

WienTourismus im 2. Halbjahr 2014:

Utl.: mit 8,3 Mio. Euro Marketing-Budget in 23 Ländern unterwegs =

Wien (TP/OTS) - In 23 Ländern, 9 davon in Übersee, setzt der WienTourismus heuer noch ein Marketing-Budget von 8,3 Mio. Euro ein. Spektakuläre Aktionen im öffentlichen Raum von Metropolen, großflächige digitale Kampagnen, intensive Medienarbeit und facettenreiche Veranstaltungen für die Reisebranche stehen dabei auf dem Programm. Neben Wiens Highlights der zweiten Jahreshälfte wird auch schon das Ringstraßen-Jubiläum 2015 bei Reiseindustrie und Publikum nachdrücklich platziert. In Wien wird die Tourist-Info auf dem Albertinaplatz umgebaut und am Hauptbahnhof ein Info-Schalter eröffnet.

"Unser Marketingbudget für das zweite Halbjahr 2014 beträgt 8,3 Millionen Euro, und wir sind damit unter dem Motto 'Wien - jetzt oder nie' in 23 Ländern unterwegs", berichtete Tourismusdirektor Norbert Kettner bei der Halbjahresbilanz-Pressekonferenz des WienTourismus. "9 davon sind Übersee-Märkte", betonte er, "darunter selbstverständlich die etablierten Märkte USA, Kanada, Australien, Japan und China, das mittlerweile auch schon zu diesen zählt. Dazu kommen die Wachstumsmärkte im arabischen Raum sowie Brasilien, Indien und das seit Jahresbeginn neu aufgenommene Südkorea. In vielen Ländern verstärken Austrian Airlines als strategischer Partner unseren Einsatz. Bei unseren Aktivitäten tragen wir dem Umstand Rechnung, dass das digitale Marketing heute gegenüber dem konventionellen international schon auf der Überholspur ist. Deshalb sind wir auch sehr darauf bedacht, dabei technologisch 'state of the art' zu bieten. So optimieren wir beispielsweise gerade alle unsere Websites mit 'responsive design' für sämtliche mobile Endgeräte. Kreativität und Unterhaltungswert unserer digitalen Kampagnen sind, wie uns häufig - auch durch Auszeichnungen mit namhaften Preisen - bestätigt wird, eine Stärke unseres Hauses, doch um sie zu entfalten, bedarf es der entsprechenden Technologie, bei der ständig nachzurüsten ist."

Auch die Auftritte des WienTourismus in den Social Media des werden bestens angenommen, wie Kettner hervorhebt: "Nicht ohne Stolz", so der Tourismusdirektor, "darf ich hiermit verkünden, dass die Anzahl unserer Facebook Fans dieser Tage die Grenze von einer

halben Million knackt. Am Freitag waren es jedenfalls genau 499.190. Als sehr effizient erwiesen hat sich auch unsere Strategie, die Aufmerksamkeit des Publikums, die man heute mit klassischer Werbung kaum noch erreicht, mit innovativen Maßnahmen auf Wien zu lenken: Unsere spektakulären Aktionen im öffentlichen Raum von Metropolen samt flankierendem Einsatz aller digitalen Kanäle funktionieren bestens und werden auch von den Medien im Veranstaltungsland umfangreich aufgegriffen. In acht Städten werden wir heuer noch solche Auftritte inszenieren."

Zwtl.: Wien-Inszenierungen von Bregenz bis Graz und von Moskau bis New York

Eines der erwähnten Großprojekte ist die "Vollpension Wien", die in Kooperation mit den Designern Gebrüder Stitch (hauptberuflich fertigen sie in Wien Jeans nach Maß) zu gut gewählten Zeitpunkten (behördliche Genehmigungen für diese vorausgesetzt) mehrtägige "Gastspiele" in vier österreichischen Städten geben wird: in Bregenz während des Hafenfestes, in Linz beim Ars Electronica Festival und in Graz beim Festival "Steirischer Herbst", sowie in Salzburg (derzeit noch ohne Terminisierung). Überall dort wird das "Vollpension-Wien-Mobil" parken, darin werden Wiener Mehlspeisen gebacken, die samt Getränken in einem davor aufgebauten "Schanigarten" verkauft werden. Das Personal besteht aus einer Mehlspeisenköchin (vor ihrer Pensionierung Zimmermädchen in den Hotels Imperial und Savoy), einem ehemaligen Schauspieler als Ober, einer jungen Kellnerin und einem Kellner. Sie alle werden den Gästen Geschichten von ihren Lieblingsplätzen in Wien erzählen und Geheimtipps (auch Mehlspeisen-Rezepte) verraten. Zusätzlich werden auf Screens im Schanigarten Filme von Wien-Spaziergängen der vier ProtagonistInnen gezeigt, und gratis spezielle Stadtpläne mit den vier Routen verteilt sowie Postkarten mit Wiener Impressionen, eigens in verschiedenen Stilen produziert - von ganz altmodisch-historisch bis zu hip à la Instagram.

In Moskau dient das vom Lifestyle-Magazin "Seasons" im Eremitage-Park veranstaltete Herbst-Genuss-Festival als Plattform. Der WienTourismus wird dazu in Kooperation mit der Firma Meinl ein Wiener Open-Air-Kaffeehaus beisteuern, samt den typischen Spezialitäten und live gespielter, wienerischer Klaviermusik. Schauplätze weiterer Groß-Events, deren Details gerade ausgearbeitet werden: New York, wo das Thema "150 Jahre Ringstraße" im Mittelpunkt stehen wird, Rom mit Fokus auf den Advent in Wien und Paris mit einem

kulturellem Schwerpunkt. Fixer Bestandteil all dieser Auftritte ist die Verteilung von Flyern mit Wien-Informationen und -Packages von großen lokalen Reiseveranstaltern.

Zwtl.: Medienarbeit vom "Wiener Salon" bis zum "speed dating" mit JournalistInnen

Das Medienmanagement des WienTourismus hält heuer noch 16 Pressekonferenzen in 10 europäischen Städten sowie in New York, Los Angeles, San Francisco, Sydney, Shanghai und Hongkong ab. 11 davon gemeinsam mit dem Marktmanagement im Rahmen jener "Wiener Salons", mit denen nicht nur Medien, sondern auch Top-ManagerInnen aus der Reisebranche auf das Ringstraßen-Jubiläum 2015 eingestimmt werden: Elegante Events an passenden Locations, mit Möblierung und Dekoration im Stil der Ringstraßen-Epoche und einer Kunst-Darbietung. Diese ist zumeist eine Literaturlesung, bei der AutorInnen aus den von ihnen verfassten Beiträgen zum vom WienTourismus herausgegeben Buch "1865, 2015. 150 Jahre Wiener Ringstraße" vortragen. Es enthält sehr persönlich gehaltene Essays zur Ringstraße von 13 prominenten SchriftstellerInnen, HistorikerInnen und KunsthistorikerInnen aus 12 Ländern in deren Landessprache und auf Deutsch. Bei den Salons in London, Madrid und Paris, wo die landesspezifischen AutorInnen zeitlich nicht verfügbar sind, gibt es statt dessen eine vom Künstler Luis Casanova Sorolla kreierte Performance, bei der SolotänzerInnen der Wiener Staatsoper auf mit farbigem Pigment bestreutem Papier durch ihre Tanzschritte ein "Gemälde" entstehen lassen. Für Paris konnte zudem Staatsoperndirektor Dominique Meyer als Key-Note-Speaker gewonnen werden.

Bei den anderen Medien-Events werden neben dem Ringstraßen-Jubiläum noch weitere Highlights präsentiert, mit denen Wien heuer und 2015 aufwartet, und in Moskau werden die wichtigsten Medien per "Hausbesuch" direkt in ihren Redaktionen informiert. Nicht entgehen lässt sich der WienTourismus auch die in New York und Los Angeles stattfindenden Veranstaltungen unter dem Titel "Visit Europe Media Exchange": Bis zu 300 US-JournalistInnen geben sich dabei "speed datings" mit PR-Leuten europäischer Destinationen, um Neues und Interessantes über diese zu erfahren.

Zwtl.: Marktbearbeitung vor Ort - von Singapur bis Sao Paulo

Den MitarbeiterInnen im Marktmanagement des WienTourismus fällt nicht nur die Hauptrolle bei der Organisation und Durchführung der

"Wiener Salons" zu, sie repräsentieren Wien auch auf den Messen ITB Asien/Singapur und WTM/London. Außerdem halten sie insgesamt 13 Workshops für die Reisebranche ab - in Russland, Großbritannien, der Türkei, den USA, Japan, China, Südkorea und Brasilien. In letzterem Markt gibt es zusätzlich zwei gemeinsame Auftritte mit der Berliner Tourismusorganisation "visit Berlin": Zur Bewerbung des heurigen Advents und des kommenden Jahres in beiden Städten werden rund 100 VertreterInnen der Reisebranche und EntscheidungsträgerInnen von Lufthansa in ein angesagtes Viertel von Sao Paulo eingeladen, wo sie ein eigens errichtetes kleines "Weihnachtdorf" mit Wiener und Berliner Ständen erwartet. Dort werden ihnen die Destinations-Informationen zusammen mit kulinarischen Spezialitäten aus beiden Städten serviert. Der zweite Auftritt, ebenfalls in Sao Paulo, gilt den Zielgruppen Schwule und Lesben: In Zusammenarbeit mit dem auf dieses Segment spezialisierten Reiseveranstalter Associacao Brasileira de Turismo GLS wird ein Workshop für dessen Mitglieder abgehalten sowie eine Networking-Veranstaltung für im brasilianischen Gay-&-Lesbian-Tourismus aktive Branchen- und MedienvertreterInnen. Begleitet wird die Aktion mit einer einschlägigen Publikumskampagne, die sowohl online als auch über die Social Media geführt wird.

Neben weiteren Auslandsauftritten ist das Marktmanagement auch Gastgeber für über 200 deutsche Reisebüro-AgentInnen, die zum DERTOUR Städtefestival nach Wien kommen, und denen die Highlights der Stadt 2014/2015 präsentiert werden. Weiters beteiligt es sich am Austria Destination Summit der Österreich Werbung, bei dem rund 60 ausgewählte ReisebürovertreterInnen aus den USA, Kanada und Australien nach Wien reisen, um hier einen Workshop samt Besichtigungsprogramm zu absolvieren.

Zwtl.: Digitale Kampagnen vom Adventskalender bis zum "Persönlichkeitswandel" im Ringstraßen-Stil

Digital werden nicht nur die großen Auftritte im öffentlichen Raum umfangreich begleitet, sondern auch eigenständige Kampagnen geführt. Eine davon ist der im Vorjahr auf der deutschen und englischen Website ungemein erfolgreiche Adventskalender, der heuer auch auf der italienischen, spanischen und französischen Version eingesetzt wird. Diesmal mit der Schneeflocke "Snowie" als Hauptdarstellerin, die an jeden Adventtag auf einen anderen attraktiven Ort in Wien niederschweben wird. Ein weiteres Beispiel greift für alle deutsch- und englischsprachigen Märkte das Ringstraßen-Thema auf. UserInnen können sich dabei aussuchen, wer sie in der Ringstraßen-Epoche

gewesen wären, sich dann mit dem gewählten Beruf - vom Kutscher bis zum Zeremonienmeister - in dazu passenden alten Ansichten von Wien als Person von "anno dazumal" darstellen und ihren "Persönlichkeitswandel" mit Facebook-Freunden teilen. Zusätzlich wird in 18 Ländern Suchmaschinen-Marketing betrieben.

Zwtl.: Innovation aus Wien mit Tragweite: mobiler Hotspot für Reisende - ab sofort erhältlich

Eine brandneue Technologie, entwickelt vom Wiener Start-Up-Unternehmen FLINK macht Reisende ab sofort unabhängig vom W-LAN-Angebot ihres Reiseziels: Mit dem mobilen "FLINK Hotspot" lässt sich der persönliche Internetzugang nämlich in die Tasche stecken. Die Hotspots funktionieren in ganz Österreich, sind aber zur Zeit ausschließlich in Wien erhältlich. Die Handhabung ist ganz einfach: Man bucht das kleine praktische Ding online unter www.getflink.com und gibt die Hotel- oder Privatadresse in Wien an. Der mobile Hotspot wird am Ankunftstag bis acht Uhr Früh zugestellt und kann dann sofort mit insgesamt bis zu 10 Smartphones, Tablets oder Laptops gleichzeitig verbunden werden (somit auch für Reisegruppen ideal). Vor der Abreise wird das Gerät ins mitgelieferte Rücksendekувert gesteckt und entweder an der Hotelrezeption abgegeben oder irgendwo in Österreich in einen Postkasten geworfen. Es fallen keine Roaminggebühren an, es gibt kein Datenlimit, bezahlt wird auch nicht nach Datenverbrauch, sondern nur die Miete, und diese ist erschwinglich: Z.B. für 1 Tag 15 Euro pro Gerät, 35 Euro für 3 Tage, Zustellungs- und Rücksende-kosten sind hier bereits inkludiert; die maximale Mietdauer beträgt 14 Tage. Der WienTourismus ist überzeugt von dem internationalen Potenzial dieser Wiener Innovation und wird die "FLINK Hotspots" ab der Neueröffnung seiner Tourist-Info am Albertinaplatz dort auch anbieten. In ausgewählten Wiener Hotels werden sie ab August erhältlich sein. Standorte in Salzburg und Innsbruck sollen bald folgen. Nächstes Ziel der FLINK GmbH ist ein flächendeckendes Angebot in Österreich, danach der Einstieg in den internationalen Markt. Dem Ideenreichtum des jungen Unternehmens verdankt Wien jedenfalls eine weitere Bestätigung seiner kreativen Kapazität als "Smart City".

Zwtl.: Weltweite Kongress-Akquisition und Wiener Tourismuskonferenz 2014

Das Vienna Convention Bureau des WienTourismus präsentiert die Kongressdestination Wien heuer noch bei 4 großen Fachmessen in

London, Barcelona, Las Vegas und Peking sowie bei Fach-Workshops für die Kongress-Reisebranche in 15 Städten, 4 davon in Indien. Auf seinem Einsatzplan stehen außerdem Branchennetzwerk-Events in Brüssel, London, Mailand und Rom.

Zur Wiener Tourismuskonferenz 2014 lädt der WienTourismus gemeinsam mit der Stadt Wien und der Wiener Tourismuswirtschaft am 7. Oktober in die Halle E des MuseumsQuartiers. Im Mittelpunkt steht diesmal die Präsentation der "Wiener Tourismusstrategie 2020 - Global.Smart.Premium". Rechtzeitig dazu erscheint auch das "Wien-Journal 2015" in 7 Sprachen (Deutsch, Englisch, Italienisch, Französisch, Spanisch, Japanisch, Russisch; Gesamtauflage 300.000 Stück). Auf Deutsch und Englisch gibt es das Journal auch als Version für das iPad, auf die immer stärker zugegriffen wird: Die Ausgabe 2014 hatte bisher rund 10.000 Unique Users.

Zwtl.: Tourist-Info am Albertinaplatz wird erneuert, Info-Schalter am Hauptbahnhof eröffnet

Ab kommendem Mittwoch (23.7.) verrückt die Wiener Tourist-Info am Albertinaplatz um ein Stück: Das Lokal wird komplett "runderneuert", deshalb findet der Info-Betrieb in einem gleich nebenan gelegenen Ausweichquartier statt. Dieses kann sich sehen lassen, denn hier wurde "aus der Not eine Tugend" gemacht: Es ist ein in Gold gehaltener Container, dessen Design einen eleganten Blickfang abgibt. Der Service für die Gäste bleibt in vollem Umfang erhalten. Im Herbst wird wieder ins angestammte Lokal über-siedelt, das dann statt des goldenen Containers "in neuem Glanz erstrahlen" wird. Dessen Gestaltung stammt von Delugan Meissl Associated Architects (DMAA), die den ausgeschriebenen, geladenen Wettbewerb, gleitet von Kuratorin, Architektur- und Designjournalistin Lilli Hollein, unter sechs Wiener Architekturbüros für sich entschieden haben.

Eine neue Info-Stelle für Wien-BesucherInnen eröffnet der WienTourismus am 10. Oktober am Hauptbahnhof. Für seinen Schalter hat er im Info-Point der ÖBB ca. 20 m2 angemietet. Im Erdgeschoß gelegen, ist das auch eine ideale Anlaufstelle für die Gäste der in der Nähe des Hauptbahnhofs situierten Hotels, und sie wird die gleichen Services bieten wie die Tourist-Info am Albertinaplatz.

~

Rückfragehinweis:

Vera Schweder

Tel. +43 - 1 - 211 14-110

Vera.Schweder@wien.info

Walter Straßer

Tel. +43 - 1 - 211 14-111

Walter.Strasser@wien.info

~

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

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

TPT0004 2014-07-21/12:40

211240 Jul 14

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20140721_TPT0004