

# Frankreich

## MARKETING ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum – Paris/Ile de France, Straßburg, Marseille, Nizza, Lyon, Toulouse, Bordeaux, Nantes
- [Zielgruppen: Offene, Performer, Luxus, Business](#)

## ZEITRÄUME

Zeiträume mit besonders hohem Reisepotenzial:

Mai, Juli, August, September

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

## Geplante Aktivitäten 2020

### B2C

- Integrierte Kampagne (Kommunikationsspitze)
- Kooperation mit Austrian Airlines
- Teilnahme an den Marktaktivitäten der Österreich Werbung
- OTA-Kooperation
- Suchmaschinenmarketing
- Video-Seeding
- Social Media Marketing

### MEDIEN

- Pressegespräche
- **NEU:** Multinationale Pressegruppe zum Jahresthema 2020
- **NEU:** Multinationale Pressegruppe zur Eröffnung von Albertina modern
- **NEU:** Multinationale Pressegruppe zur Neueröffnung des Sigmund-Freud-Museums
- Gruppenpressefahrt
- Individuelle Abwicklung von Medienprojekten
- Medienaktivitäten Zielgruppe Luxus
- Wien Presse Info

### B2B

- **NEU:** Aktivitäten im Rahmen des „Smart Air Service Development“
- **NEU:** Thematische B2B Veranstaltungen
- **NEU:** Einladung von Travel-Related Gatekeeper nach Wien (Luxus)
- Aktivitäten zum „Vienna Experts Club International“
- Teilnahme an der ILTM Cannes (Dezember 2020)
- Teilnahme des Vienna Convention Bureau an Pure Meetings & Events in Paris (12. März 2020)
- Teilnahme des Vienna Convention Bureau an Heavent Meetings in Cannes (20.–22. April 2020)
- Teilnahme des Vienna Convention Bureau am ICCA Destination Marketing Workshop mit Associations in Bordeaux (Juni 2020)
- Association Sales Calls des Vienna Convention Bureau