

## WienTourismus 2010 mit 14 Mio. Euro in 24 Ländern aktiv

Wien (TP/OTS) - Mit seinem neuen Markenauftritt unter dem Slogan "Wien - jetzt oder nie" ist der WienTourismus heuer auf zwei Dutzend Märkten unterwegs und setzt dafür ein Marketingbudget von 14 Millionen Euro ein. Eine Kooperation mit Austrian Airlines, verstärkt den Auftritt in 12 Ländern und ermöglicht außerdem eine Fortsetzung der TV-Werbung auf CNN und Euronews. MusikliebhaberInnen werden mit den Mahler-Jahren 2010/11 angesprochen, die schwullesbische Zielgruppe mit dem Angebot edler Orte für "Verpartnerungen". Die direkt ans Reisepublikum gerichteten Maßnahmen werden ergänzt durch eine Fülle von Aktivitäten im verkaufsorientierten Business-to-Business-Bereich und in der internationalen Medienarbeit.\*\*\*\*

Rund 87 Euro der Wiener Gästenächtigungen stammen aus den 24 heuer vom WienTourismus aktiv bearbeiteten Märkten, zu denen neben europäischen Ländern auch die USA, Kanada, Brasilien und Australien sowie die Arabischen Länder in Asien, Japan, China und Indien zählen. "Unser dabei eingesetztes Marketing-Budget von insgesamt 14 Millionen Euro wird in beinahe der Hälfte dieser Länder noch verstärkt durch eine Kooperation mit Austrian Airlines", berichtete Tourismusdirektor Norbert Kettner, "die in mehrfacher Hinsicht bemerkenswert ist: Trotz des schwierigen Marktumfeldes war beiden Seiten stark an einer Fortsetzung unserer langjährigen strategischen Partnerschaft gelegen. Durch gegenseitiges Vertrauen, Verständnis und Flexibilität wurde auch unter den neuen Voraussetzungen ein Weg dafür gefunden. Und nicht nur das, die heurige Kooperation ist in der 15-jährigen Allianz von Austrian Airlines und WienTourismus die bisher umfangreichste, denn gemeinsam kommen wir auf ein Investitionsvolumen von 1,3 Millionen Euro. Ganz besonders freuen wir uns im WienTourismus darüber, dass wir dadurch auch heuer wieder TV-Spots schalten können, was ohne diese Partnerschaft schwer finanzierbar gewesen wäre."

Austrian Airlines Vorstand Dr. Andreas Bierwirth betonte dazu: "Wir freuen uns, dass wir die enge Zusammenarbeit mit dem WienTourismus auch in diesem Jahr fortführen. Viele Märkte werden von Austrian Airlines und WienTourismus ähnlich stark priorisiert. Gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ist es sinnvoll, die Kräfte zu bündeln, denn so können wir größere Erfolge erzielen. Der gemeinsame Werbeauftritt in vielen Märkten Europas steht im Einklang

mit der neuen Strategie von Austrian Airlines: Die aufkommensstarken Märkte Deutschland, Schweiz, Italien, Großbritannien, Rumänien und Spanien rücken stärker in den Mittelpunkt. Auf vielen Flügen in bedeutende Metropolen dieser Länder setzen Austrian Airlines größere Flugzeuge ein als früher und bieten attraktive Preise. Auch in Ländern außerhalb Europas gibt es gemeinsame Werbeaktivitäten, das betrifft vor allem Japan, die USA, Kanada, die Vereinigten Arabischen Emirate und auch Russland. Austrian Airlines verbinden Tokio, New York, Washington D.C., Toronto und Dubai mit bequemen Non-Stop-Flügen täglich und direkt mit Wien. In Russland fliegen Austrian Airlines die Städte Moskau, St. Petersburg, Krasnodar, Rostov und Sotschi an. In der Kooperation haben die beiden Partner Austrian Airlines und WienTourismus die Unternehmensstrategien in einem Interessensausgleich vereint. Die eingesetzten Mittel der Zusammenarbeit sind gleichmäßig aufgeteilt und werden von den Partnern je zur Hälfte getragen. Die Werbemaßnahmen umfassen TV-Spots, Print- und Außenwerbung sowie die bisher größte gemeinsame Online-Kampagne. Die Kunden buchen so kurzfristig wie nie zuvor, daher ist das Internet jenes Medium, mit dem Reisewünsche am schnellsten in Buchungen umgesetzt werden können."

TV-Spot für 155 Mio. Haushalte, Mahler für Musik-Fans, edle Orte für homosexuelle Verpartnerungen

Die mit Austrian Airlines gemeinsam geführte Kampagne verstärkt das Marketing des WienTourismus in den europäischen Ländern Deutschland, Schweiz, Italien, Großbritannien, Irland, Spanien, Russland und Rumänien sowie in den Überseemärkten USA, Kanada, Japan und Vereinigte Arabische Emirate. Die erwähnte Online-Kampagne wird darüber hinaus auch in weiteren Ländern wirksam, desgleichen der angesprochene TV-Spot. Er wird ab März auf CNN und Euronews geschaltet und an 155 Millionen Haushalte vorwiegend in Europa Afrika ausgestrahlt. Im Alleingang bzw. fallweise in Kooperation mit anderen Fluglinien sowie mit Reiseveranstaltern oder Partnern aus der Konsumgüterindustrie oder dem Dienstleistungssektor bearbeitet der WienTourismus zusätzlich zu den eingangs angeführten Überseemärkten noch Österreich, Frankreich, Benelux, Ungarn Tschechien, Polen, Griechenland und die Türkei.

Inhaltlich thematisiert das Marketing vor allem die fünf Kernbausteine der Marke Wien - imperiales Erbe, Musik und Kunst, Genuss, funktionstüchtige Metropole und Ausgewogenheit von Stadt und Grünraum. Weitergeführt werden die traditionellen Kampagnen "Wien,

Wein & Design" im Herbst und "Shop & Win" im Winter. Zusätzlich bieten Gustav Mahlers 150. Geburtstag (2010) und 110. Todestag (2011) Gelegenheit, die Musikstadt Wien erneut wirkungsvoll zu lancieren. Eine Kampagne für die schwullesbische Zielgruppe wird vor allem im Internet geführt, wobei die Entscheidung der Stadt Wien, homosexuellen Paaren das feierliche Schließen einer Partnerschaft an besonders attraktiven Orten zu ermöglichen, ein erstklassiges Werbeargument bietet: In Wien stehen AusländerInnen ebenso wie Einheimischen 40 solcher Orte für Hochzeiten, und nun auch für "Verpartnerungen" zur Verfügung, vom Schloss Schönbrunn über das Riesenrad bis zur Oldtimer-Tram.

Wien-Erlebnis für Top-Reiseveranstalter aus Japan, den USA, Kanada und Australien

Neben seinen Publikums-Kampagnen, die Insertion in auflagenstarken internationalen Medien, Außenwerbung in europäischen Metropolen und massive Online-Werbung in allen bearbeiteten Märkten sowie Produktplatzierungen in ausgewählten Märkten beinhaltet, setzt der WienTourismus auch heuer vielfältige Aktivitäten im Bereich Business to Business. Darunter fallen auch zwei besonders aufwändige Aktionen in Wien selbst: Zum Workshop "Japan meets Vienna" werden im Juni mit Unterstützung von Austrian Airlines und Lufthansa über 20 Top-ManagerInnen von japanischen Reiseveranstaltern eingeflogen. Beim "Austria. Destination Summit", zu dem die Österreich Werbung im November 60 RepräsentantInnen der wichtigsten Reiseveranstalter aus den USA, Kanada und Australien für eine Woche nach Österreich holt, fungiert der WienTourismus als Gastgeber für den 3-tägigen Aufenthalt in Wien.

Vienna Experts Club International für Spanien, Videos und Podcasts für internationale Medien

Der bereits mit großem Erfolg in Deutschland, der Schweiz, Italien, Frankreich und Rumänien etablierte "Vienna Experts Club International" wird heuer auf Spanien ausgeweitet. Der Club motiviert und schult MitarbeiterInnen von Reiseveranstaltern und -büros, indem er ihnen auf privaten Wien-Reisen Vergünstigungen bei Wiener Hotels, Sehenswürdigkeiten, Museen, Musikveranstaltungen, Gastronomiebetrieben etc. ermöglicht, die diese Aktion des WienTourismus zahlreich unterstützen. Im Rahmen seiner internationalen Medienarbeit veranstaltet der WienTourismus heuer 29 Pressekonferenzen, davon 18 in Europa und 11 in den USA, Japan, China

und Indien. Bei seinen elektronischen Pressediensten, mit denen er regelmäßig JournalistInnen in 13 Ländern (insgesamt über 8.400 EmpfängerInnen) mit aktuellen Informationen versorgt, inkludiert er ab sofort Videos bzw. Podcasts zu ausgewählten Themen. Das erste Video war bereits in der Jänner-Ausgabe enthalten und thematisierte Gustav Mahler. Unter anderem erzählen darin Staatsoperndirektor Ioan Holender und Mag.a Therese Gassner, Kuratorin des Staatsopernmuseums, über die Bedeutung des Komponisten für die internationale Musikgeschichte.

Rückfragehinweis:

PID-Rathauskorrespondenz:

[www.wien.at/vtx/vtx-rk-xlink/](http://www.wien.at/vtx/vtx-rk-xlink/)

Vera Schweder

WienTourismus

Telefon: 01 211 14-110

E-Mail: [schweder@wien.info](mailto:schweder@wien.info)

Mag. Robert Nürnberger

WienTourismus

Telefon: 01 211 14-111

E-Mail: [nuernberger@wien.info](mailto:nuernberger@wien.info)

Austrian Airlines

Mag. Martin Hehemann

Leiter Konzernkommunikation

Telefon: 01 51766-11231

E-Mail: [martin.hehemann@austrian.com](mailto:martin.hehemann@austrian.com)

Austrian Airlines

Ing. Mag. Michael Braun

Pressesprecher

Telefon: 01 51766-11231

E-Mail: [michael.braun@austrian.com](mailto:michael.braun@austrian.com)

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/5570>

\*\*\* TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT \*\*\*

TPT0007 2010-01-21/13:15

211315 Jän 10

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20100121\\_TPT0007](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20100121_TPT0007)