

## Tschechien 2018

### Sehnsuchtskampagne #playgroundAustria

Gerade für Tschechen spielt Selbstbestimmtheit eine wichtige Rolle: „Ein Urlaub wie ich will“. Die saubere und intakte Natur Österreichs bietet dafür unzählige Möglichkeiten, um sich bei sportlichen Abenteuern auszutoben. Tschechen scheuen keine Herausforderung und gehen gerne ans Limit und suchen ihr persönliches aktives Urlaubserlebnis in spielerischem Ausprobieren der eigenen Potenziale beim Klettern, Mountainbiken oder Schwimmen. Die österreichischen Gastgeberqualitäten auf hohem Niveau entsprechen den Erwartungen tschechischer Gäste, Kontakte zu knüpfen und mit Respekt und Wertschätzung behandelt zu werden. Diese Kampagne wurde marktspezifisch und zielgruppenorientiert konzipiert und adressiert konsequent die tiefe Sehnsucht der Tschechen nach Selbstbestimmung. Denn Österreich ermöglicht seinen Gästen, deren Sehnsucht zu stillen. Und wir wissen doch: *Am Ende gilt doch nur, was wir getan und gelebt - und nicht, was wir ersehnt haben.* (Arthur Schnitzler)

Hier setzen wir mit unserer Kernbotschaft an und sagen „**Österreich ist dein Spielplatz, auf dem du dich frei und selbstbestimmt bewegen kannst**“. Dabei schicken wir in einer großangelegten und innovativen Social Media Kampagne ausgewählte Influencer mit einem ihrer Follower auf eine Reise durch Österreich, auf der sie Aufgaben an bestimmten Orten der Selbstbestimmtheit – bei unseren Partnern -bestreiten. Die Zielgruppe ist während der gesamten Challenge involviert und verfolgt sie live, via Tagesberichte, Backstage-Berichte, Produkt-präsentationen und und Votings. Die Teams treffen sich am Ende ihrer Reise am Finalort, wo in einer finalen Challenge die Sieger ermittelt werden. Die gesamte Kampagne wird unterstützt von einer breiten Bewegtbildkampagne, sowie von weiteren klassischen Kanälen wie Print.

#### Ihr Nutzen:

- + Hochemotionale **Fokussierung** auf Sehnsüchte und damit auf die **tiefsten Verhaltenstreiber**. So schaffen wir höchste emotionale Identifikation & Involvement in der Zielgruppe.
- + Maximale Orientierung auf **Marktspezifika** und **Mediennutzungsverhalten** am Markt
- + Die Mediastrategie gewährleistet optimale Abstimmung zw. **digitalen & analogen Elementen**. Die Kampagne erzielt damit **bestmögliche Reichweite und geringe Streuverluste**.
- + **Koppelung** von Awareness und Involvement ermöglicht es die Zielgruppe von der Aktivierung mittels reichweitenstarken Maßnahmen, bis hin zur **Ausspielung ihrer ganz konkreten Partnerinhalte** gezielt zu begleiten.
- + Verbindung **emotionaler Zielgruppenansprache mit ihren Spitzenleistungen aus den Regionen**

**Leistungszeitraum:** Februar bis Juni 2018

**Bewerbungsraum:** Tschechien

**Zielgruppe:** Etablierte postmaterielle, aktive Paare

**Anmeldefrist:** 31.10.2017

## Übersicht Beteiligung und Preise

#playgroundAustria Tschechien 2018

Premium	Klassik
Produktion Imagefilm/-spot	-
Produktion Sujet	-
Produktion Sideshots	Produktion Sideshots
Online B2C Kampagnenseite, Social Media, Newsletter	Online B2C Kampagnenseite, Social Media, Newsletter
OOH Branding Freeride Halle + Castingevent	Integration Castingevent in Freeride Halle
OOH Event Challenge-Finale	-
Kino Imagespot 2 Wochen	-
Kino Allongen 4 Wochen	Kino Allongen 1 Woche
Online Videokampagne Auspielung Imagespot	-
Print Advertorials 3x 1/1 Seite und 1x ¼ Seite	Print Advertorials 4x ¼ Seite
Native Content Online Kampagne, ca. 14.000 Klicks	Native Content Online Kampagne, ca. 2.500 Klicks
Challenge Finale	Austragungsort Challenge
Social Web Kampagne ca. 20.000 Klicks	Social Web Kampagne ca. 5.000 Klicks
<b>CZK 1.040.000,-*</b> <b>ca. EUR 40.000,-</b>	<b>CZK 247.000,-*</b> <b>ca. EUR 9.500,-</b>

\* zzgl. vor Ort Kosten, Drehgenehmigungen und Gewinnspielpreis für die Challenge

## Marketing-Mix

Die Ausspielungsstrategie verläuft in 3 Phasen: Awareness → Involvement → Interaktion

- **Online B2C: Kampagnenseite [austria.info/cz](http://austria.info/cz), Social Media Integration, Newsletter** (4 Einschaltungen mit je mind. 33.000 Abonnenten)

### Phase 1: Awareness (Mediaziel: Reichweite und Inspiration)

- **OOH: Branding Freeride Halle** inkl. **Event zum Castingfinale / Event Challenge-Finale** in Schladming
- **Kino: 40“ Imagespot** (Prag & Brno) über 12 Wochen + **7“ Partner Allongen** (Premiumpartner davon kumuliert 4 Wochen, Klassikpartner davon kumuliert 1 Woche mit Allonge on Air). Geschätzte Brutto-Reichweite gesamt: ca. 640.000 (Aufteilung auf Partner)
- **Online Videokampagne:** Ausspielung der **Imagespots** (20“ Teaser, 40“ Vollversion + 6“ Bumper) auf **Facebook, YouTube und lokalen Netzwerken wie bspw. TeadsTV**. Spots werden mittels Retargeting ausgespielt! Geschätzt ca. 660.000 Views bei einem Plan CPV von 0,06
- **Print: Imageanzeigen & Advertorials** werden über gesamten Kampagnenzeitraum gestreut. 17x1/1 Imageanzeigen mit 1 Mio. Gesamtauflage und 3 Mio. Gesamtreichweite. Premiumpartner: 3x 1/1 Seite und 1x 1/4 Seite in Kombi mit Imageanzeige. Klassikpartner: 4x 1/4 Seiten in Kombi mit Imageanzeige / Beispieltitel: Ona Dnes, Patek, Reporter, Venkov a stil, tema, Esprit, Reflex, Apetit.

### Phase 2: Involvement (Mediaziel: max. Beschäftigung mit Inhalten + Partnercontent über alle Kanäle)

- **Native Content Ausspielung: Online Kampagne** mittels nativen Werbeformen wie bspw. Canvas Ads, Carousel Ads, programmatic Text-Bild-Anzeigen, Google Lightbox etc. Geschätzte Klicks Premiumpartner (Schladming): 14.000, Geschätzte Klicks Klassikpartner (pro Partner bei 12 Partnern): 2.500 / **Online Content Kooperation** in hochqualitativem Medium (z.B. aktualne.cz) mit redaktionell aufbereitetem und vertiefendem Partnercontent (bspw. in Form eines Longreads). Geschätzt ca. 6.000.000 Impressions.
- **Print: Advertorials** werden über gesamten Kampagnenzeitraum gestreut / Beispieltitel: siehe Phase 1

### Phase 3: Interaktion (Challenge #playgroundAustria)

- **Social Web Kampagne (Facebook und Instagram): Diverse Ad-Formate** mit Bild, Text und Verlinkung. Geschätzte Klicks Premiumpartner (Schladming): 20.000, Geschätzte Klicks Klassikpartner (pro Partner bei 12 Partnern): 5.000

## Besondere Hinweise

Vom Partner einzubringen sind die Vor Ort Kosten wie Unterkunft, Verpflegung und Programm für 10 Personen (Influencer, Follower und Produktionsteam), Material für die Challenge-Teilnehmer (zB MTBs, Cannoying-Ausrüstung, etc.), Dreh- und Zufahrtsgehnehmigungen, Ansprechperson vor Ort sowie ein Gewinnspielpreis wie folgt.

Premium: 1 Woche Aufenthalt für 2 Personen inkl. HP

Klassik: Wochenendaufenthalt für 2 Personen inkl. Frühstück oder ein Gutschein passend zur Challenge-Aktivität – in Abstimmung mit ÖW

Jeder Partner bringt 5 Aktivitätensvorschläge für die Challenge ein. Bitte Schlechtwetteralternativen berücksichtigen. Die Finalentscheidung, welche Aktivität für die Challenge ausgewählt wird, liegt bei der ÖW.

Aktivitäten	Sep	Okt	Nov	Dez 17	Jan 18	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep
Bereitstellung Unterlagen	■	■											
Online B2C						■	■	■	■	■			
Branding Freeride Halle						■	■	■	■	■	■		
Casting Event								■					
Kino						■	■	■					
Online Videokampagne						■	■	■					
Print						■	■	■	■	■			
Native Content Ausspielung								■	■	■			
Challenge									■				
Social Web Kampagne									■				

## Auftrag Sehnsuchtskampagne #PlaygroundAustria Tschechien 2018

An die Österreich Werbung, Vordere Zollamtsstraße 13, 1030 Wien, Österreich  
Bitte senden Sie den firmenmäßig unterfertigten Auftrag per Mail an [anfrage@austria.info](mailto:anfrage@austria.info)

Land		Aktivität	Paket	Leistungszeitraum	Preis exkl. MwSt.		Richtpreis in EUR**
CZE	<input type="checkbox"/>	#PlaygroundAustria	Klassik	Februar – Juni 2018	CZK	247.000,-*	9.500,-

\* zzgl. vor Ort Kosten, Drehgenehmigungen und Gewinnspielpreis laut ÖW-Briefing

### Besondere Hinweise

Das Beteiligungspaket Premium ist exklusiv für einen Partner verfügbar und bereits an die Region Schladming-Dachstein vergeben. Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Die Vergabe erfolgt nach der Reihenfolge der eingelangten Aufträge. Die buchbaren Pakete und deren Umfang sowie die Preise basieren auf der Beteiligung einer kalkulierten Partneranzahl.

Bei nicht zu Stande kommen der Mindestteilnehmerzahl räumt sich die Österreich Werbung das Recht ein, ein auf bestehende Teilnehmer adaptiertes Angebot zu erstellen oder gegebenenfalls die Aktivität zu stornieren.

Mit der Unterzeichnung des Auftrages stimmt der Auftraggeber der datenschutzrechtlichen Zustimmungserklärung zu und erklärt sich damit einverstanden, dass bei Veranstaltungen Videos oder Fotos angefertigt und zu Zwecken der Dokumentation der Veranstaltung im Internet veröffentlicht werden.

\*\* Richtpreis in EUR gemäß dem derzeit gültigen Kassawert des Bundesministeriums für Finanzen ([Umrechnungskurs des BMF](#)). Die Verrechnung erfolgt in lokaler Währung zum Zeitpunkt der Rechnungslegung gültigen Kassawert des Bundesministeriums für Finanzen.

### Rechnungsadresse

Auftraggeber\*\*\*

Ansprechpartner

E-Mail

Telefonnummer

Ihre ATU/UID Nr.

E-Mail für Rechnungen\*\*\*\*

\*\*\* Unternehmensnamen inkl. etwaigen Zusätzen wie GmbH angeben

\*\*\*\* Durch Bekanntgabe der „E-Mail für Rechnungen“ wird die elektronische Rechnungslegung der Österreich Werbung akzeptiert.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Österreich Werbung in der letztgültigen Fassung (siehe [www.austriatourism.com/impresum-agb](http://www.austriatourism.com/impresum-agb)). Alle Preise verstehen sich exklusiv Mehrwertsteuer, variabler Kosten und sonstiger gesetzlicher Abgaben. Preisänderungen vorbehalten.

Die Österreich Werbung freut sich auf die Zusammenarbeit!

Ort, Datum, Unterschrift & Firmenstempel

Auftraggeber

Austrian National Tourist Office  
Vordere Zollamtsstraße 13, 1030 Wien, Österreich  
b2b [www.austriatourism.com](http://www.austriatourism.com), b2c [www.austria.info](http://www.austria.info)  
T +43 1 588 66-0, F +43 1 588 66-20

Erste Bank, BLZ 20111, Kto. 30001038200, UID: ATU38158603, DVR: 0008133,  
ZVR: 075857630, IBAN: AT22 2011 1300 0103 8200, BIC: GIBAATWWXXX