

# Japan

## MARKETING ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum – Tokio, Osaka
- Zielgruppen: Offene, Performer, LGBT

## ZEITRÄUME

Zeiträume mit besonders hohem Reisepotenzial:

März, August, September, 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
- Teilnahme an den Marktaktivitäten der Österreich Werbung
- Suchmaschinenmarketing
- Social Media Marketing

### MEDIEN

- Pressegespräch Tokio
- **NEU:** Multinationale Pressegruppe zur Neueröffnung des Sigmund-Freud-Museums
- **NEU:** Pressegruppe zum Jahresthema 2020
- Individuelle Abwicklung von Medienprojekten
- Wien Presse Info
- Presseaktivitäten LGBT

### B2B

- **NEU:** Aktivitäten im Rahmen des „Smart Air Service Development“
- **NEU:** Thematische B2B Veranstaltungen
- Aktivitäten zum „Vienna Experts Club International“
- Teilnahme am ÖW-Workshop in Tokio (27. März 2020)
- Teilnahme an der Tokyo Rainbow Pride (25.–26. April 2020)
- Einladung von LGBT Multiplikatoren in Tokio (Herbst 2020)