

# Türkei

## Marktstrategie

### MARKETING ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum – Istanbul, Bodrum
- Zielgruppe 1: 20–39 Jahre, hohes Bildungsniveau, mittleres bis hohes Einkommen
- Zielgruppe 2: 40–59 Jahre, hohes Bildungsniveau, mittleres bis hohes Einkommen
- Familien mit Kindern

### ZEITRÄUME

Zeiträume mit besonders hohem Reispotential: Juni, August, Oktober (Ramadan: 16. Mai–14. Juni 2018)

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

### RELEVANTE WIEN ASSETS

Imperiales Erbe, Musik- & Kulturangebot, kulinarische Kultur

## Besonderheiten des Marktes

- Bei den Urlaubsmotiven liegen Business-Reisen (37 %) vor Verwandtenbesuchen (23 %) und Erholung (17 %).
- Laut Visastelle des österr. Generalkonsulates sind ca. 50 % der Anträge touristischer Natur. 20–25 % sind geschäftlich (hierunter fallen aber auch Seminar-, Kongressbesucher, etc.) und der Rest Besuch Familie/FreundInnen und sonstiges.
- Informationsbeschaffung erfolgt durch das Internet, Printmedien sowie Reisebüros. Die Bedeutung des Internets für die Informationsbeschaffung steigt deutlich.
- Reisende brauchen für den Schengen-Raum ein Visum – die Abwicklung ist durch die landesweit tätigen Visa-Annahmecenter VFS für die AntragstellerInnen etwas einfacher geworden.
- Die Reisebuchung wird aufgrund der Visa-Situation oft in Reisebüros vorgenommen, da diese bei der Ausstellung Hilfe leisten; der Anteil an Reisenden, die ihr Visa ohne touristische PartnerInnen beantragen, liegt Schätzungen zufolge bei ca. 20 %.
- Aufgrund der Visumpflicht erfolgen die meisten Buchungen entgegen dem internationalen Trend bereits einen Monat oder länger vor Abreise.

Quellen: Branchenprofil WK Istanbul 2016

## Die wichtigsten Online Travel Agencies

bookinturkey.com, gezisitesi.com, tatil.com, tatilborsasi.com, tatilbudur.com, tatilsepeti.com, booking.com

## Die wichtigsten Kooperationspartner

Österreich Werbung, Turkish Airlines, Außenhandelscenter Istanbul, ETS Tour, Prontotour, Setur, TÜRSAB, Vip Turizm

## Geplante Aktionen 2018

### B2C

- Digital Marketing: Reiseportalkooperation
- Digital Marketing: Suchmaschinenmarketing mit englischen Keywords
- Digital Marketing: Content Marketing auf relevanten Zielgruppenportalen
- Digital Marketing: Video-Seeding Kampagne

### MEDIEN

- Pressegespräch in Istanbul
- Gruppenpressefahrt
- Individuelle Abwicklung von Medienprojekten
- Wien Presse Info

### B2B

- Aktivitäten zum „Vienna Experts Club International“
- Teilnahme am Workshop der Österreich Werbung (Mai 2018)
- Teilnahme des Vienna Convention Bureau an ACE of M.I.C.E. Exhibition Istanbul (21.–23. Februar 2018)