

Deutschland

MARKETING ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum – Berlin, Hamburg, München, Düsseldorf, Köln, Stuttgart, Frankfurt, Dresden, Leipzig, Nürnberg, Hannover, Würzburg, Essen
- Zielgruppe 1: 20–39 Jahre, mittleres und hohes Bildungsniveau, mittleres bis hohes Einkommen
- Zielgruppe 2: 40–59 Jahre, mittleres und hohes Bildungsniveau, mittleres bis hohes Einkommen
- LGBT

ZEITRÄUME

Zeiträume mit besonders hohem Reisepotenzial: Mai, August, September, Oktober, 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 WIEN ASSETS

Imperiales Erbe, Musik- & Kulturangebot, kulinarische Kultur, grünes Wien

Besonderheiten des Marktes

- 76% der Deutschen reisen mit dem PKW nach Österreich, gefolgt von einer Anreise per Bus und Bahn. Bei Kurzreisen nehmen rund 13% das Flugzeug und rund 13% die Bahn.
- 59% aller Deutschen buchen direkt bei der Unterkunft, 18% buchen über das Internet und lediglich 8% über das Reisebüro. 11% benötigen keine Information.
- Die Hauptinformationsquelle ist das Internet, gefolgt von Auskunft von Freunden und Bekannten.
- Die Deutschen verreisen hauptsächlich mit Ehemann/-frau, PartnerIn und den Kindern sowie mit FreundInnen und Bekannten.
- Reisen werden meist 1–4 Monate vor Reiseantritt gebucht, nur 14% entscheiden sich 4–6 Monate vor Reiseantritt bereits für eine Destination.

Quelle: Handbuch Märkte und Marktstrategien, Österreich Werbung 2017

Die wichtigsten Online Travel Agencies

hrs.de, expedia.de, lastminute.de, binoli.de, hotel.de, booking.com, opodo.de, reisen.de, tui.de, weg.de

Die wichtigsten Kooperationspartner

Austrian Airlines, Eurowings, DB, ÖBB, airtours, Ameropa, DER Touristik, Mondial, Thomas Cook/Neckermann, TUI

Geplante Aktionen 2019

B2C

- Integrierte Kampagne (Kommunikationsspitze)
- Kooperation mit Austrian Airlines
- Digitaler Adventskalender
- OTA-Kooperation
- LGBT-Kampagne
- Suchmaschinenmarketing, Suchmaschinenoptimierung
- Online Bewegtbild-Offensive inkl. 360° Videos und VR-Einsatz
- Content-Marketing-Kampagne

MEDIEN

- **NEU:** Medienaktivität zum Jahresthema 2020
- Redaktionstour Norddeutschland
- **NEU:** Multinationale Pressegruppe zum Jahresthema 2020
- **NEU:** Multinationale Influencer-Gruppe „Wien das Leben so spielt“
- Gruppenpressefahrt
- Individuelle Abwicklung von Medienprojekten
- Wien Presse Info
- Medienaktivitäten zur Kommunikationsspitze
- Medienaktivitäten LGBT
- Teilnahme an ITB Berlin (6.–10. März 2019)

B2B

- **NEU:** B2B Veranstaltung zum Jahresthema 2020 (Herbst 2019)
- **NEU:** Einladung von Key Accounts nach Wien zum Jahresthema 2020 (Herbst 2019)
- Teilnahme an ITB Berlin (6.–10. März 2019)
- Teilnahme an „Österreich unterm Regenbogen. 2019“
- Aktivitäten im Rahmen des „Air Service Development“
- Aktivitäten zum „Vienna Experts Club International“
- Luxus: Einladung von Gatekeepern zu Wien Veranstaltungen
- Special Interest Marketingaktion LGBT
- Kunden Event des Vienna Convention Bureau in München (September 2019)