

Goldener Wanderherbst Kampagnen Report

25.08.2023 - 31.10.2023

Präsentation der schönsten Herbstwanderwege und -angebote von Österreichs Wanderdörfern

Durch gezielte Maßnahmen haben wir den Herbst als **ideale Wanderzeit** sowie **Saisonverlängerung** beworben und generierten **Reichweite** und **Weiterleitungen** für deine **Region**, dein **Herbstangebot** oder für dich als **Gastgeber**. Inmitten einer Vielzahl von Angeboten wurdest du der Zielgruppe als **exklusiver Tipp** für den Wanderherbst 2023 präsentiert.

Ziele

- 🎯 Weiterleitungen
- 🎯 Reichweite und Traffic

Maßnahmen

- 🍂 **Optimierte Landingpage** im Listicle-Format
- 🍂 Bewerbung der Landingpage durch **Google Ads**
- 🍂 Herbst-Teaser auf der ÖWD-Startseite
- 🍂 **Allgemeine Social Ads** & organische Beiträge (FB & IG)
- 🍁 **Individuelle Social Ads** & organische Beiträge für Premium- & Spezialpakete (FB & IG)
- 🍁 ÖWD Exklusiv **Newsletter** (2x)
- 🍁 **komoot Collection Ads**
- 🍁 **Gewinnspiele** für jede Region
- 🍁 **Monitoring, Optimierung & Reporting**



Goldener Wanderherbst

Fazit

25.08.2023 - 31.10.2023

Die diesjährige Herbstkampagne verzeichnet eine beeindruckende Resonanz und übertrifft die Ergebnisse von 2022. Das zeigt sich über alle Kanäle und Maßnahmen:

Die Steigerung der **Ad-Link-Clicks** (FB & IG) um **+72%** im Vergleich zum Vorjahr bei einem günstigen CPC von \varnothing 0,15 € (entspricht 2022), unterstreicht die Effizienz unserer Kampagnenstrategie.

Premium Ads wurden in **Deutschland** am häufigsten geklickt, während die **Gastgeber Ads** die größte Aufmerksamkeit in den **Niederlanden** erhielten.

Das **Listicle-Format** erzielte insgesamt noch bessere Ergebnisse als die Tourentipps und konkreten Herbstangebote. Grundsätzlich performten die Ads auf **Facebook besser** als auf Instagram.

Der **Oktober-Newsletter** erreichte mit einer CTR von 6,3% **Bestperformer**-Status unter allen Exklusiv-Newslettern 2023 und reflektiert ebenfalls das große **Interesse** am Herbstthema.

Durch den Maßnahmen-Mix stieg die **Besucherzahl** auf der Kampagnenseite um beeindruckende **+105%** im Vergleich zum Vorjahr. 🚀



Goldener Wanderherbst

Die wichtigsten Kennzahlen im Überblick

25.08.2023 - 31.10.2023



8.343.284

Ad-Impressionen

Summe der Sichtkontakte aller ausgespielten Werbeanzeigen

(Quellen: Facebook, Instagram, Google Ads, komoot)

116.700

Ad-Link-Klicks (unique)

Anzahl an Personen, die auf Links zu unseren Kampagnen- oder Regionsseiten geklickt haben

(Quellen: Facebook, Instagram, Google Ads, komoot)

113.166

Website-Nutzer:innen

Anzahl der Personen, die unsere Kampagnenseiten besucht haben

(Quelle: GA4 & Bigquery)

28.363

Newsletter-Öffnungen

Anzahl der Personen, die unsere Newsletter geöffnet haben

(Quelle: Mailchimp)

32.009

Weiterleitungen

So viele Weiterleitungen hat unsere Kampagnenseite zu externen Webseiten generiert

(Quellen: GA4 & Bigquery)

22.447 €

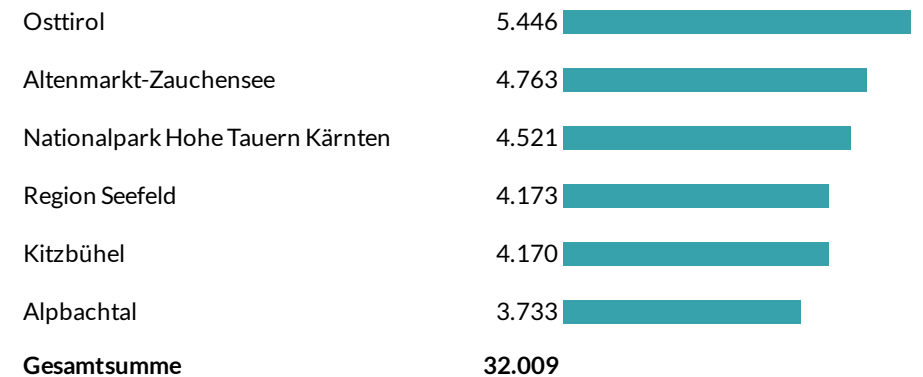
Ad-Kosten

Die Gesamtkosten für alle ausgespielten Werbeanzeigen

(Quellen: Facebook, Instagram, Google Ads, komoot)

Weiterleitungen auf externe Websites

Auf diese Websites wurden Nutzer:innen von unseren Kampagnenseiten am häufigsten weitergeleitet



(Quelle: GA4 & Bigquery)

Goldener Wanderherbst
Google Ads
25.08.2023 - 31.10.2023



97.184

Ad-Impressionen

Summe der Sichtkontakte aller
ausgespielten Werbeanzeigen

8.066

Ad-Link-Klicks

Klicks auf eine Werbeanzeige
im Google Such- oder Display-
Netzwerk

0,18 €

Cost-per-Click (CPC)

Durchschnittlicher Preis für
einen Link-Klick auf unsere
Werbeanzeigen

1.447 €

Ad-Kosten

Die Gesamtkosten für alle
ausgespielten Werbeanzeigen

Suchanfragen

Die am häufigsten geklickten Suchanfragen

schönsten wanderungen österreich

wandern herbst

österreich wanderregionen

wandern im oktober

wandern herbst österreich

wanderurlaub herbst

herbstwanderung mit kindern

Facebook und Instagram (plattform-optimierte Ausspielung)

25.08.2023 - 31.10.2023



7.620.475

Ad-Impressionen

Summe der Sichtkontakte aller ausgespielten Werbeanzeigen

2.198.370

Reichweite

So viele Personen haben unsere Werbeanzeigen gesehen

108.390

Ad-Link-Klicks

Klicks auf Links zu unseren Kampagnen- oder Regionsseiten

0,15 €

Cost-per-Click (CPC)

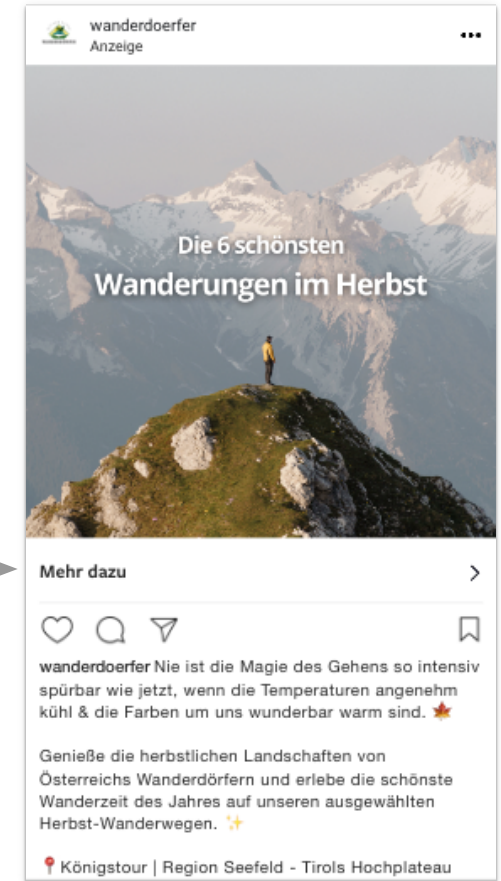
Durchschnittlicher Preis für einen Ad-Link-Klick auf unsere Werbeanzeigen

Plattformen und Platzierungen

Auf welchen Plattformen (oben) und welchen Platzierungen (unten) unsere Werbeanzeigen am häufigsten geklickt wurden

facebook	65.642
instagram	38.040
audience_network	4.706
Anm: Audience Network sind Apps, die mit FB & IG kooperieren	
feed	75.894
instagram_stories	8.073
facebook_stories	6.174

Das war der Bestperformer unter allen werbeanzeigen





98.798

Zugestellte Newsletter

Summe der Mails, die bei Abonent:innen im Postfach angekommen sind

28.363

Newsletter-Öffnungen (unique)

Anzahl der Personen, die unsere Newsletter geöffnet haben

8.536

Newsletter-Link-Klicks

So oft wurde auf weiterführende Links in unseren Mails geklickt

29 %

Öffnungsrate

Durchschnittlich haben so viele Personen den Newsletter geöffnet

Das war der beliebteste Premium-Beitrag im 1. Newsletter



ALTENMARKT-ZAUCHENSEE IN SALZBURG

Salzburger Gipfelspiel: Lackenkogel

Der Gipfel des Lackenkogels offenbart grandiose Bergblicke: auf den **Hohen Dachstein** und die **Bischofsmütze**, den **Hochkönig**, das **Tennengebirge** und die Hohen Tauern mit dem **Großglockner**. Und du bist mittendrin. Also worauf wartest du noch?

Tourdaten:

Tourismusverband Altenmarkt-Zauchensee
 9,31 km | 4,45 h Gehzeit
 1.252 hm | 55 hm

Los geht's zum Lackenkogel

Das war der beliebteste Premium-Beitrag im 2. Newsletter



KITZBUHEL IN TIROL

Kulinarische Höhenwanderung: die 3-Gänge-Tour

Die **schönsten Ecken** der Urlaubsregion **erwandern** und mit einer **kulinarischen Reise** verbinden. Die **3-Gänge-Tour** vereint **Wanderungen** in den Südbergen mit **exquisiter Kulinarik**

Tourdaten:

Bichlalm Sessellift
 12 km | 4 h Gehzeit
 260 hm | 960 hm

Mehr Infos zur kulinarischen Höhenwanderung

Goldener Wanderherbst

Collection Ads auf komoot

25.08.2023 - 31.10.2023



625.625

Ad-Impressionen

Summe der Sichtkontakte aller ausgespielten Werbeanzeigen

6.458

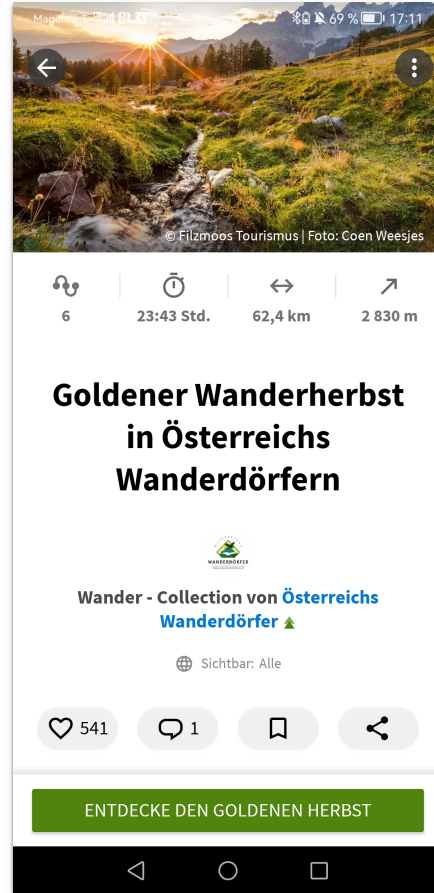
App-Klicks

Klicks in der Apps

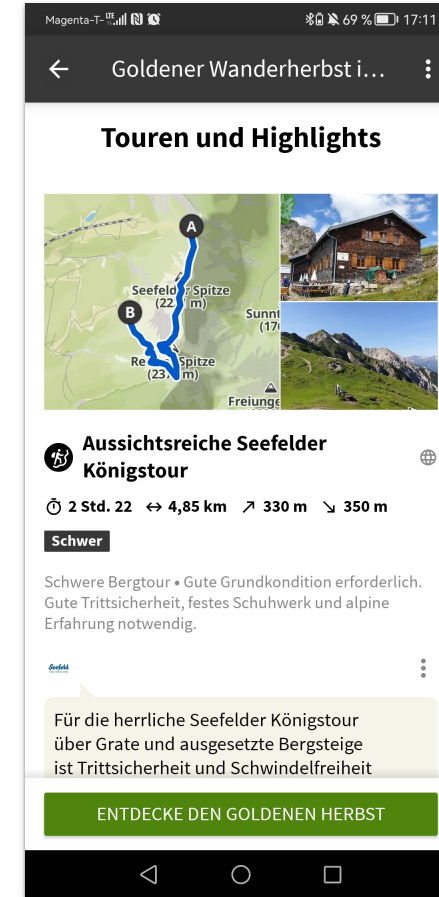
244

Ad-Link-Klicks

Klicks auf Links zu unseren Kampagnen- oder Regionsseiten



Insgesamt generierte die Collection 780 Interaktionen (Likes, Saves, Shares...)



Individuelle Tour in der Collection Ad

Goldener Wanderherbst Alpbachtal

25.08.2023 - 31.10.2023



587.730

Ad-Impressionen

Summe der Sichtkontakte
aller ausgespielten Werbeanzeigen

(Quellen: Facebook, Instagram)

6.374

Ad-Link-Klicks (unique)

Anzahl an Personen, die auf Links
zu unseren Kampagnen- oder
Regionsseiten geklickt haben

(Quellen: Facebook, Instagram)

3.733

Weiterleitungen

So viele Weiterleitungen zur Regions-
& Gastgeber-Website hat unsere
Kampagnenseite generiert

(Quelle: GA4 & Bigquery)

Plattformen und Platzierungen

Auf welchen Plattformen (oben) und welchen Platzierungen (unten)
unsere Werbeanzeigen am häufigsten geklickt wurden

facebook	8.118
instagram	4.744
audience_network	640

Anm: Audience Network sind Apps, die mit FB & IG kooperieren

feed	7.292
instagram_stories	2.926
video_feeds	1.302

Weiterleitungen auf externe Websites

Auf diese Websites wurden Nutzer:innen von unseren
Kampagnenseiten am häufigsten weitergeleitet

https://www.alpbachtal.at/de/urlaub-planen-und-buc...	2.710
https://www.alpbacherhof.at/treatment/zauberhafter...	774
https://www.alpbachtal.at/de/urlaub-planen-und-buc...	222

Gesamtsumme

(Quelle: GA4 & Bigquery)

Das war die
beliebteste
Werbeanzeige

