

Großbritannien

MARKETING ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum – London, Manchester, Bristol, Edinburgh, Birmingham
- Zielgruppe 1: 20–39 Jahre, hohes Bildungsniveau, mittleres bis hohes Einkommen
- Zielgruppe 2: 40–59 Jahre, hohes Bildungsniveau, hohes Einkommen
- LGBT

ZEITRÄUME

Zeiträume mit besonders hohem Reisepotenzial: Mai, Juni, September, 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

- Internet ist die dominierende Informationsquelle, aber auch Empfehlungen von Bekannten/Verwandten, Reiseliteratur/Reiseführer, Prospekte & Broschüren von Reiseveranstaltern. Der britische Gast hat hohen Informationsbedarf.
- Britische Gäste entscheiden sich relativ früh für ihre Urlaubsdestination (länger als zwei Monate im Voraus)

Quelle: Handbuch Märkte und Marktstrategien, Österreich Werbung 2017

Die wichtigsten Online Travel Agencies

expedia.co.uk, opodo.co.uk, lastminute.com, booking.com, ebookers.com, firstchoice.co.uk, hotels.com, jet2holidays.com, mytravel.com, thomson.co.uk, thomascook.com, travelrepublic.co.uk, travelocity.com

Die wichtigsten Kooperationspartner

Österreich Werbung, Austrian Airlines, British Airways, easyJet, British Airways Holidays, Thomas Cook, Cox & Kings, Jet2Holidays, Jet2.com, Kirker Holidays, Martin Randall Travel, Sovereign Tourism

Geplante Aktionen 2019

B2C

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

MEDIEN

- **NEU:** Medienaktivität zum Jahresthema 2020
- Pressegespräch in London
- Redaktionstour
- **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

B2B

- **NEU:** B2B Veranstaltung zum Jahresthema 2020 (Herbst 2019)
- **NEU:** Einladung von Key Accounts nach Wien zum Jahresthema 2020 (Herbst 2019)
- Aktivitäten im Rahmen des „Air Service Development“
- Teilnahme an der ETOA City Fair in London (17. Juni 2019)
- Teilnahme am GEM Global European Marketplace in London (1. November 2019)
- Aktivitäten zum „Vienna Experts Club International“
- Luxus: Einladung von Gatekeepern zu Wien Veranstaltungen
- Special Interest Marketingaktion LGBT
- Teilnahme des Vienna Convention Bureau an The Meetings Space in Stockholm (7.–9. März 2019), Madrid (26.–28. September 2019)
- Einladung des Vienna Convention Bureau von Key Accounts (Corporate Event Agenturen) zu Studiengruppe nach Wien (Juli 2019)
- Kunden Event des Vienna Convention Bureau in London (28. November 2019)
- Sales Calls des Vienna Convention Bureau (1x pro Quartal)