

## Deutschland / Großbritannien / Schweiz 2018

### Sehnsuchtskampagne Austria. In Residence.

Kulturraffine, tolerante Deutsche, qualitätsbewusste, interessierte Schweizer, entdeckungsfreudige Briten: Was alle drei Märkte in ihrer Sehnsucht vereint, ist die Offenheit, in Resonanz zu treten. Mit sich selbst und mit der Umwelt. Dies zeigt sich in der Begegnung mit unkonventionellen Produkten visionärer Gastgeberpersönlichkeiten. Regionale und authentische Erlebnisse stehen dabei für die Gäste im Vordergrund.

#### Die Kampagne:

Die Kernbotschaft der Sehnsuchtskampagne die von Jänner bis Juni (Schweiz: bis November) 2018 in Deutschland, Großbritannien und der Schweiz ausgespielt wird ist somit ganz klar: „**Besuche Österreich nicht nur, sondern lebe mit**“.

In unserer Kampagne wird die Wirkung inspirierender Orte der Kreativität durch die Augen und anhand der Wirkung auf einen internationalen Regisseur und dessen Schaffen erzählt. Darüber hinaus zeigen wir in redaktionellen Videos visionäre Gastgeber. Die Kampagne besticht somit über alle Kanäle hinweg mit authentischen Geschichten und inspiriert mit visionären Gastgeberpersönlichkeiten.

#### 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:** Jänner bis Juni 2018

**Zielgruppe:** Etablierte Postmaterialisten

**Bewerbungsraum:** Deutschland / Großbritannien / Schweiz

**Anmeldefrist:** 31.10.2017

## Übersicht Beteiligung und Preise

**Austria. in Residence. 2018**

DEUTSCHLAND	GROßBRITANNIEN	SCHWEIZ
Präsentation der Kampagne und derer Partner im Rahmen hochwertiger B2C Veranstaltungen	Präsentation der Kampagnen und deren Partner bei Event in London	Präsentation der Kampagnen und deren Partner bei Events in der Schweiz
Partnerpräsentation Kampagnenseite austria.info	Partnerpräsentation Kampagnenseite austria.info	Partnerpräsentation Kampagnenseite austria.info
Integration B2C Newsletter	Integration B2C Newsletter	Integration B2C Newsletter
Social Media Integration	Social Media Integration	Social Media Integration
KinoWerbung (Imagespot) mit Partner Allonge	KinoWerbung (Imagespot) mit Partner Allonge	Print Advertorial (1 Seite)
Online-Video-Kampagne (Imagespot Gesamtkampagne)	Online-Video-Kampagne (Imagespot Gesamtkampagne)	Online-Video-Kampagne (Imagespot Gesamtkampagne)
Online Advertorial (Native Content Ausspielung)	Online Advertorial (Native Content Ausspielung)	Online Advertorial (Native Content Ausspielung)
<b>EUR 25.000,-*</b>	<b>GBP 12.300,- ca. EUR 15.000,-</b>	<b>CHF 21.000,- ca. EUR 20.000,-</b>

## Marketing-Mix Deutschland

56 % Online, 44 % Offline

- **Online B2C: Kampagnenseite, Social Media Integration, Newsletter**

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

- **OOH:** Events: Präsentation der Kampagne und derer Partner im Rahmen verschiedener hochwertiger B2C Veranstaltungen. Derzeitiger Planungsstand Blickfang Köln, Blickfang Hamburg, Travelfestival Berlin und Blickfang Stuttgart.
- **Kino: 40“ Imagespot** über 8 Wochen + **7“ Partner Allongen**. Geschätzte Brutto-Reichweite: ca. 1,4 Mio (Aufteilung auf Partner)
- **Online Videokampagne:** Ausspielung der **Imagespots** (20“ Teaser, 40“ Vollversion + 6“ Bumper) auf Facebook, YouTube und lokalen Netzwerken wie bspw. TeadsTV, WebTV, lokale Videonetzwerke. Spots werden mittels Retargeting ausgespielt! Geschätzt ca. 2,7 Mio. Views.

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

- **Native Content Ausspielung: Content Seeding** in hochqualitativem Medienpartnern mit redaktionell aufbereitetem und vertiefendem Partnercontent. Geschätzt ca. 250.000 Leser. Flankierende native Maßnahmen auf Social Media wie bspw. Canvas Ads, Carousel Ads, programmatic Text-Bild-Anzeigen, Google Lightbox etc.

## Marketing-Mix Großbritannien

47% Online, 53% Offline

Die Ausspielungsstrategie verläuft in 2 Phasen: Awareness → Involvement

- **Online B2C: Kampagnenseite, Social Media Integration, Newsletter** (4 Einschaltungen mit je mind. 51.000 Abonnenten)

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

- **OOH: Pop Up-Event bzw. Integration bei einem bereits etablierten Event** in London mit Präsentation des Partners.
- **Kino: 40“ Imagespot** über 8 Wochen + **7“ Partner Allongen**.
- **Online Videokampagne:** Ausspielung der **Imagespots** (20“ Teaser, 40“ Vollversion + 6“ Bumper) auf Facebook, YouTube und lokalen Netzwerken wie bspw. TeadsTV, WebTV, lokale Videonetzwerke. Spots werden mittels Retargeting ausgespielt! Geschätzt ca. 1,2 Mio. Views.

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

- **Native Content Ausspielung: Content Seeding** in hochqualitativem Medienpartnern (z.B. [nowness.com](http://nowness.com); [independent.co.uk](http://independent.co.uk), [condenast.co.uk](http://condenast.co.uk)) mit redaktionell aufbereitetem und vertiefendem Partnercontent (bspw. in Form eines Longreads). Flankierende native Maßnahmen auf Social Media wie bspw. Canvas Ads, Carousel Ads, programmatic Text-Bild-Anzeigen, Google Lightbox etc.

## Marketing-Mix Schweiz

### 30% Online, 70% Offline

- **Online B2C: Präsentation auf Kampagnenseite, Social Media Integration, Newsletter** (mind. 24.000 Abonnenten)

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

- **OOH:** OOH: Events mit Präsentation des Partners. Derzeitiger Planungsstand: Designmesse „Blickfang“ in Zürich, Bern und Basel.
- **Online Videokampagne:** Ausspielung des **Imagespots** und der Partnervideos (z.B. Teaser, Bumper-Ads, Vollversion) auf Facebook, YouTube und in Video-Netzwerken wie bspw. TeadsTV, WebTV, NZZ-Netz. Spots werden mittels Retargeting ausgespielt! Geschätzt ca. 1 Mio. Views.

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

- **Native Content Ausspielung: Contentkooperation** mit einem zugkräftigem Publisher. Ausspielung einer Contentserie mit Präsentation der Partner (Text, Bild und Video). Geschätzt ca. 10.000 Leser.
- **Print: Redaktionelle Integration mittels Publireportage (1 Seite)**, gesamt ca. 10 Erscheinungstermine. Beispielmagazine: Stil-Magazin, Landliebe, Vivai. Reichweite: 1 Mio. Auflage, 3,5 Mio. Leser

## Zeitplan

## Austria. In Residence. Deutschland 2018

	Sep	Okt	Nov	Dez 17	Jan 18	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep
Bereitstellung Unterlagen	■	■											
Online B2C					■	■	■	■	■	■			
Pop-up Event					■	■	■	■	■				
Social Media Integration					■	■	■	■	■	■			
Kino					■	■	■						
Native Content Ausspielung								■	■	■			
Videobewerbung Digital					■	■	■	■					

## Zeitplan

## Austria. In Residence. Großbritannien 2018

	Sep	Okt	Nov	Dez 17	Jan 18	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep
Bereitstellung Unterlagen	■	■											
Online B2C					■	■	■	■	■	■			
Pop-up Event									■				
Social Media Integration					■	■	■	■	■	■			
Kino					■	■	■						
Native Content Ausspielung								■	■	■			
Videobewerbung Digital					■	■	■	■					

	Sep	Okt	Nov	Dez 17	Jan 18	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov
Bereitstellung Unterlagen	■	■													
Online B2C					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Event									■						■
Social Media Integration					■	■	■	■	■						
Native Content Ausspielung							■	■	■	■					
Videobewerbung Digital					■	■	■	■	■						
Print						■	■	■	■						

## Auftrag – Sehnsuchtskampagne Austria. In Residence. 2018 Deutschland, Großbritannien, Schweiz

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	<input checked="" type="checkbox"/>	Paket	Leistungszeitraum	Preis exkl. MwSt.		Richtpreis in EUR*
DEU	<input type="checkbox"/>	Austria. In Residence.	Jänner bis Juni 2018	EUR	25.000,-	
GBR	<input type="checkbox"/>	Austria. In Residence.	Jänner bis Juni 2018	GBR	12.300,-	15.000,-
CHE	<input type="checkbox"/>	Austria. In Residence.	Jänner bis Juni 2018	CHF	21.000,-	20.000,-

### Hinweise:

\* 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.

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.

### Rechnungsadresse

**Auftraggeber\*\***

**Ansprechpartner**

**E-Mail**

**Telefonnummer**

**Ihre ATU/UID Nr.**

**E-Mail für Rechnungen\*\*\***

\*\* Unternehmensnamen inkl. etwaiger Zusätze 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/impressum-agb](http://www.austriatourism.com/impressum-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