

Südkorea

1) MARKTSTRATEGIE

ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum - Seoul
- Zielgruppe 1: 20–29 Jahre, hohes Bildungsniveau, Young Travellers
- Zielgruppe 2: 30–45 Jahre, hohes Bildungsniveau, mittleres bis hohes Einkommen
- Zielgruppe 3: 55–65 Jahre, hohes Bildungsniveau, sehr hohes Einkommen, „Silver Ager“

ZEITRÄUME

Zeiträume mit besonders hohem Reisepotenzial: Juli, August, September, 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 MARKENBAUSTEINE

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

2) BESONDERHEITEN DES MARKTES

- Rundreisen durch Europa
- Langfristige Reiseentscheidung und Buchung
- Bevorzugte Unterkunft in niedrigen Kategorien: 34,9% in Jugendherbergen, 30,3% in 1*- bis 3*-Kategorie Hotels
- Starke Musik- und Kulturräffinität
- Starkes Sicherheitsbedürfnis
- Sehr technologieaffin (Smartphones, Tablets, Smartwatches, etc.). Neueste Technologien sind auf den Reisen mit dabei.
- Werbemittel und Internetauftritt in koreanischer Sprache empfehlenswert

Quelle: Marktrecherche WienTourismus 2014

3) DIE WICHTIGSTEN ONLINE TRAVEL AGENCIES

www.onlinetour.co.kr, www.expedia.co.kr,
www.webtour.co.kr, www.tourexpress.co.kr,
m.tour.interpark.com

4) DIE WICHTIGSTEN KOOPERATIONSPARTNER

Österreich Werbung, Austrian Airlines, Korean Air, HANA Tour, Hanjin Travel/KAL PAK, Interpark Tour, Lotte Tour, Tour Baksa, Mode Tour

5) GEPLANTE AKTIONEN 2015

B2C

- **NEU:** Integrierte Werbeaktion zum Thema Kaffeehauskultur

MEDIEN

- Gruppenpressefahrt
- Individuelle Abwicklung von Medienprojekten
- Pressegespräch im Rahmen der Werbeaktion Kaffeehauskultur in Seoul (April 2015)

B2B

- Vienna Experts Club International (VECI)
- **NEU:** B2B VA im Rahmen der Werbeaktion Kaffeehauskultur in Seoul (Mai 2015)
- Teilnahme am Business Seminar der Österreich Werbung in Seoul (August 2015)
- FamTrip