

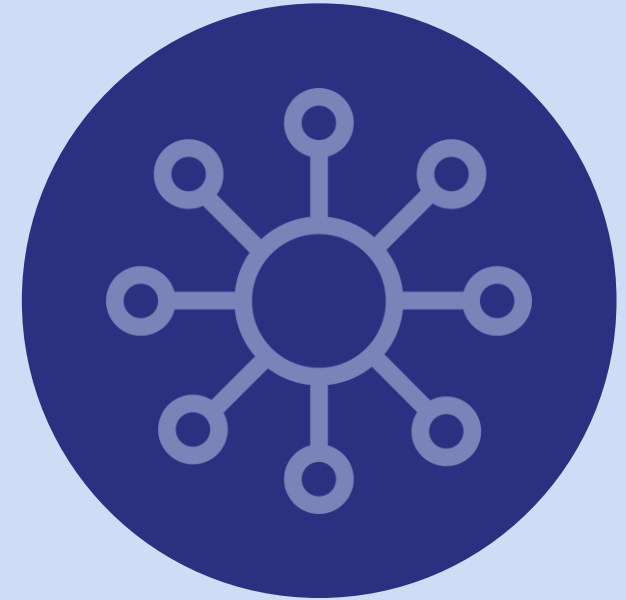
# Marketingkooperation Schweiz 2026



# Inhalt

1. Marktinformationen Schweiz
2. Einzelmaßnahme DZT-Kooperation mit Rheinalp/DB
3. Einzelmaßnahme Influencer-Reise mit Michaela Carrot
4. B2B Kampagne travelnews.ch

# 1 Marktinformationen



# Marktinformationen Schweiz



## Die wichtigsten Fakten

- 68% der Schweizer waren schon 4-Mal und häufiger in Deutschland
- Ausschlaggebend für eine Destination sind weniger bekannte Regionen/Orte und Reiseziele abseits der „ausgetretenen“ Pfade
- Brandenburg hat großes Potenzial als neue, bislang wenig bekannte Destination
- Schweizer geben pro Urlaubsreise 1.091 € bzw. 191 € pro Nacht aus
- 59% der Reisen nach Deutschland sind Urlaubsreisen
- Bei Anreise mit der Bahn ist Berlin ab Basel mit nur einem Umstieg erreichbar
- Positive Entwicklung im Flugsektor: ab Zürich gibt es 78 Flüge wöchentlich zum BER Berlin



Ausführliche Marktinformationen der DZT zum Markt Schweiz finden Sie [hier](#).



# **2 Crossmediale Bahnreisen- Kampagne mit Rheinalp (DB/SBB )**

## Kampagnenziel

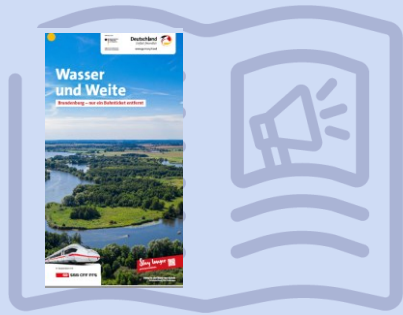
- reichweitenstarke Präsenz mit Fokus Online und Social Media, POS und DOOH in attraktiven, zielgruppenaffinen Umfeldern in der deutschsprachigen Schweiz
- Steigerung der Bekanntheit Brandenburgs
- Bewerbung von klimafreundlichem und nachhaltigem Reisen mit der Bahn

Termin:  
August bis  
Dezember

Fokus auf  
nachhaltigkeits-  
orientierte ZG

# Darstellung auf sbb.ch

brandenburg



**Crossmediale  
Kampagne in der  
deutschsprachigen und  
französischsprachigen  
Schweiz**



**Teaser auf der  
Kampagnenwebsite und  
eigene Unterseite zur  
umfangreichen  
Darstellung**



**Outlink auf [germany.travel](https://www.germany.travel)**



**Reichweitenstarke  
Sichtbarkeit DOOH,  
Online und Social Media**

# Beteiligung DZT-Bahnkampagne Rheinalp/DB

brandenburg

## Leistung

Integration Ihres Angebots in die Kampagnen-Landingpage [germany.travel](https://germany.travel) zum Thema „Urlaub am und auf dem Wasser“, Auswahl des Hauptbildmotivs erfolgt durch TMB

## Zeitraum

August bis November

## Partnerbeteiligung

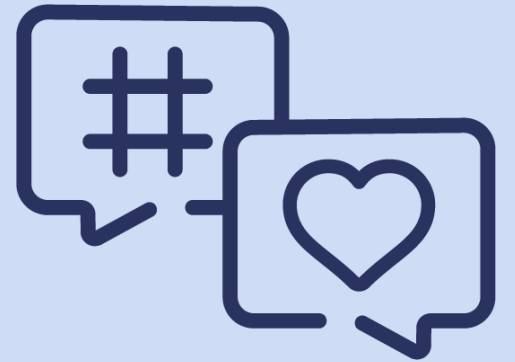
Ein Partner möglich (es gilt das Prinzip „First come, first served“)



**Kosten**  
**900 €**



# 3 Influencer-Reise mit Michaela Carrot



# Insights Michaela Carrots

brandenburg



Instagram

**439.480**  
Follower



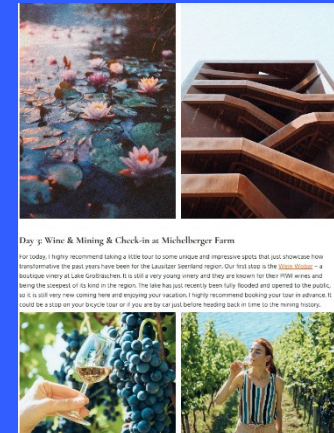
YouTube

**29.700**  
Abonennten



Facebook

**116.590**  
Follower



# Insights Michaela Carrot

- Hochwertiger Content: Fotos, Reels, Storys und Blogposts
- Gezielte Ansprache der Zielgruppe: Outdoor-, Sport- und Naturfans und hohe Affinität zu Abenteuer- und Erlebnisinhalten
- Authentisches Storytelling: Glaubwürdige Empfehlungen und inspirierende Inhalte

Zwischen Berlin und Dresden verborgen liegt eine der noch unterschätzten Reiseregionen Deutschlands: Brandenburg. Mit seinen ruhigen Seen, bewaldeten Pfaden, ökologischen Hotels und antiken Dörfern lädt diese Gegend dazu ein, den Rhythmus zu verlangsamen, tief durchzuatmen und wieder mit der Natur in Einklang zu kommen. Weg vom Großstadttrubel und hinein in ein Urlaubsparadies – das ist mein Eindruck von der Reise ins Lausitzer Seenland und in den Spreewald, beide Teil der wunderschönen [Region Brandenburg](#).

In dieser 4-tägigen Route nehme ich dich mit ins Herz des [Lausitzer Seenlands](#), Europas größte künstliche Seenlandschaft und weiter geht es zu den magischen Wasserwegen des [Spreewalds](#), einem UNESCO-Biosphärenreservat reich an sorbischer Kultur und wunderschöner Natur. Ob du Seen mit dem Rad erkundest, Kanäle durchpaddelst oder regionale Köstlichkeiten wie Spreewälder Gurken oder Lausitzer Fisch genießt – diese Reiseroute verbindet Slow Travel mit echtem Entdecken. Es gibt unzählige Aktivitäten für sportlich Aktive, aber auch wer Entspannung und Urlaubsfeeling sucht, kommt in Brandenburg voll auf seine Kosten.



# Beteiligungsangebot Influencer-Reise

## Leistungen Gesamtreise

- 3 Postings (Reels/Carousel)
- Ein Story-Highlight
- Ein Blogartikel
- Nutzung von Fotos für eigene Zwecke (ausgenommen SoMe)

## Zeitraum

Voraussichtlich Mai/Juni 2026

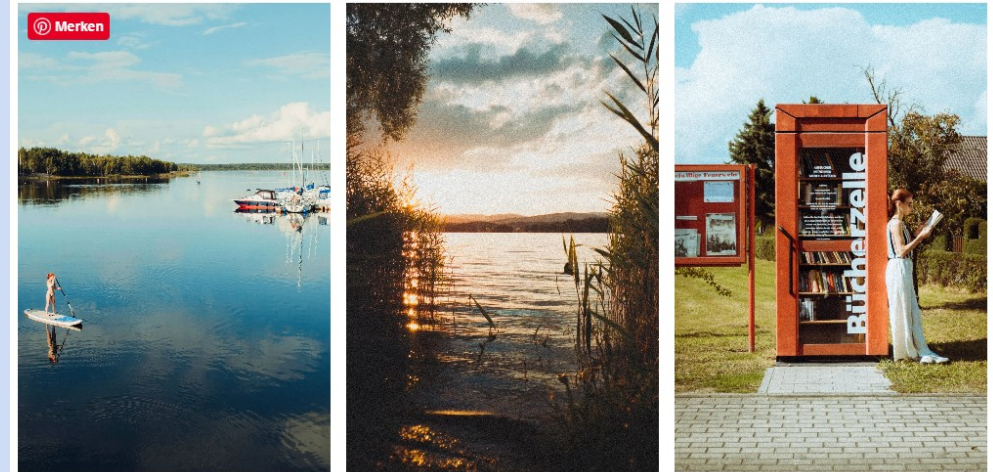


## Partnerbeteiligung

Zwei Partner sind möglich (es gilt das Prinzip „First come, first served“)

**Kosten 850 €**

brandenburg



## Beste Reisezeit für Brandenburg

Brandenburg ist ein Ziel für das ganze Jahr, aber die ideale Zeit liegt zwischen Ende Mai und Anfang Oktober, wenn die Temperaturen angenehm, Seen badetauglich sind und die Wälder in sattem Grün leuchten. Frühling und Herbst bieten zusätzliche Reize: Blütenpracht und Farbenpracht. Die Winterzeit ist Nebensaison, still und ruhig – doch an Tagen mit leichter Schneedecke oder gefrorenem See zeigt sich Brandenburg von seiner magischen Seite. Ideal für Wellness-Aufenthalte, denn viele Resorts bieten Sauna & Co an.

- **Sommermonate (Juni–August):** ideal zum Schwimmen, Radfahren, Wassersport & Open-Air-Events



# 4 B2B Kampagne travelnews.ch

# B2B Kampagne travelnews.ch

## Leistung

- Integration Ihres Beitrags in Advertorial und in Programmatic Ads

## Zeitraum

Nach Absprache



Kosten 700 €

brandenburg

The screenshot shows the TRAVELNEWS website interface. At the top, there's a navigation bar with the logo and links for NEWS, TRAVEL NEWS TALK, TRAVELNEWS TV, ENGLISH CORNER, EVENTS, and JOBS. Below the navigation bar, there's a section titled "HERE & THERE" featuring a large image of a motorboat on a lake with people swimming and a person on a paddleboard. Below the image, there's a caption in German. The main headline of the article is "Unvergessliche Tage auf dem Wasser – in Brandenburg". Below the headline, there's a short paragraph in German. At the bottom of the article, there are social media sharing icons for Twitter, Facebook, LinkedIn, and others.

TRAVELNEWS  
DAS NEWSPORTAL FÜR REISEN UND TOURISMUS

NEWS TRAVEL NEWS TALK TRAVELNEWS TV ENGLISH CORNER EVENTS JOBS

HERE & THERE

Heusbootferien für die ganze Familie – ohne Vorkenntnisse und ohne Bootführerschein! Bild: Holger Leue, Le Boot

**Unvergessliche Tage auf dem Wasser – in Brandenburg**

Die Region um Berlin bietet nicht nur eine Menge familienfreundlicher Ausflugsziele, sondern auch eine Vielfalt an Möglichkeiten, Aktivitäten zu verbringen. An Land und zu Wasser.

Twitter Facebook LinkedIn Email Print

# Aktionsplan 2026

Maßnahme	Zeitraum	Zielgruppe	Kosten
DZT-Kampagne mit Rheinalp/DB	Aug. bis Nov.	Endverbraucher	900 €
Influencer-Reise mit Michela Carrot	Mai oder Juni	Endverbraucher	850 €
B2B Kampagne travelnews.ch	Nach Absprache	Presse	700 €