

Japan

MARKETING ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum – Tokio, Osaka, Nagoya
- Zielgruppe 1: 20–29 Jahre, hohes Bildungsniveau, Young Travellers
- Zielgruppe 2: 40–65 Jahre, hohes Bildungsniveau, mittleres bis hohes Einkommen
- Zielgruppe 3: 60+ Jahre, hohes Bildungsniveau, „Silver Ager“
- LGBT

ZEITRÄUME

Zeiträume mit besonders hohem Reisepotenzial:

März, 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 WIEN ASSETS

Imperiales Erbe, Musik- & Kulturangebot, kulinarische Kultur, moderne, lebenswerte Metropole

Besonderheiten des Marktes

- Rund 2/3 der Wien-Gäste aus Japan buchen Multi-Destinationsurlaube
- Reiseentscheidung und Buchung ein bis drei Monate vor Reiseantritt
- „Silver Ager“ mit langer Aufenthaltsdauer und junge, unverheiratete Frauen sind interessante Zielgruppen für Wien
- Homosexualität ist in Japan ein Thema, das selten in der Öffentlichkeit diskutiert wird, der LGBT Reisemarkt wird aber als der drittgrößte weltweit angegeben
- Starke Musik- und Kulturräffinität
- Über die Hälfte der Wien-Gäste aus Japan bucht über Reisebüro oder Reiseveranstalter
- Vor Reiseantritt informieren sich JapanerInnen im Detail über die Angebote vor Ort (Reiseliteratur, Reiseführer, Internet)
- Hohes Sicherheitsbedürfnis
- Werbemittel und Internetauftritt sind in japanischer Sprache empfehlenswert.
- **NEU:** ab Frühjahr 2019 mehrmals wöchentlich Direktflugverbindungen von All Nippon Airways (ANA) von/nach Tokio

Quelle: Handbuch Märkte und Marktstrategien, Österreich Werbung 2017, TourismusMonitor Austria T-Mona 2011–2014, WTM

Die wichtigsten Online Travel Agencies

ab-road.net, airtrip.com, travel.rakuten.co.jp,
skygate.co.jp, tour.ne.jp, 4travel.jp

Die wichtigsten Kooperationspartner

Österreich Werbung, Austrian Airlines, Finnair, Turkish Airlines, ANA Sales, Club Tourism International, Hankyu Express International, Miki Tourist, H.I.S., Jalpak, JTB, Kinki Nippon Tourist, Nippon Travel Agency, Tabikobo, World Air Sea Service

Geplante Aktionen 2019

B2C

- Integrierte Kampagne „150 Jahre diplomatische Beziehungen Japan–Österreich“ (Kommunikationsspitze)
- Kooperation mit Austrian Airlines
- OTA-Kooperation
- Suchmaschinenmarketing

MEDIEN

- **NEU:** Medienaktivität zum Jahresthema 2020
- **NEU:** Medienaktivität „150 Jahre diplomatische Beziehungen Japan–Österreich“
- Redaktionstour Tokio
- Gruppenpressefahrt
- **NEU:** Multinationale Pressegruppe zum Jahresthema 2020
- **NEU:** Multinationale Influencer-Gruppe „Wien das Leben so spielt“
- Individuelle Abwicklung von Medienprojekten
- Wien Presse Info
- Presseaktivitäten zur Kommunikationsspitze
- Presseaktivitäten LGBT

B2B

- **NEU:** B2B Veranstaltung zum Jahresthema 2020 (Herbst 2019)
- **NEU:** Einladung von Key Accounts nach Wien zum Jahresthema 2020 (Herbst 2019)
- **NEU:** Wien Event „150 Jahre diplomatische Beziehungen Japan–Österreich“ (Frühjahr 2019)
- Teilnahme am Workshop der Österreich Werbung in Tokio (25. September 2019)
- Teilnahme an der Marktaktivität der Österreich Werbung „Sommer. Bucket List“
- Aktivitäten im Rahmen des „Air Service Development“
- Aktivitäten zum „Vienna Experts Club International“
- Special Interest Marketingaktion LGBT