

BEST CASE

DB Fernverkehr AG

Komfortables Reisen 2023



Oktober 2023

Agenda

01 Challenge

02 Solution

03 Success



Komfortables Reisen mit der DB

Challenge

01



Kreativ überraschen

Kreativ in Interaktion mit der Zielgruppe treten und dabei die Vorteile und Services für ein komfortables Reisen mit der Bahn vermitteln.



Aufmerksamkeitssteigerung der DB-Landingpage und Conversion auf die nativen Integrationen

Aktive Lenkung aus den nativen Integrationen auf bahn.de/reisen



02

Solution

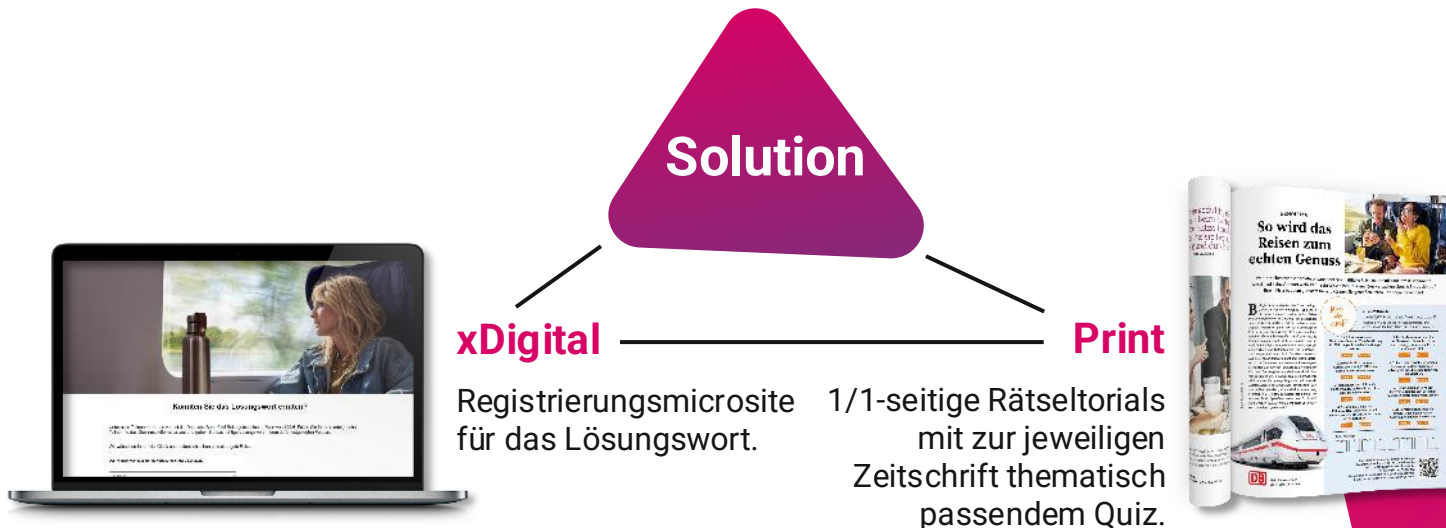


Entspannt zum Ziel kommen

Inszenierung der DB mit „Wahr oder falsch“ Deutschland-Quiz-Advertorials

- Für sieben Print-Magazine wurden unterschiedliche 1/1-seitige „Wahr oder falsch“ Quiz-Advertorials kreiert. Immer dazu thematisch passend: ein **individueller Reiseanlass** und mit einem dazu verknüpften **DB Service**.
- Ist die eine Aussage „Wahr“ oder „Falsch“? Die Anfangsbuchstaben der richtigen Eingruppierung ergaben das gesuchte Lösungswort.
- Einrichtung einer **Registrierungsmicrosite** für das Lösungswort. Als zusätzlicher Anreiz wurden 5 x € 100,- Reisegutscheine verlost.

Die eingesetzten Print-Magazine



PRINT

Kreative Umsetzung

Advertorialbeispiele der nativen Inszenierung

DB Fernverkehr AG & Ad Alliance | Best Case 2023



Von der Kunst, sich beim Reisen so richtig zu entspannen



Eigentlich sollte es für uns alle ein Rätsel sein, warum sich immer noch so viele Menschen von vollen Straßen stressen lassen. Wer clever ist, reist auf Schienen – mit Komfort, kreativem Input und einem Quiz, bei dem es etwas zu gewinnen gibt!

Z elgenossen, die sich auf die Kunst des schönen Lebens verstehen, wissen auch, wie sie ihre Reisen komfortabel gestalten können. Pardon, sie lassen gestalten. Denn sie haben sich von dem Anspruch, alles selbst machen zu wollen, befreit. Es ist doch viel angenehmer, Serviceangebote zu nutzen und sich mit Hingabe auf scheinbar fließende Landschaftsbilder zu konzentrieren. Und davon gibt es reichlich, wenn Sie ihren nächsten Städte- oder Kunsttrip mit der Bahn antreten. Im besten Fall mit Direktverbindung oder einfach mal 1. Klasse. Das heißt: Nachdem Sie sich auf Ihren reservierten Platz gesetzt und den Komfort Check-in genutzt haben, werden Sie nicht mehr gestört. Es sei denn, Sie wünschen etwas aus der Bordgastonomie. In der 1. Klasse wird es Ihnen direkt am Platz serviert. Ansonsten können Sie lesen, träumen – oder ein Quiz lösen. Vielleicht reist Fortuna ja mit Ihnen.



DB Mehr Informationen unter: bahn.de/reisen

Wahr oder falsch?

Finden Sie die richtigen Aussagen – die Buchstaben ergeben die Lösung!

1. Die Mona Lisa in Leonardo da Vincis gleichnamigem Gemälde hat keine Augenwimpern. wahr: S falsch: E
2. Die alten Brucker malten auf Wandgemälden die Frauen in Weiß und die Männer in Rot. wahr: B falsch: T
3. Das ICE-Instandhaltungswerk in Köln-Kippes arbeitet CO₂-neutral. wahr: H falsch: A
4. Ein Anker-Tattoo hatte ursprünglich die Bedeutung, dass der Träger bereits den Atlantik überquert hatte. wahr: G falsch: L
5. ICE-Züge der Deutschen Bahn dürfen auch ohne Genehmigung mit Kunstgraffiti verziert werden. wahr: N falsch: I
6. Eine Galerie in Deutschland macht durchschnittlich zwei Millionen Euro Umsatz im Jahr. wahr: F falsch: U
7. Der ICE 3neo hat in der 2. Klasse 340 Sitzplätze, acht Fahrradplätze und zwei Rollstuhlplätze in einem Zugteil. wahr: N falsch: E
8. Mit dem Komfort Check-in kann man einfach einsteigen, am Sitzplatz einchecken und entspannen. wahr: G falsch: S

Lösungswort:
 1 2 3 4 5 6 7 8
 S E T A H N F U E G L

Unter allen Teilnehmenden mit dem richtigen Lösungswort verlosen wir 5 Reisegutscheine im Wert von 100 €. Teilnahmechluss für die Verlosung ist der 25.08.2023. Alle weiteren Teilnahmebedingungen finden Sie unter bahn.de/quiz oder Sie scannen einfach den QR-Code.

Zu gewinnen: 5 Reisegutscheine im Wert von 100 €



ERHOLUNG

So wird das Reisen zum echten Genuss



Warum sollten wir die nächste private oder geschäftliche Reise mit Hektik und Stress beginnen? Wer darauf keine Antwort weiß, kann sein Wissen bei unserem Quiz versuchen. Sobald Sie es sich auf Ihrem Platz bequem gemacht haben, können Sie genießen, raten und sogar gewinnen!

B elegte Brote, hart gekochtes Ei und Heilige- trike aus der Thermokanne – so kennen die meisten von uns den klassischen Reise- proviant. Doch wenn im Zugabteil der Sitznachbar seine Stullen auspackt, weckt das selten unseren Appetit. Anders reagieren wir auf Flammkuchen Eisener Art, Modellschwein vom Scharschwein in Pfefferrahmsauce mit Südkartoffelstampf oder vegane Gemüsebiologiemess mit Fusilli. Ja, wo gibt's denn so was? An Bord der ICE finden wir eine große Auswahl an Gerichten und Getränken für jede Tageszeit – auch vegan und vegetarisch. Die Gastronomie im Zug besteht aus Bordrestaurant und -bistro. Letzteres hat im Gegensatz zum Restaurant überwiegend Sitzplätze und gibt die Produkte zum Verzehr am Platz aus. Das Angebot und die Preise sind in beiden Locations gleich. Auf die Qualität der Gerichte wird sehr viel Wert gelegt. Regionale und saisonale Zutaten werden bevorzugt. Das Privatpaket darf also zu Hause bleiben, während wir es uns im Zug schmecken lassen. Und zum Nachtisch gönnen wir uns ein Stück Apfel-Strudel-Kuchen. Zu diesem kulinarischen Komfort Statement passt unser Quiz ganz wunderbar, nicht wahr?

Wahr oder falsch?

ZU GEWINNEN:
5 Reisegutscheine im Wert von 100 €
Finden Sie heraus, welche Aussagen stimmen, und setzen Sie aus den Buchstaben die Lösung zusammen:

1. Die Inkas verwendeten die Kakaobohnen als Tauschewährung für Nahrungsmittel oder Kleidungsstücke. wahr: S falsch: E
2. In der Bordgastonomie werden pro Jahr 8,82 Millionen Tassen Kaffee ausgeschrieben. wahr: B falsch: A
3. Heilig lässt sich nicht viele Hundert Jahre aufbewahren, ohne dass er schlecht wird. wahr: N falsch: M
4. Sellerie hat „negative“ Kalorien. Der Körper verbraucht mehr Kalorien, um ihn zu verdauen, als er aufnimmt. wahr: U falsch: K
5. Im Bordrestaurant und im Bordbistro der Deutschen Bahn sind das Angebot und die Preise unterschiedlich. wahr: G falsch: I
6. Tränen beim Zwiebel schneiden haben eine andere Zusammensetzung als die, die einen traurigen Grund haben. wahr: U falsch: E
7. Für Gruppen am Bord der Fernverkehrszüge gibt es keinen speziellen gastronomischen Service. wahr: N falsch: S
8. Die Bordrestaurants der ICE- und IC-Züge haben vegane Currywurst auf der Speisekarte. wahr: G falsch: T

Lösungswort:
 1 2 3 4 5 6 7 8
 S E T A H N F U E G L

Unter allen Teilnehmenden mit dem richtigen Lösungswort verlosen wir 5 Reisegutscheine im Wert von 100 €. Teilnahmechluss für die Verlosung ist der 25.08.2023. Alle weiteren Teilnahmebedingungen finden Sie unter bahn.de/quiz oder Sie scannen einfach den QR-Code.



DB Mehr Informationen unter: bahn.de/reisen

Spaß und Informationen für ein hohes Involvement der Leser:innen.



03

Success





Kreationen und QR-Code Abrufe



07/2023
ET: 16.06.



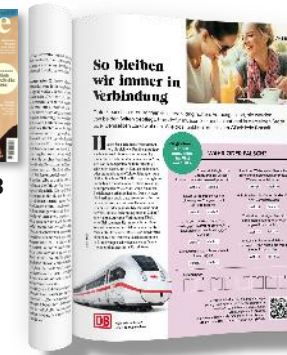
07/2023
ET: 23.06.



07/2023
ET: 23.06.



15/2023
ET: 05.07.



08/2023
ET: 05.07.



08/2023
ET: 14.07.



16/2023
ET: 19.07.



30/2023
ET: 20.07.



04/2023
ET: 25.07.

**Bester
Performer:
3.289 QR-
Scans**



31/2023
ET: 27.07.



Gesamt: **8.279 QR-Scans**

xDIGITAL Registrierungen

Laufzeit vom 15.06.–25.08.2023

DB Fernverkehr AG & Ad Alliance | Best Case 2023



9.496 Anmeldungen

5 x Reisegutscheine
im Wert von € 100,-



Ihre Teilnahme am Gewinnspiel der Deutschen Bahn

Sehr geehrter Herr ,
Herzlichen Glückwunsch!

Eine Registrierungsmicrosite für das Lösungswort.



Ein CreaCheck gab Aufschluss über die Beurteilung der Print-Advertorials

Knapp die Hälfte der Befragten bewerteten die Advertorials mit „gut/sehr gut“

Insbesondere Befragte mit einer Affinität zu Gewinnspielen fühlten sich sehr angesprochen und vergaben mehrheitlich Bestnoten.



Brigitte

Über **68%** der Leser:innen mit Kontaktchance und Quiz-Affinität gaben an, dass ihnen die Advertorials „gut/sehr gut“ gefielen.

Getestete Rätseltorials. Befragung im Online-Access-Panel „medientrends“. Testmessung mit Kontaktchance & Quizaffinität stern-Leser:innen n= 56 und Brigitte-Leser:innen n=50





Die STERN-Kreation wirkte verständlich, informativ und war unterhaltsam

Bewertung | Top-2-Werte

Das Advertorial der DB Fernverkehr...

... ist verständlich.

... passt zur beworbenen Marke.

... ist informativ.

... ist glaubwürdig.

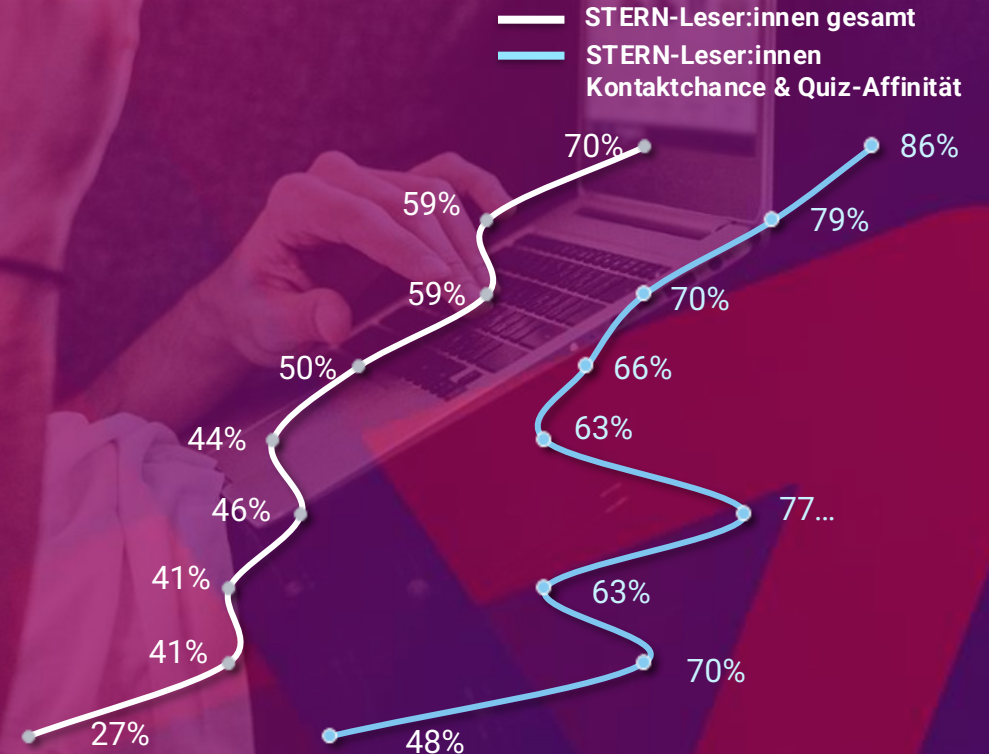
... ist unterhaltsam.

... gefällt mir aufgrund des Quiz / Gewinnspiels.

... macht Lust darauf mit der Deutschen Bahn zu reisen.

... animiert mich, am Gewinnspiel teilzunehmen.

... hat meine Meinung über die Deutsche Bahn positiv beeinflusst.



Ein ähnliches Bild bei den BRIGITTE-Leser:innen

Bewertung | Top-2-Werte

Das Advertorial der DB Fernverkehr...

... ist verständlich.

... passt zur beworbenen Marke.

... ist informativ.

... ist glaubwürdig.

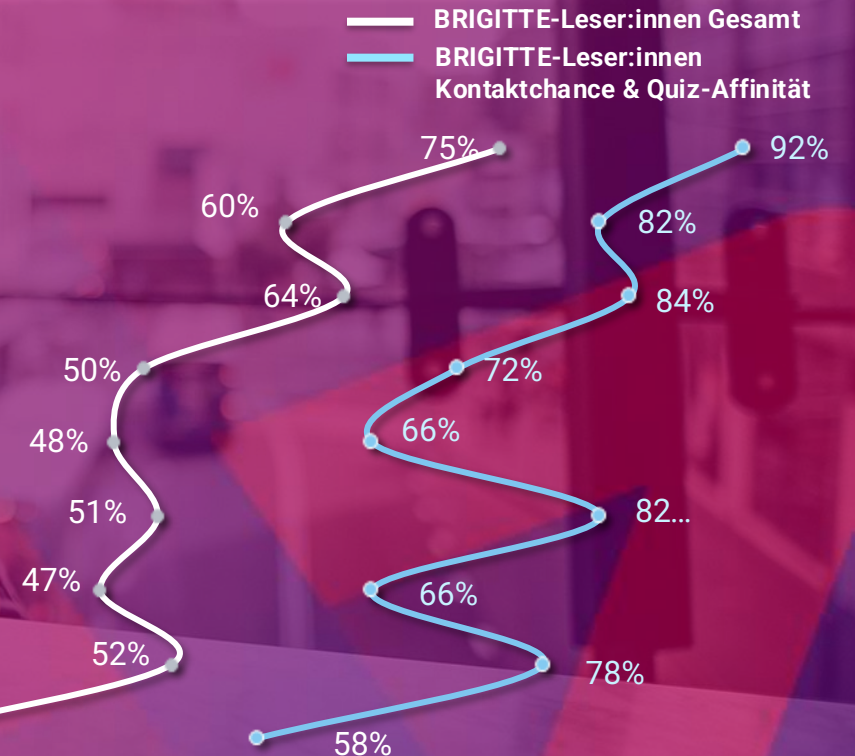
... ist unterhaltsam.

... gefällt mir aufgrund des Quiz / Gewinnspiels.

... macht Lust darauf mit der Deutschen Bahn zu reisen.

... animiert mich, am Gewinnspiel teilzunehmen.

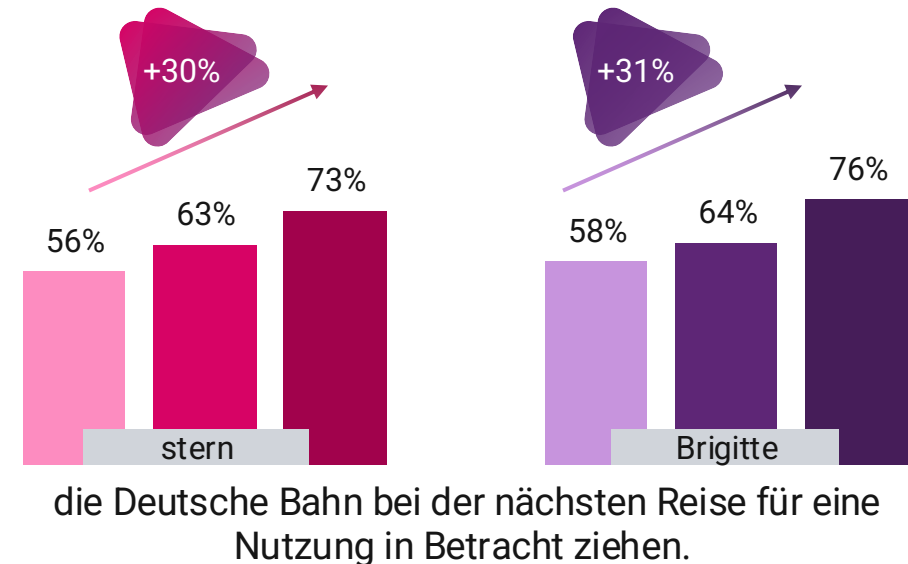
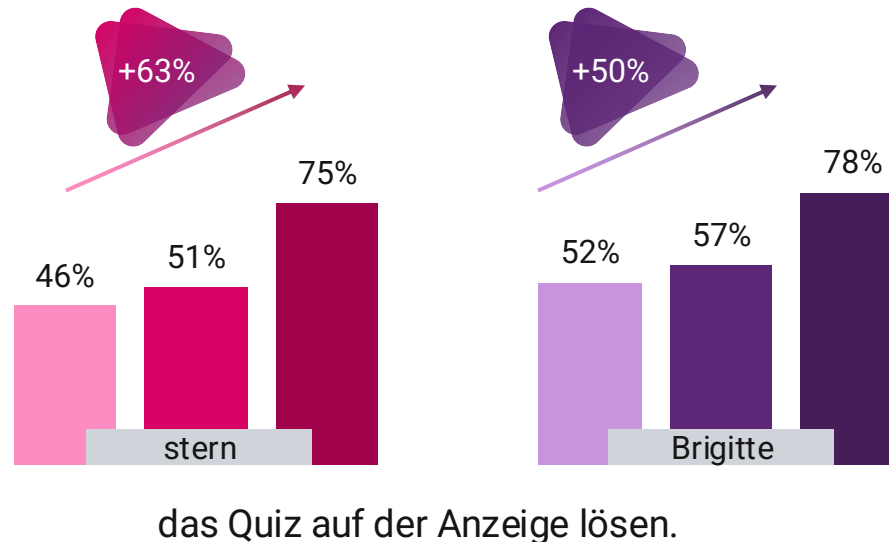
... hat meine **Meinung** über die Deutsche Bahn **positiv beeinflusst**.



Interaktion und Mindsetting

Aktivierung II, Top2-Werte

Ich werde ...



■ stern-Leser:innen Gesamt
■ Brigitte-Leser:innen Gesamt

■ stern-Leser:innen mit Kontaktchance
■ Brigitte-Leser:innen mit Kontaktchance

■ stern-Leser:innen Kontaktchance & Quiz-Affinität
■ Brigitte-Leser:innen Kontaktchance & Quiz-Affinität

Quelle: Ad Alliance | RTL Data CreaCheck Deutsche Bahn (2023) | Fragen: „Nachdem Sie die Anzeige gesehen haben: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in nächster Zeit folgendermaßen aktiv werden?“ (5er-Skala) | Basis: Total, stern-Leser:innen n=279, Brigitte-Leser:innen n=245; Mit Kontaktchance, stern-Leser:innen n=106, Brigitte-Leser:innen n=91; Mit Kontaktchance & Quiz-Affinität, stern-Leser:innen n=56, Brigitte-Leser:innen n=50

BEST CASE I One Pager

DB Fernverkehr AG

Komfortables Reisen 2023



Oktober 2023



Best Case

Komfortables Reisen mit der DB

Challenge

Kreativ in Interaktion mit der Zielgruppe treten und dabei die Vorteile und Services der DB für ein komfortables Reisen mit der Bahn vermitteln.

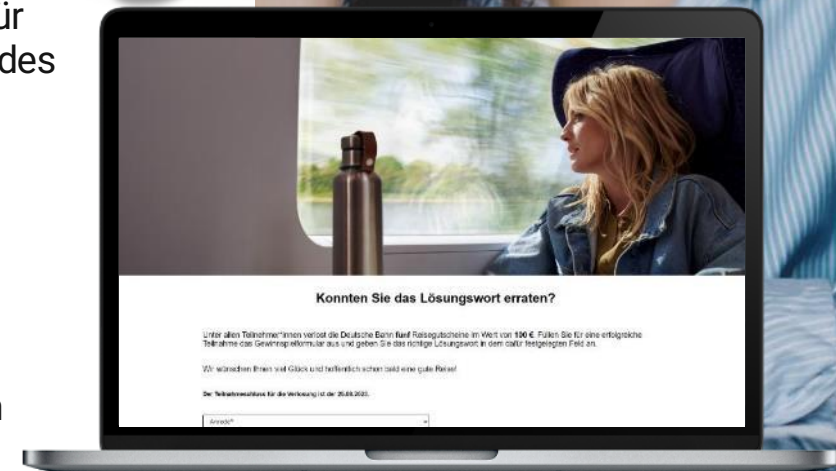
Solution

Für sieben Print-Magazine wurden unterschiedliche „**Wahr oder falsch**“ **Quiz-Advertorials** kreiert. Für diese 1/1-seitigen Rätseltorials wurde, zur jeweiligen Zeitschrift passend, ein individueller Reiseanlass integriert und mit einem DB Service verknüpft. Die Einordnung der Leser:innen, ob eine Aussage „Wahr“ oder „Falsch“ ist, ergab ein gesuchtes Lösungswort. Hierfür wurde eigens eine Registrierungsmicrosite erstellt (erreichbar über QR-Codes und Angabe der URL). Als zusätzlicher Anreiz verloste die DB 5 x € 100,- Reisegutscheine.

Success

Rund **8.300 Scans** der QR-Codes und knapp **9.500** ausgefüllte und eingereichte **Lösungswort-Registrierungen** zeigen den Erfolg der sehr anspruchsvollen „Wahr oder falsch“ Quizze. Über **68%** der Leser:innen mit Kontaktchance und Quiz-Affinität gaben in einer Befragung an, dass ihnen die Advertorials „**gut/sehr gut**“ gefielen.

Kreationsbeispiel



Registrierungsmicrosite



Kontakt

Andrea Weber

Sales Manager Client

Ad Alliance GmbH | Speicherstraße 53
60327 Frankfurt am Main

T +49 69 219338-113

M +49 170 4566952

andrea.weber@ad-alliance.de

Roland Saß

Print & Crossmedia Solutions

Ad Alliance GmbH | Am Baumwall 11
20459 Hamburg

M +49 1511 2608265

roland.sass@ad-alliance.de

Wichtige Hinweise



Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor,
die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.

© Ad Alliance GmbH | 2023



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.