

# China

## MARKETING ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum – Peking, Shanghai, Guangzhou, Chongqing, Chengdu, Hangzhou, Shenzhen, Hongkong
- [Zielgruppen: Offene, Luxus, Business](#)

## ZEITRÄUME

Zeiträume mit besonders hohem Reisepotenzial:

Juli, August, Oktober

Ziel ist es, Werbe- und Marketingmaßnahmen unter Berücksichtigung des Buchungsverhaltens zu setzen und eine saisonale Entflechtung zu berücksichtigen.

## Geplante Aktivitäten 2020

### B2C

- Digital-Kampagne
- Kooperation mit Austrian Airlines

### MEDIEN

- **NEU:** Medienaktivität zum Jahresthema 2020
- Pressegespräche in den wichtigsten Ballungszentren
- **NEU:** Presse-Einladung zu Art Basel Hongkong (19.-21. März 2020)
- Individuelle Abwicklung von Medienprojekten
- Wien Presse Info
- Medienaktivitäten Zielgruppe Luxus

### B2B

- **NEU:** Aktivitäten im Rahmen des „Smart Air Service Development“
- **NEU:** Wien-exklusiv Roadshow in Chengdu, Shanghai, Shenzhen (30. März bis 3. April 2020)
- **NEU:** Einladung von Travel-Related Gatekeeper zu Art Basel Hongkong (19.-21. März 2020)
- **NEU:** Teilnahme an der CONNECTION. Dong Luxury Travel Collection (7.-11. April 2020)
- **NEU:** Sales Calls zur Akquise von Travel-Related Gatekeeper (Luxus)
- **NEU:** Einladung von Travel-Related Gatekeeper nach Wien (Luxus)
- Aktivitäten zum „Vienna Experts Club International“
- Veranstalterkooperation (Herbst 2020)
- **NEU:** Corporate Meeting Dinner in Shanghai und Shenzhen (31. März bis 2. April 2020)