

Australien

MARKETING ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum – Sydney, Melbourne, Brisbane
- 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, Juli, 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

- AustralierInnen gelten als ReisefanatikerInnen. Jede sechste Auslandsreise führt nach Europa.
- Ein Großteil der australischen Europareisenden möchte Neues entdecken, intellektuell angeregt werden, den Horizont erweitern.
- Aufgrund der Distanz planen AustralierInnen eine Europareise bis zu 12 Monate im Voraus.
- AustralierInnen wollen auf ihrer Europareise das erleben, was sie nicht im eigenen Land haben: Kultur, historische Bauten, gelebte Tradition.
- Es gibt hohe Ansprüche bezüglich Service, Komfort und Gastronomie.
- Das Reisebüro punktet vor allem bei komplexen Reiserouten, Ferndestinationen (wie Europa) oder im Luxusreisesegment. Gerade bei Auslandsreisen wird noch häufig ein Mix von Reisebüro und Internet verwendet.
- Urlaubsinteresse: Städtereisen (Musik und Kultur) Donaukreuzfahrten

Quelle: Marktprofi Kompakt Australien, Österreich Werbung 2017

Die wichtigsten Online Travel Agencies

expedia.com.au, lastminute.com.au, hotels.com, webjet.com.au, wotif.com, edreams.com.au, qantas.com.au, agoda.com.au, booking.com

Die wichtigsten Kooperationspartner

Österreich Werbung, Austrian Airlines, Lufthansa, Emirates Airlines, Beyond Travel, Cox & Kings, Explore Holidays, Holidays on Location/Austrian Holidays

Geplante Aktionen 2019

B2C

- OTA-Kooperation
- Suchmaschinenmarketing
- Newsjacking

MEDIEN

- **NEU:** Medienaktivität zum Jahresthema 2020
- Pressegespräche in Sydney und Melbourne
- **NEU:** Multinationale Pressegruppe zum Jahresthema 2020
- **NEU:** Multinationale Influencer-Gruppe „Wien das Leben so spielt“
- Gruppenpressefahrt
- Individuelle Abwicklung von Medienprojekten
- Wien Presse Info
- Medienaktivitäten LGBT

B2B

- **NEU:** B2B Veranstaltung zum Jahresthema 2020 (Herbst 2019)
- **NEU:** Einladung von Key Accounts nach Wien zum Jahresthema 2020 (Herbst 2019)
- Teilnahme an der Workshopserie „Austria in a Nutshell“ der Österreich Werbung in Sydney, Melbourne und Canberra
- Teilnahme an der ILTM Cannes (Dezember 2019)
- Aktivitäten im Rahmen des „Air Service Development“
- Aktivitäten zum „Vienna Experts Club International“
- Special Interest Marketingaktion LGBT