

Niederlande 2018

Sehnsuchtskampagne #AustrianGemütlichkeit

Die Niederländer sehnen sich nach Zeit, die sie mit ihren Liebsten verbringen und nach einem „warm feeling“ in Geselligkeit und Gemütlichkeit. Urlaub in Österreich ist der Inbegriff, der für Holland so typischen „Gezelligheid“. Die Sehnsucht nach verbindenden und gemeinsamen Urlaubserlebnissen und nach einem Ort für gemeinsames Ankommen und aufgehoben Sein.

Mit #AustrianGemütlichkeit wird unter dem Motto „Gemeinsam zu leben verstehen“ 2018 eine Sehnsuchtskampagne am niederländischen Markt gelauncht, die tiefgreifend auf die Sehnsüchte der Zielgruppe eingeht. Diese Sehnsucht wird gerade in Österreich durch die gelassene Lebensart, durch Leichtigkeit, Lockerheit und den Humor der österreichischen Gastgeber gestillt.

Die Kernbotschaft unseres Kampagnenkonzepts lautet demnach: **„Die kultivierte, österreichische Lebensart in Verbindung mit – für den Niederländer – reizvollen Naturlandschaften schafft für dich und deine Liebsten kostbare gemeinsame Glücksmomente.“**

In der Umsetzung setzen wir auf ein Key Visual, das sich durch alle Maßnahmen & Kanäle (Bewegtbild, OOH, Print, digitaler nativer Content, PR Maßnahmen & Gewinnspiel) wie ein roter Faden zieht. Nämlich der **Tisch als Symbol für kultiviert gemütliches Zusammensein**. Dabei wird der Tisch als DER Ort inszeniert, an dem niederländische Gäste (mit ihren Gastgebern) „gezellig“ zusammensitzen. Seen- und Berglandschaften stehen als Naturlandschaften im Mittelpunkt des Szenarios.

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: Niederlande

Zielgruppe: Etablierte Postmaterielle

Anmeldefrist: 31.10.2017

Übersicht Beteiligung und Preise

#AustrianGemütlichkeit Niederlande 2018

Premium	Klassik
Content Film	-
Content Sujet	-
Content Sideshots	-
B2C Kampagnenseite	B2C Kampagnenseite
B2CNewsletter	B2CNewsletter
Social Media Integration	Social Media Integration
OOH Outdoor Kampagne (Bushaltestellen, Citylights)	OOH Outdoor Kampagne (Bushaltestellen, Citylights)
OOH PR Maßnahme	OOH PR Maßnahme
Pop Imagefilm	-
Kino Allongen	Kino Allongen
Print Advertorials	Print Advertorials
Online Kampagne	Online Kampagne
Online Advertorials	Online Advertorials
Content Kooperationen	-
Gewinnspiel Facebook Kampagne	Gewinnspiel Facebook Kampagne
Gewinnspiel Location Based Advertising	Gewinnspiel Location Based Advertising
EUR 50.000,-	EUR 25.000,-

vergeben

Marketing-Mix

67 % Online, 32 % Offline

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

- **Online B2C: Kampagnenseite, Social Media Integration, Newsletter** (4 Einschaltungen mit je 36.434 Abonnenten)

Phase 1: Awareness (Mediazziel: Reichweite und Inspiration)

- **OOH: Outdoor Kampagne** mit Bushaltestellen Branding und Citylights (inkl. 1 interaktive Stelle innerhalb Bushaltestelle); Geschätzte Brutto-Reichweite: ca. 4 Mio./ **PR-wirksame Maßnahme** in einer Stadt (z.B. Amsterdam oder Rotterdam)
- **Kino: 40“ Imagespot in Arthouse Kinos** (Amsterdam, Rotterdam, Den Haag und Utrecht) über 8-10 Wochen + **7“ Partner Allongen** (Premiumpartner davon kumuliert 4 Wochen, Klassikpartner davon kumuliert 1 Woche mit Allonge on Air). Geschätzte Brutto-Reichweite: ca. 400.000 (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. 1 Mio. Views
- **Print:** Advertorials gekoppelt aus Image und Partnercontent / Beispieltitel: FD, Volkskrant, Vrij, Reizen, NatGeo Traveller, Moje Psychologie. Gesamtauflage bei einer Einschaltung: ca. 1 Mio.

Phase 2: Involvement (Mediazziel: 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: 20.600, geschätzte Klicks Klassikpartner: 10.300/ **Online Content Kooperation** in hochqualitativem Medium (z.B. Volkskrant) mit redaktionell aufbereitetem und vertiefendem Partnercontent (bspw. in Form eines Longreads). Geschätzt ca. 3.000.000 Impressions.
- **Print:** Advertorials werden über gesamten Kampagnenzeitraum gestreut / Beispieltitel: siehe Phase 1

Phase 3: Interaktion (Virale Verbreitung des Sehnsuchsthemas über Gewinnspiel)

- **Facebook Kampagne:** Diverse Ad-Formate mit Partner-Tischbild, Text und Verlinkung
- **Location Based Advertising:** bspw. könnten Kinobesucher, die im Kino den Imagespot gesehen haben, in weiterer Folge mit Call to Action zum Gewinnspiel angesprochen werden. Technik gerade in Entwicklung – Details je nach Evaluierung der Möglichkeiten 2018 (Test der Location Based Marketing Mechanik mit geringem Werbemittleinsatz)
- **Gewinnspiel** (in Kombi mit Partner, d.h. Volumen Klicks/Visits abhängig von Anzahl der Partner)

Erklärung der Spielmechanik:

- #AustrianGemütlichkeit – Wer sie teilt, hat mehr davon!
„Lade deine Freunde an einen Tisch ein! Und gewinne mit ein bisschen Glück einen gemeinsamen Urlaub in der Österreich-Region deiner Wahl!“
User kann Gäste-Setting des Tisches und Partner-Zieldestination selbst wählen.
zb. Berg/See für Region x, Lagerfeuer für Region y, Sonnenaufgang für Region z
- Virales Potenzial: markierte Personen bekommen Notification auf FB und werden animiert selbst einen Tisch zu füllen → erhoffter Schneeballeffekt
- Bewerbung über Facebook
- Ausführung auf austria.info mit Verlinkung auf austria.info Partnerseite
- Im Rahmen des Gewinnspiels wählt der User, der als Gastgeber seine 5 Gäste einlädt, eine von 5 Partnerregionen als potenzielle Urlaubsdestination. Jeder Partner stellt jeweils 5 Tage / 4 Nächte Urlaub in seiner jeweiligen Region für 6 Personen zur Verfügung: Frühstück inklusive, Hotel mind. in 4-Sterne-Niveau, Reservierung nach Verfügbarkeit, einzulösen als Sommerurlaub, ohne Anreise

Leistungszeitraum: 4-6 Wochen innerhalb Februar bis Juni 2018

Besondere Hinweise:

- Unsere Teilnahmepakete sind begrenzt, eine rasche Anmeldung empfiehlt sich daher

	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep
Bereitstellung Unterlagen	■	■											
Kampagnenseite						■	■	■	■	■			
Outdoor Kampagne								■					
PR-Event									■				
Social Media Integration						■	■	■	■	■			
Kino						■	■	■					
Print									■	■			
Native Content Ausspielung									■	■			
Gewinnspiel									■	■			

Auftrag Sehnsuchtskampagne #AustrianGemütlichkeit Niederlande 2018

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

Land		Aktivität	Paket	Leistungs-zeitraum	Preis exkl. MwSt.	
NLD	<input type="checkbox"/>	#AustrianGemütlichkeit	Klassik	Februar – Juni 2018	EUR	25.000,-

Besondere Hinweise

Das Beteiligungspaket Premium ist exklusiv für einen Partner verfügbar und bereits an die Region Zillertal 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.

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/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, b2c 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