

# Marktaktivitäten Rumänien 2018

Winterinfos  
folgen

		Sommer
Pakete	➔	<ul style="list-style-type: none"><li>- Basis</li><li>- Stadt/Kultur</li><li>- Natur/Wasser/Radfahren</li><li>- Familie</li></ul> <p>HUF 496.080,- bis 1.556.880,- (ca. EUR 1.590,- bis ca. 4.990,-)</p> <p>Verstärkung der Präsenz durch Add-Ons</p>
Workshop	➔	20. März 2018: Bukarest
Presse	➔	Pressegespräch, Pressekonferenz, Einzel- und Gruppenpressefahrt, Newsletter-Beitrag, Exklusiver Newsletter
Reisebranche	➔	Studienreise, Newsletter-Beitrag, Exklusiver Newsletter
E-Marketing	➔	B2C Newsletter Teaser, austria.info Präsenz, austria.info Gewinnspiel, austria.info Tagesablauf
Agenturleistungen	➔	Erstellung individueller Angebote auf Partnerwunsch

Aktivitäten zu  
unterjährigen  
Marktchancen  
möglich

# Marktaktivitäten Rumänien 2018

Übersicht/Beispiele der Marketinginstrumente

# Marktaktivität Sommer



25 – 50 Jahre, **Paare**  
**Familien** und **Freundeskreise**



landesweit mit Schwerpunkt auf  
Großstädte wie **Bukarest, Cluj, Sibiu,**  
**Timișoara und Brașov**



**Preis (inkl. Basis):**  
EUR 1.590,- bis 4.990,-



**Laufzeit:** April 2018 bis August 2018  
**Anmeldeschluss:** 1. Februar 2018



Integration auf der  
Übersichtsseite auf austria.info

Einleitungsartikel, Tipps,  
Unterkunftsangebote, Video,  
Rezept, Kuratierung der Texte

Teaser in ÖW B2C-Newsletter

Social Media Integration



Activități

Destinații

Informații suplimentare & date de contact

Cazări



### Salzburg, loc de joacă pentru mici și mari

Salzburg - orașul în care s-a născut Mozart și locul unde se încenează anual festivalul-lemă Salzburg Festival. Este locul ideal de joacă pentru mic și mare, unde natura, arhitectura și cadrul natural al munților creează un decor de poveste.

[Expediție cu familia în Salzburg](#)



### Trei într-o șa

Cifrele succesului: 380 km pedalați și 14 zile pe bicicletă, totul la puterea a treia. Roxana, Alex și Petra s-au întors și le-a plăcut din toate spițele.

[Sfaturi și povești: de-a lungul Dunării în șa](#)

Basis Paket



Print Content Kooperation mit  
einem führenden themenaffinen  
Special Interest Magazinen

Ganzseitige Publikation im Look &  
Feel des Magazins

ORIȘUL TRAVELER



Tecut, în capitala mondială a muzicii? Și ce n-aș fi dat pentru un binoclu în Wiener Staatsoper...

ORAȘUL

## De ce iubim Viena

Poezia cifrelor în orașul cu cea mai bună calitate a vieții.

În sfârșit, o ominiță cu soare după multe zile încurcate. Voleaștă e împănată de lume bună, care, odată ajunși pe iarbă, stăruie în grupuri, descațată dincolo de pantofii cu toc, împănare sacrală la patru ace și-l face permi, totuși se la soare sau pe sub copaci, cu ochii la cer, la Casa Palmierilor sau la prieteni. Porumbelii și corbi joacă peste tot în acest cocon verde fermecut, în clădire de firmă de la penultima de iert. În copaci, plătine concurează în necăz cu doi tineri discreti care cântă la harpă în spațiile mari. Mă ridic din urmă și parchez pe parca și mă ridic fără să fi murit înainte. Pentru mine apa arăta Pădurea. Designer, pentru ultimul ei via nu s'plau Viena, peste frigidă oarecupoie.

Dar apa e când te îndrăgitești de ova - om, oraș, carte, capri. Orice argumentație devine lirică, dărușagă declarație de dragoste.

Însă pentru a fi dincolo de orice suspiciune, mă voi limita la cifre. Să explic de ce de ce Viena a fost proclamată anul acesta, pentru a se plăsi oare consecutiv orașul cu cea mai bună calitate a vieții.

Nu are ciopârțelul unei copodopere și super-programată și atent calculată de artist. La fel și calitatea vieții în capitala Austriei are în culise o planificare urbană ce pune oamenii în prim-plan și secolle de cult al clădirilor: arhitectură roșie și Viena par a fi glos echilibrat perfect între eficiența nord-europeană și în jur de oarecupoie, între muzică și bani, între încredințări și mediocrități, între organizare și distracție, între negocieri balcanice și legile germane, între inovație și tradiție. — CĂTĂLIN GHEA

18 NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELER | Iunie 2014

**Cifrele succesului**

12 MILIARD: populația orașului.  
4,2 MILIARD: bani în 2014.  
120 MILIARD DE EURO: investiții anuale în infrastructura de transport.  
In comun, 1000 km: înălțimea rețeaua de transport public.  
5 lei de metrou, 29 de tramvai și 95 de autobuz, 929 milioane de pasageri a distanță: acest sistem în 2015. 60%: procentul vizitatorilor care intră în casa subterană.  
220.000: numărul locuitorilor aflați în proprietatea întregii Orașului Viena o cel mai mare proprietate imobiliară din Europa, deținând 25% dintr-o proprietate în oraș. 41: număr bibliotecă.  
144: cinematografe, 166: galerii de artă, 1.500 km: panta de la clădirea 100: metri. 100.000: EURO: cheltuiți pe servicii cu simbolul gay-friendly instalate pentru Eurovisionul de anul trecut, 100.000: locuri scolare de seară la evenimentele muzicale, de la Operă la diverse manifestări culturale. 340 EURO: costă abonamentul pe un an la călătorie cu toate mijloacele de transport în comun: probă că cel mai bun sistem de transport public din lume. 95% din apa orașului vine prin două stații de tratare totalizând 320 km direct de la 30 de lacuri din Alpi. Din 1873, Viena se bazează pe o linie de cale ferată care a rămas de la robitorii din lume. Nici război nu treabă porțată, grădina fierărie linie, 180.000: studenți învață la 18 universități, 30% dintre ei vin din străinătate. Căștigătorii Premiului Nobel (20) din oraș Viena pe loc 5. În lume ca destinație de studii, egalând ritm internațional de studii, costul scolar al studenților și calitatea bunelor vieții. 8.000: studenți pe an pe un 750: congrese internaționale în 2015. Viena e cea mai populată destinație de profi a lumii. 25.000: noi companii care au primit fonduri de la Alpi. De la Alpi și Viena în linie 32 de ani. 200: firme multinaționale au sediul central în Viena. 700: hectare cultivate cu vin de vară în interiorul orașului, producând circa 2,4 milioane de litri de vin pe an. 2%: dintre călătorii în oraș au vizitator sunt cu mașina. 39% - cu transport public. 20% - pe jos. 5 EURO: preț al unei mănăști (café), 27: pînă publică în aer liber de afară de cele ale hotelurilor. 40%: din gună este ridicată. 50%: din oraș e apă curată (secund european). Un total ridicat de 150 de parcuri.



Content Kooperation mit einem Special Interest Magazin

Online Contentkooperation mit  
führenden Reisebloggern

Vorschlag: mihaijurca.ro mit  
110.000 Unique Users im Monat  
und 82.000 Facebook Fans

Package: exklusiver Vacation  
Guide, Blog-Beitrag, Facebook  
und Instagram Integration



[MihaiJurca.ro](http://MihaiJurca.ro) Blog

Online Contentkooperation mit führenden Reiseblogger





Presseevent in Bukarest

Presseevent



# ADD-Ons Rumänien 2018

Übersicht/Beispiele



Single-Influencer-Trip mit  
führenden Reisebloggern

Vorschlag: travelgirls.ro. mit  
180.000 Unique Users im Monat  
und 26.000 Facebook Fans

Package: 1 Blogbeitrag Facebook  
und Instagram Dokumentierung  
der Reise



[Travelgirls.ro Blog](https://travelgirls.ro)

ADD-On Single-Influencer-Trip mit führenden Reisebloggern

Influencer Reise und Online  
Kampagne rund um die Reise

Integration auf HP und Vertrieb  
eines nach der Reise  
produzierten Videos

360° Online Kampagne

Generierung exklusiven Contents



Cristina Mazilu

Cu wet suit-ul prin AREA47...



Oana Titica

Adevărul despre mâncarea în Austria...



Mihai Jurca

48 de ore în Salzburg...



Eduard Țone

Top 5 experiențe pentru o vară austriacă fierbinte...

ADD-On Influencer Online Kampagne



U-Bahn Branding in Bukarest im  
Look & Feel des Partners für die  
Dauer eines Monats

Plakatfläche: 37,44m  
Gesamtanzahl: 88 Stickers  
oder

Bikevertising: zwei Bikes mit  
„mobilen Plakaten“ fahren auf  
unterschiedlichen Routen durch  
Bukarest

Einsatz: 6 Tage



ADD-On OOH Kampagne



Kombiwerbung Radio & Online

Kombiwerbung mit dem  
führenden News Publisher  
Rumäniens, Europa FM  
(monatlich 0,5 Mio. Unique Users  
im Online Bereich)

Optimale Verknüpfung von On-  
mit Offline: 60 Radio Inserts plus  
3 Advertorials



ADD-On 2 in 2 Kombiwerbung: Radio & Online