVO, in Form einer **Erklärung oder sonstigen eindeutig bestätigenden Handlung** vor der Datenverarbeitung eingeholt werden muss, d. h. z.B. bevor Cookies platziert werden bzw. auf dem Endgerät des Nutzers gespeicherte Informationen gesammelt werden.“

Anforderungen an „Cookies“ in Deutschland



Anforderungen an „Cookies“ in Deutschland



The screenshot shows the top navigation area of the Zalando website. At the top, there is a light grey cookie consent banner with a red border. The text inside reads: "Zalando verwendet Cookies, um Ihnen den bestmöglichen Service zu gewährleisten. Wenn Sie auf der Seite weitersurfen stimmen Sie der [Cookie-Nutzung](#) zu." followed by a link "Ich stimme zu." and a close button "X". Below this is a black promotional banner with white text: "BLACK FRIDAY: CYBER DEALS BIS ZU 70% RABATT | ENDET IN 13:43:50" and a close button "X". The main navigation bar contains the text "DAMEN | HERREN | KINDER" on the left, the Zalando logo in the center, and icons for a German flag, a user profile, a heart, and a shopping bag on the right.

Zalando verwendet Cookies, um Ihnen den bestmöglichen Service zu gewährleisten. Wenn Sie auf der Seite weitersurfen stimmen Sie der [Cookie-Nutzung](#) zu. [Ich stimme zu.](#) X

BLACK FRIDAY: CYBER DEALS BIS ZU 70% RABATT | ENDET IN 13:43:50 X

DAMEN | HERREN | KINDER     

Anforderungen an „Cookies“ in Deutschland

verwendet Cookies

Wir verwenden Cookies, um Inhalte und Anzeigen zu personalisieren, Funktionen für soziale Medien anbieten zu können und die Zugriffe auf unsere Website zu analysieren. Außerdem geben wir Informationen zu Ihrer Verwendung unserer Website an unsere Partner für soziale Medien, Werbung und Analysen weiter. Unsere Partner führen diese Informationen möglicherweise mit weiteren Daten zusammen, die Sie ihnen bereitgestellt haben oder die sie im Rahmen Ihrer Nutzung der Dienste gesammelt haben. Sie geben Einwilligung zu unseren Cookies, wenn unsere Webseite weiterhin nutzen.

Notwendig Präferenzen Statistiken Marketing [Details ausblenden](#) [OK](#)

[Cookie-Erklärung](#) [Über Cookies](#)

Notwendig (14)

Präferenzen (2)

Statistiken (12)

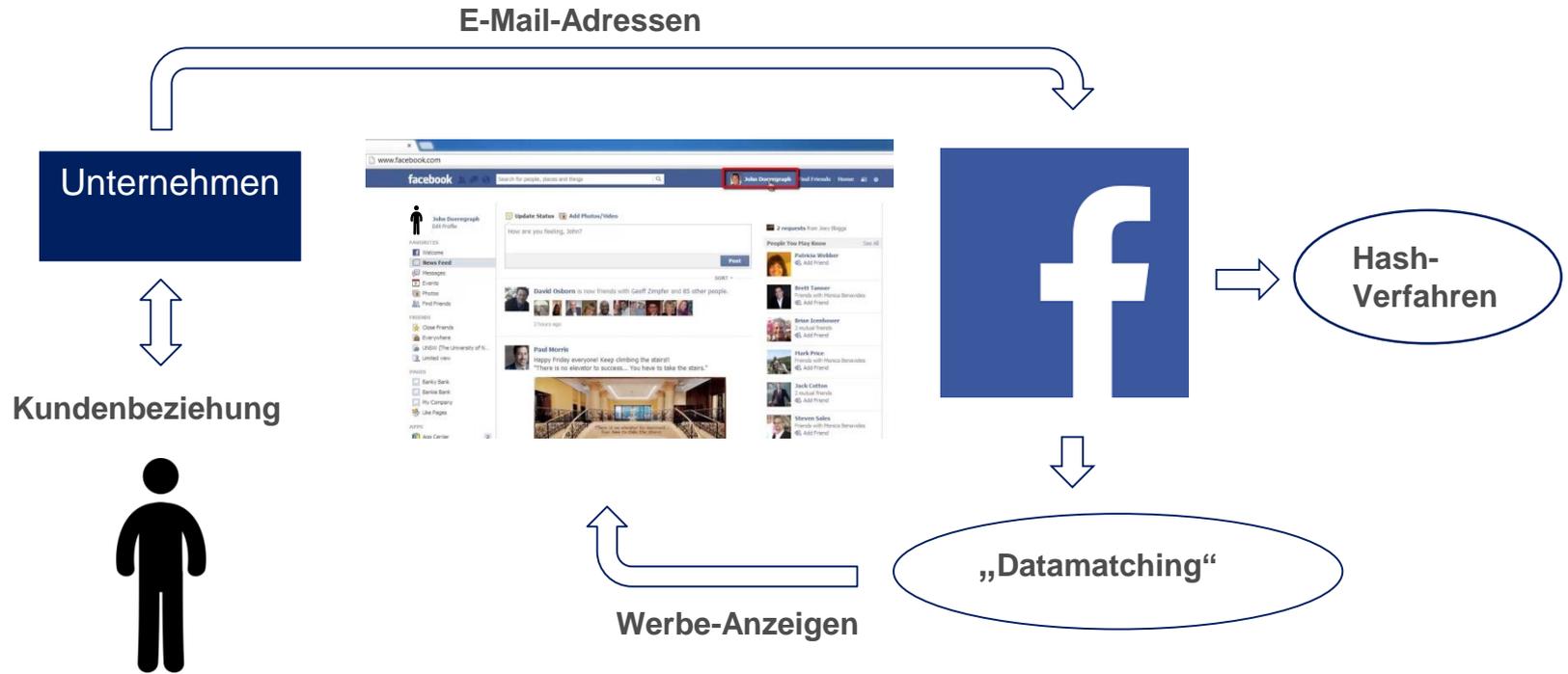
Marketing (21)

Nicht klassifiziert (3)

Name	Anbieter	Zweck	Ablauf	Typ
CookieConsent		Speichert den Zustimmungsstatus des Benutzers für Cookies auf der	1 Jahr	HTTP

Die Cookie-Erklärung wurde das letzte Mal am 17.04.2019 von [Cookiebot](#) aktualisiert

Facebook „Custom Audience“



EU-ePrivacy-Verordnung?



The Permanent Representatives Committee of the Council of the European Union **has rejected** the draft ePrivacy Regulation brought forth by the Finnish Presidency of the Council of the EU, according to advocacy organization European Digital Rights. Politico Europe Senior Policy

**Target
Disco**
The Autom
to Fulfilling

Dankeschön.



THANK YOU!