

# China

## MARKETING ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum – Peking, Shanghai, Guangzhou, Chongqing, Chengdu, Hangzhou, Shenzhen, Hongkong
- Zielgruppe 1: 30–50 Jahre, mittleres bis hohes Bildungsniveau, mittleres bis hohes Einkommen
- Zielgruppe 2: 25–39 Jahre, Explorer, mittleres bis hohes Bildungsniveau, hohes Einkommen

## ZEITRÄUME

Zeiträume mit besonders hohem Reisepotenzial:  
Juli, August, Oktober

Ziel ist es, Werbe- und Marketingmaßnahmen unter Berücksichtigung des Buchungsverhaltens so zu setzen, dass in diesen Zeiträumen das vorhandene Gästepotenzial optimal ausgeschöpft werden kann.

## RELEVANTE WIEN ASSETS

Imperiales Erbe, Musik- & Kulturangebot, kulinarische Kultur, grünes Wien

## Besonderheiten des Marktes

- Buchungen finden überwiegend über Reisebüros statt
- Auslandsreisen finden oft im Gruppenverband statt, allerdings steigt der Anteil an FITs
- Rundreisen durch den Schengen-Raum mit mehreren Städteaufenthalten
- Langfristige Reiseentscheidung
- Visapflicht für den Schengen-Raum: seit Oktober 2015 werden biometrische Daten der VisawerberInnen eingeholt
- Hohe Pro-Kopf-Ausgaben für Shopping
- Hohe Markenaffinität
- Sehr musik- und kulturaffin
- Großes Interesse an lokalen Traditionen und authentischen Kulturerlebnissen
- Hohes Sicherheitsbedürfnis
- Hoher Serviceanspruch und Flexibilität sind gefragt
- Reisende informieren sich vorrangig über das Internet/Social Media und Mundpropaganda
- Reisen gilt als Statussymbol
- Werbemittel und Internetauftritt in chinesischer Sprache sind empfehlenswert
- Austrian Airlines betreibt mehrmals wöchentlich Direktverbindungen von/nach Peking und Shanghai. Hainan Airlines fliegt seit November 2018 mehrmals wöchentlich von/nach Shenzhen.

Quelle: Handbuch Märkte und Marktstrategien, Österreich Werbung 2017. Eigenrecherche.

## Die wichtigsten Online Travel Agencies

ctrip.com, elong.com, zuji.com, qunar.com, tuniu.com

## Die wichtigsten Kooperationspartner

Österreich Werbung, Austrian Airlines, Air China, Lufthansa, Bravo Tours, Caissa Touristik, CITS – China International Travel Service, CTS – China Travel Service, Diadema, ETI Holidays, GZL International Travel Service, HH Travel, Newwayer

## Geplante Aktionen 2019

### B2C

- Integrierte Kampagne (Kommunikationsspitze)
- Teilnahme an den Marktaktivitäten der Österreich Werbung
- Kooperation mit Austrian Airlines
- OTA-Kooperation (Ctrip)
- Suchmaschinenmarketing (Baidu)

### MEDIEN

- **NEU:** Medienaktivität zum Jahresthema 2020
- Pressegespräche in den wichtigsten Ballungszentren
- **NEU:** Multinationale Pressegruppe zum Jahresthema 2020
- **NEU:** Multinationale Influencer-Gruppe „Wien das Leben so spielt“
- Gruppenpressefahrt
- Individuelle Abwicklung von Medienprojekten
- Wien Presse Info
- Medienaktivitäten zur Kommunikationsspitze

### B2B

- **NEU:** B2B Veranstaltung zum Jahresthema 2020 (Herbst 2019)
- **NEU:** Einladung von Key Accounts nach Wien zum Jahresthema 2020 (Herbst 2019)
- Veranstalterkooperation zum Thema Luxus
- Teilnahme an der ILTM Asia Pacific in Singapur (27.–30. Mai 2019)
- Teilnahme an der Workshopserie der Österreich Werbung in in Guangzhou, Chengdu, Peking, Shanghai (16.–19. September 2019)
- Teilnahme an der Marktaktivität der Österreich Werbung „B2B. More than Mozart“
- Aktivitäten im Rahmen des „Air Service Development“
- Aktivitäten zum „Vienna Experts Club International“
- Luxus: Einladung von Gatekeepern zu Wien Veranstaltungen
- Teilnahme des Vienna Convention Bureau an der ITB Asia in Singapur (16.–18. Oktober 2019)
- **NEU:** Sales Trip des Vienna Convention Bureau in 4 Städte Chinas – gemeinsam mit Barcelona Convention Bureau (April 2019)