

Griechenland

1) MARKTSTRATEGIE

ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum – Athen, Thessaloniki
- Zielgruppe 1: 20–39 Jahre, hohes Bildungsniveau, mittleres bis hohes Einkommen
- Zielgruppe 2: 40–59 Jahre, hohes Bildungsniveau, mittleres bis hohes Einkommen

ZEITRÄUME

- Zeiträume mit besonders hohem Reisedpotenzial: Januar, Dezember

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 MARKENBAUSTEINE

- Imperiales Erbe, Musik- & Kulturangebot, Kultur des Genusses, Balance Stadt/Grünraum

2) BESONDERHEITEN DES MARKTES

- Wien hat in Griechenland ein besonders gutes Image
- Griechenland ist zur Zeit von Wirtschaftskrise sehr stark betroffen
- Urlaub bevorzugt im eigenen Land. Die Griechen, die ins Ausland reisen, reisen im Normalfall ein bis zwei Mal im Jahr. Am häufigsten reist die Altersgruppe zwischen 25 und 50 Jahren ins Ausland.
- reisen hauptsächlich in Gruppen nach Wien
- reisen gerne, um Festatmosphäre in Wien zu genießen – vor allem zu Weihnachten und Silvester
- Shoppingmöglichkeiten besonders wichtig
- Buchung meist sehr spät

Quellen:

ÖW Marktprofi kompakt Griechenland 2010
Wiener Gästebefragung (T-MonA) 2004–2009

3) DIE WICHTIGSTEN INTERNET-REISEPORTALE

- www.in.gr, www.travelforall.gr, www.airtickets.gr, www.travel.gr

4) DIE WICHTIGSTEN KOOPERATIONSPARTNER

- Austrian Airlines, Dion Tours, Aegan Airlines, Interaviation, Zygos Travel, Olympic Airways

5) GEPLANTE AKTIONEN 2011

B2C

- Kooperationskampagne mit Austrian Airlines
- Produktplatzierung mit Partnern aus Dienstleistungs- oder Konsumgüterindustrie
- Online Marketing: Image-Kampagne mit buchbarem Angebot (Oktober/November 2011)

MEDIEN

- Pressegruppenfahrt (Frühjahr/Herbst)
- Presseevent zu Klimt in Athen (Herbst 2011)
- Individuelle Abwicklung von Medienprojekten/Rechercheunterstützung
- Wien Presse Info (4x jährlich)

B2B

- Reisebüroschulungen (zur Optimierung von Programm-/Kataloggestaltung) in Athen und Thessaloniki
- Lifestyle-Event für Reiseveranstalter/-büros in Thessaloniki
- B2B-Newsletter (4x jährlich, elektronisch)
- Fachmedien-Advertorials
- Kooperationen mit Dion Tours und Interaviation