

# 48HOURS

SPONTANE WOCHENENDTRIPS.  
LASS DICH VON UNS INSPIRIEREN.

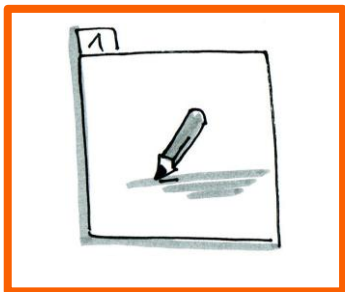
A person wearing a grey hoodie and a black beanie is seen from behind, sitting on a wooden ledge. They are wearing a black backpack and looking out over a vast, misty landscape with rolling hills and trees. The scene is overcast and atmospheric.

**START DISCOVERING GERMANY**

# 1. Das Konzept von 48HOURS

Das Prinzip:

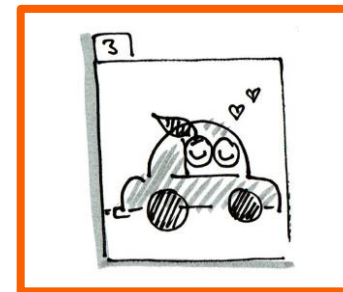
48HOURS\_DK: Die passende Idee für deinen Wochenendtrip



SAG UNS WIE DU  
GERNE VERREIST  
UND WAS DU MAGST



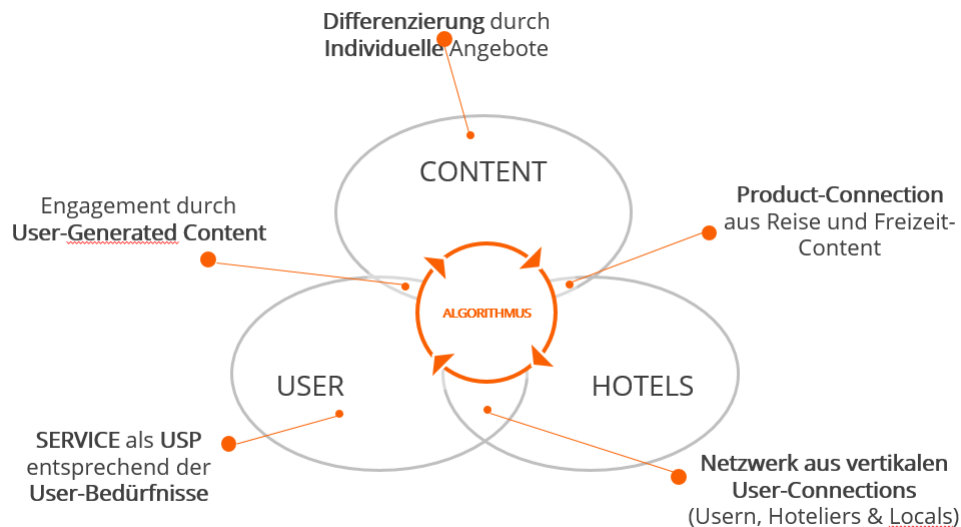
ERHALTE  
PASSENDE  
IDEEN UND  
ANGEBOTE



SACHEN PACKEN  
UND AB IN DEN  
URLAUB

Konzept & USP:

Curated-Shopping-Ansatz – für spontane Wochenendtrips



## 1. Das Konzept von 48HOURS

### Die Marke:

48HOURS in 3 Attributen beschrieben:

- Deutsche Reiseexperten
- Individuelle Angebote
- heimatverbunden

### Corporate Identity:

- Oranges Logo -> Social Media Kanäle/Feeds in orangen, blauen, grünen Farben gehalten
- Motivationsprüche, die Reiselust erwecken soll auf Bildern
- „verspieltere“ Schriftarten
- qualitativ hochwertige Bilder
- lockere und freundschaftliche Kommunikation nach außen
- Tonalität: Höflich, locker, jung, freundschaftlich, dänisch/englisch



## 2. Unser Zielland Dänemark

### Fakten:

- Gehört zu Skandinavien
- Hauptstadt: Kopenhagen
- Fläche: 42.930 km<sup>2</sup>
- Einwohnerzahl: 5,8 Mio.
- Währung: Dänische Krone, auch Euro möglich
- Amtssprache: Dänisch
- 80% der Bevölkerung spricht fließend englisch
- European Leader of Innovation
- Smartphone-Penetrationsrate von 77%
- World Happiness Report
- Hygge



### Gründe für die Marktbearbeitung Dänemark:

#### Erreichbarkeit

- Deutschland (vor allem nördliche Bundesländer) als beliebtes Reiseziel

#### Bedürfnisgerechtes Angebot

- Städtereisen sind bevorzugte Urlaubsarten bei Deutschlandbesuchen

#### Wachstumsmarkt Dänemark

- Hohe Wachstumsrate der Übernachtungen aus Dänemark in Deutschland

#### Weihnachtsmarkt & Shopping

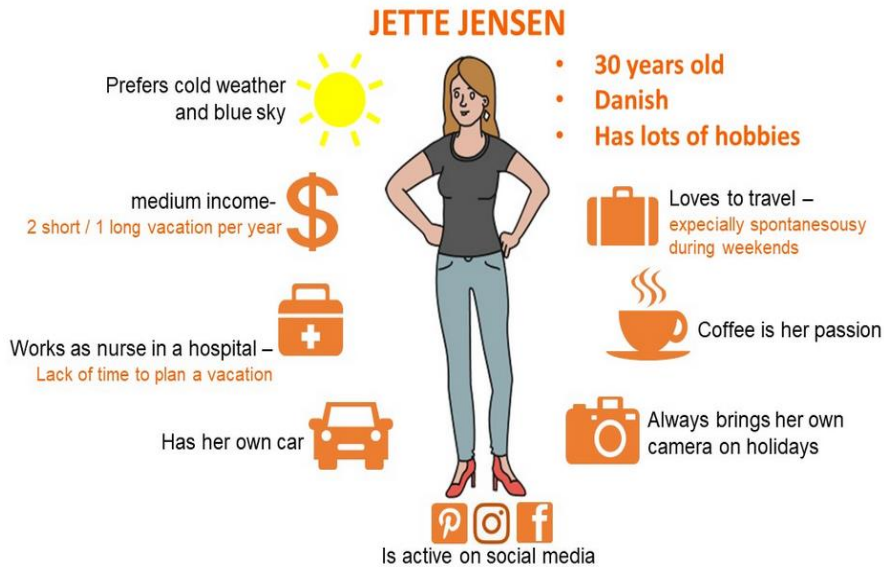
- Dänen lieben es *hyggelig* → Weihnachtsmärkte
- günstige Lebenshaltungskosten in DE ziehen Dänen zum shoppen an

#### Durchreise

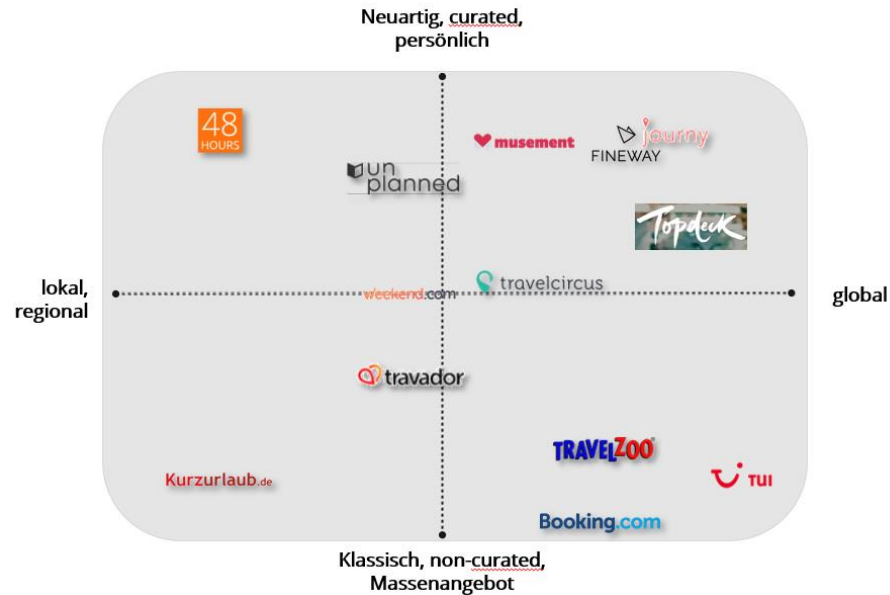
- Viele Dänen fahren mit Auto in Haupturlaub nach Südeuropa, 48HOURS bietet perfekten Zwischenstopp

## 2. Unser Zielland Dänemark

### Persona:



### Konkurrenzanalyse:



### Preisstrategie:

- Dynamische Preisstrategie – Penetrationsstrategie
- Tourispots und kulturelle Ausflüge (Eintrittspreise) sind in Dänemark teurer als in Deutschland
- Mit niedrigen Preisen in den Markt einsteigen, schrittweise erhöhen

### 3. Unsere Werbekampagne. Unsere Kanäle: Facebook, Instagram, Postkarten, Werbefilm und Landingpage

#### Social Media:



- Influencerwerbung -> Instagrammerin: Thedanishgirl
- Werbemittelkennzeichen: 48hours10
- Rabattaktion 10%
- Gewinnspiele zum Generieren von Follower
- Gleiche Hashtags benutzen



- Rabattaktion 10%
- Werbemittelkennzeichen: 48hoursFB
- Gewinnspiele zum Generieren von „Gefällt Mir“ – Lead-Generierung
- Gleiche Hashtags benutzen

#### Timing Social Media:

- Kontinuierlich
- angepasst an Insights
- Posts in der Mittagspause und ab 19 Uhr abends
- täglich, auch mehrmals
- Nutzer einbeziehen -> Fragen stellen
- Gewinnspiele

#### Timing Postkarten:

- Ganzjährlich ausgelegt
- Cafés, Restaurants, Bars, Anbieter für Freizeitaktivitäten und bei Partnerhotels
- Orte variieren je Jahreszeit
- Rabattcode als Zusatzmotivation

#### Timing Werbefilm:

- Digital Out-of-Home: über **Digital City Light Poster**
- **unter der Woche** nach Feierabend **ab 16/17 Uhr** an **Points of Wait** (UBahn, Bus, Zug, usw.)
- Am **Wochenende** -> Mittagszeit und Abends
- TV: **Unter der Woche** -> nach Feierabend ab 16/17 Uhr vor/während/nach beliebten dänischen Soaps
- **Am Wochenende** -> Samstag/Sonntags zur Frühstücks/Brunchzeit

### 3. Unsere Werbekampagne UX-Testing

Do you want to ...

- ... pack the suitcases with me?
- ... escape the everyday life with me?
- ... collect photo album moments with me?

Save 10 % on  
your next trip!



48-589HR

48  
HOURS

www.48hours.dk  
48HOURS.dk  
48hours.dk



Vorher



TRAVELLING -  
*it leaves you speechless,  
then turns you into a storyteller.*



LIFE  
*begins at the end of your comfort zone.*



WANDERLUST (n.) -  
*a strong desire or urge to travel and explore the world.*

Nachher

Do you want to ...

- ... pack the suitcases with me?
- ... escape the everyday life with me?
- ... collect photo album moments with me?

Save 10 % on  
your next trip!

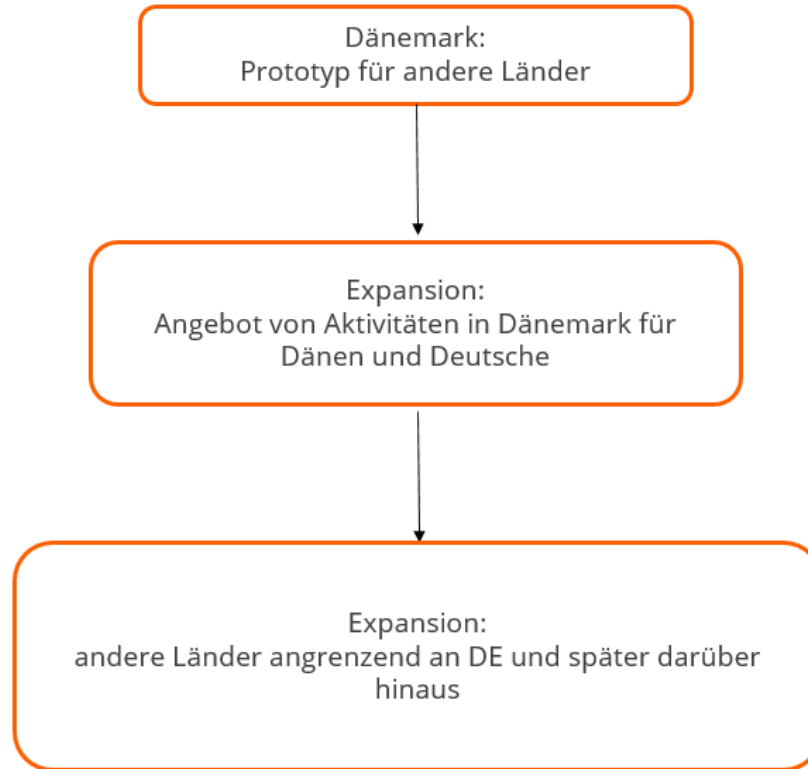


48-589HR



48  
HOURS










## 4. Strategische Ziele



- Trends (Digital out of home, gamification, (transmedia) story telling, Digitalisierung) im Dialogmarketing und Medienbranche verfolgen  
→ Events besuchen, um auf dem neusten Stand zu bleiben, Change Management



## 5. Evaluation und Zusammenfassung

<p>Schlüsselpartnerschaften </p> <p>Anbieter von Aktivitäten</p> <p>Hotels, Hostels, usw.</p> <p>Zahlungsanbieter</p>	<p>Schlüsselaktivitäten </p> <p>Kundenbetreuung</p> <p>Marketing</p> <p>Digitalisierung u. Pflege von Informationen</p> <hr/> <p>Schlüsselressourcen </p> <p>gut geschultes Personal</p> <p>Know-how im Bereich E-Commerce/Marketing</p> <p>Netzwerk, Kundenbeziehungen</p>	<p>Kundennutzen </p> <p>48HOURS bringt Spontanität und Tempo in die Planung der Wochenenden unserer Kunden</p> <p>spontan, einfach und schnell personalisierte Angebote für Kurztrips</p> <p>Intention getriebene Angebote</p> <p>48HOURS übernimmt Hotelauswahl, Recherche nach freien Kapazitäten, Recherche nach Aktivitäten</p> <p>Proaktives Zusenden von Angeboten</p> <p>Slogan: Start discovering Germany</p>	<p>Kundenbeziehungen </p> <p>spontan locker freundschaftlich langfristig</p> <hr/> <p>Vertriebskanäle </p> <p>Klassische Medien: Postkarte (Cafés, Universitäten, Lifestylezeitschriften, Bars, Aktivitätenanbieter, Hotels, usw.) Werbefilm</p> <p>Neue Medien: Social Media Landing Page</p>	<p>Zielgruppen </p> <p>B2C</p> <p>männlich und weiblich</p> <p>20-35 Jahre</p> <p>wenig Zeit ein Wochenendtrip zu planen</p> <p>viele Hobbys</p> <p>mag spontane Wochenendtrips</p> <p>Ziel: 2 kurzer und 1 langer Urlaub pro Jahr</p>
<p>Kostenstruktur </p> <p>Personal</p> <p>Entwicklung</p> <p>Marketing</p> <p>IT-Systeme</p>		<p>Erlösquellen </p> <p>transaktionsabhängig (Ware gegen Geld)</p> <p>Zahlarten:</p> <p>E-Wallet (mit der App MobilePay)</p> <p>Kartenzahlung (Kreditkartenzahlung mit Visa, Debitkarte „Dankort“)</p> <p>Skrill</p> <p>PayPal</p> <p>Auf Rechnung</p> <p>-&gt; Währung Krone, Zweitwährung Euro</p>		