Fact Sheet Smart Content Widget
Weihnachtsmärkte 2026

Hintergrund und Ziele

Seit vielen Jahren inspirieren die Weihnachtskampagnen der DZT ausländische Gäste zu Reisen nach Deutschland in der Vorweihnachtszeit. Sie liefern wertvolle Impulse für den Städte- und Kulturtourismus und sind ein wichtiges Segment im Incoming für das Reiseland Deutschland. Darüber hinaus sind die Kampagnen wertvolle Vermarktungsunterstützungen für Akteure vor Ort aus den Bereichen Beherbergung und Gastronomie, Handel, Tourismus und Kultur.

Erweitertes Angebot – Smart Content Widget

Mit dem neuen Smart Content Widget der DZT, das bereits international in der Kampagne Culinary Germany und Family & Friends in Nature im Einsatz ist, werden ab Anfang Oktober die ausländischen Gäste zu Weihnachtsbräuchen, Weihnachtsmärkten und passenden touristische Erlebnisse in Deutschland inspiriert.
Die Informationen für diesen KI-basierten Chatbot speisen sich aus kuratierten Texten, aus dem Wissen des eingesetzten Large Language Modell (LLM) und aus den Daten des Knowledge Graphen, die aus den offenen Daten der Landestourismusorganisationen stammen.

Ihre Vorteile

Durch die zielgruppenspezifische Ansprache in den acht Auslandsmärkten Frankreich, Italien, Niederlande, Österreich, Schweiz, Spanien, UK und USA profitieren auch kleinere und regionale Weihnachtsmärkte von einer internationalen Sichtbarkeit.

Die reichweitenstarke Vermarktung erfolgt über die internationalen Social-Media-Kanäle der DZT, Programmatic Advertising, die KI-Influencerin Emma als emotionale Erzählerin der Kampagne sowie über Newsletter und weitere digitale Kommunikationsmaßnahmen der DZT und ihrer Auslandsmärkte. Dadurch werden potenzielle Gäste entlang der gesamten Customer Journey inspiriert und gezielt erreicht.

Die Integration in die internationale Weihnachtskampagne bietet somit ein hohes Potenzial, die Bekanntheit auch weniger etablierter Weihnachtsmärkte zu steigern, neue internationale

Zielgruppen anzusprechen und zusätzliche Reiseanlässe für die Advents- und Weihnachtszeit in Deutschland zu schaffen.

Fakten aus der Weihnachtskampagne 2025

Erfolgskennzahlen

- ✓ 1.502.119 MICROSITE SEITENAUFRUFE
- ✓ 89,07 MIO. SOCIAL MEDIA IMPRESSIONS
- ✓ 13,12 MIO. KONTAKTE ÜBER PRESSE, PRINT, ONLINE, TV
- ✓ 286.193 NEWSLETTER KONTAKTE
- ✓ 83.82 MIO. PROGRAMMATIC ADVERTISING IMPRESSIONS

Presseaktivitäten

- ✓ 57 Weihnachts-Newsletter
- ✓ 13 Pressemitteilungen
- ✓ 26 Pressegespräche
- ✓ 10 Presse-Reisen
- ✓ Erzielte Reichweite über Veröffentlichungen in Zeitungen und Zeitschriften: 13.12 Mio.

Dabei sein ist ganz einfach!

Damit auch Ihr Weihnachtsmarkt (z.B. klassischer Weihnachtsmarkt, Mittelalterlicher Markt, Märkte auf Schlössern, Kunsthandwerks- und Gourmet-Weihnachtsmärkte etc.) und Ihre weihnachtlichen Events (z.B. Weihnachtszirkus, Weihnachtsbacken, Konzerte, Lichtshows, Adventssingen, Weihnachtswerkstätten für Kinder, Weihnachtsfestivals etc.) im Smart Content Widget der DZT zu finden sind, bedarf es nur wenig Aufwand.

- Ihr Weihnachtsmarkt und Weihnachtsevent sollte als „offener Datensatz“ (open-data) im Landeshub Ihrer LTO vorhanden sein und in den Knowledge Graph der DZT gepusht werden
- Der Name/Titel sollten eindeutig sein und Begriffe enthalten wie: „Weihnachtsmarkt“ oder „Adventsmarkt“ oder „Christkindlmarkt“ oder „Christkindlesmarkt“ oder

„Weihnachtskonzert“ oder „Adventssingen“ etc (z.B. Weihnachtsmarkt in Nikolausheim).

- Der Beschreibungstext sollte motivierend sein und nicht mehr als ca. 1.200 Zeichen (inkl. Leerzeichen) umfassen. Er kann zusätzlich Begriffe enthalten, die den Datensatz weiter spezifizieren wie beispielsweise „Mittelalterlicher Weihnachtsmarkt“, „Gospelkonzert“, „Weihnachtsmusik“, „Adventssingen“ etc.
- Eine Adressangabe, entweder durch Angabe von PLZ, Ort und Straße/Platz und/oder Geokoordinaten, in den dafür vorgesehenen Eingabefeldern ist notwendig.
- Angabe zur Dauer (Start- und Enddatum) und den Öffnungszeiten müssen in den dafür vorgesehenen Feldern hinterlegt sein.
- Ein Verweis auf die Webseite des Weihnachtsmarktes oder -events in dem dafür vorgesehenen Eingabefeld ist hilfreich und bietet dem Nutzer weitere Infos. Wenn keine eigene Webseite vorhanden ist, dann auf die zuständige Gemeindeseite oder das Tourismusbüro vor Ort verweisen.
- Nennung des Veranstalters, wenn möglich.
- Verwenden Sie lizenzfreie Bilder (CC0, CC-BY oder CC-BY-SA) auf denen nach Möglichkeit keine Gesichter erkannt werden können.
- Sollten Sie bei der Datenpflege die Option haben Keywords zu vergeben, dann wählen Sie bitte einen dieser Begriffe: **Weihnachtsmarkt** oder **Adventsmarkt** oder **Christkindlmarkt** oder **Christkindlesmarkt.**

Hinweis:

Ob Ihr Datensatz im Smart Content Widget angezeigt wird, hängt von der Suchanfrage des Nutzers ab und wie sich das LLM situativ entscheidet. Der Nutzer bekommt immer nur eine Auswahl an passenden Treffern aus der gesuchten Region angezeigt. Das Ausspielen der KG-Datensätze unterliegt keiner Regel und ist zufällig bedingt. Es kann daher nicht garantiert werden, dass jeder passende Datensatz auch tatsächlich ausgespielt wird.