

Belgien. Kampagne. 2026

Aufmerksamkeitsstarke Kampagne 2026 der Österreich Werbung unter dem Markenauftritt "Lebensgefühl" mit Anschlussmöglichkeit für Partner und der Positionierung von Österreich als Ganzjahresdestination.

Mit der Kampagne 2026 positioniert die Österreich Werbung (ÖW) Österreich als Ganzjahresdestination. Anstatt einzelne Saisonen hervorzuheben, zeigen wir, dass das österreichische Lebensgefühl an 365 Tagen im Jahr erlebbar ist. Wir transportieren Emotionen über aktivierende und erholsame Erlebnisse in Österreich.

Schwerpunkt der Kampagne in **Belgien** liegt auf einem **Basispaket "Klassik"** mit zielgruppenspezifischen Add-ons, die flexibel und nach Bedarf gebucht werden können. Der Fokus liegt auf (D)OOH und Digital First. Damit ermöglichen wir eine maßgeschneiderte Ansprache der Gäste am belgischen Markt.

So können potenzielle Gäste in jeder Phase der Customer Journey für Urlaub in Österreich begeistert werden, 365 Tage im Jahr.

Auf folgenden Märkten gibt es Beteiligungsmöglichkeiten in der Kampagne:

Deutschland, Schweiz, Niederlande, Belgien, Polen, Großbritannien, Tschechien, Dänemark, Ungarn, Slowakei

Ihr Nutzen

-  Gemeinsames Kommunikationsdach mit hoher Wiedererkennung
-  Marktspezifische, auf die Zielgruppe abgestimmte Marketingaktivitäten
-  Standardisierte Pakete, die durch Add-ons individuell erweitert werden können

Empfohlen für

Bergbahnen, Destinationen, Hotels / Beherberger, Landestourismusorganisationen.

Leistungszeitraum

März 2026 - Februar 2027

Zielgruppe

Aktive und Kulinarik affine Urlauber:innen, Paare und Freund:innen sowie Familien mit Kindern

Bewerbungsraum

Flandern

Anmeldefrist

15.12.2025

Ihre Investition

€ 2.000-55.200

Übersicht Beteiligung und Preise

Belgien. Kampagne. 2026 - Ganzjahr, Phase 1 (Sommer), Phase 2 (Winter)



Pakete

Klassik - Ganzjahr Kampagne März '26 - Feb. '27	Klassik - Phase 1 (Sommer) Kampagne März '26 - Aug. '26	Klassik - Phase 2 (Winter) Kampagne Sept '26 - Feb '27	Hotel - Ganzjahr Kampagne März '26 - Feb. '27
<ul style="list-style-type: none">✓ Detaillierte Darstellung auf austria.info✓ Teaser im Austria Tourism-B2C-Newsletter✓ Teaser im Medien-Newsletter✓ Online-Traffic✓ Social-Media-Advertising✓ Onlinecontentkooperation✓ Print Advertorial✓ Digital-Out-of-Home-Kampagne (LED-Cube)	<ul style="list-style-type: none">✓ Detaillierte Darstellung auf austria.info✓ Teaser im Austria Tourism-B2C-Newsletter✓ Teaser im Medien-Newsletter✓ Online-Traffic✓ Social-Media-Advertising✓ Onlinecontentkooperation✓ Print Advertorial✓ Digital-Out-of-Home-Kampagne (LED-Cube)	<ul style="list-style-type: none">✓ Detaillierte Darstellung auf austria.info✓ Teaser im Austria Tourism-B2C-Newsletter✓ Teaser im Medien-Newsletter✓ Online-Traffic✓ Social-Media-Advertising✓ Onlinecontentkooperation✓ Print Advertorial✓ Digital-Out-of-Home-Kampagne (LED-Cube)	<ul style="list-style-type: none">✓ Teaser auf austria.info✓ Teaser im ÖW-B2C-Newsletter✓ Online-Traffic✓ Social-Media-Advertising✓ Programmatic Display
EUR 23.000,-	EUR 11.500,-	EUR 11.500,-	EUR 4.000,-
AUSVERKAUFT	AUSVERKAUFT		AUSVERKAUFT
Hotel - Phase 1 (Sommer) Kampagne März '26 - Aug. '26	Hotel - Phase 2 (Winter) Kampagne Sept '26 - Feb '27		
<ul style="list-style-type: none">✓ Teaser auf austria.info✓ Teaser im Austria Tourism-B2C-Newsletter✓ Online-Traffic✓ Social-Media-Advertising✓ Programmatic Display	<ul style="list-style-type: none">✓ Teaser auf austria.info✓ Teaser im ÖW-B2C-Newsletter✓ Online-Traffic✓ Social-Media-Advertising✓ Programmatic Display		
EUR 2.000,-	EUR 2.000,- exkl. variabler Kosten*		
AUSVERKAUFT			

* Vorbehaltlich Änderungen rund um Preisdetails

Übersicht Beteiligung und Preise

Belgien. Kampagne. 2026 - Ganzjahr, Phase 1 (Sommer), Phase 2 (Winter)



Add-ons unter der Marke "Urlaub in Österreich" (nur in Kombination mit Paket buchbar)

<p>Add-On Video-Instream-Kampagne Ganzjahr / Paket mit vier lokalen Streaming-Plattformen Paket mit vier lokalen Streaming-Plattformen</p>	<p>Add-On Video-Instream-Kampagne Ganzjahr / Größte lokale Streaming-Plattform Größte lokale Streaming-Plattform</p>	<p>Add-On Straßenbahnbeklebung Ganzjahr Antwerpen & Gent</p>	<p>Add-On DOOH Bewerbung Ganzjahr Shopping Malls Flandern</p>
<p>✓ Videobewerbung ab EUR 5.050,-</p>	<p>✓ Videobewerbung ab EUR 5.050,-</p>	<p>✓ Out-of-Home-Kampagne ab ca. EUR 4.090,- * * Ab 3 Partnern umsetzbar</p>	<p>✓ Digital-Out-of-Home-Kampagne ab EUR 17.190,-</p>
<p>Add-On OOH Bewerbung Ganzjahr Supersized Frames Antwerp</p>	<p>Add-On Kinowerbung Phase 1 (Sommer) Familienfilme</p>	<p>Add-On Kinowerbung Phase 2 (Winter) Familienfilme</p>	<p>Add-on Kinowerbung Phase 1 (Sommer) Familienfilme</p>
<p>✓ Out-of-Home-Kampagne ab EUR 14.590,-</p>	<p>✓ Kinowerbung: Familienfilme ab EUR 4.990,-</p>	<p>✓ Kinowerbung: Familienfilme ab EUR 3.890,-</p>	<p>✓ Kinowerbung: Familienfilme EUR 19.800,-</p>
<p>Add-on Kinowerbung Phase 2 (Winter) Familienfilme</p>	<p>Add-on Kinowerbung Luxemburg Phase 2 (Winter) Familienfilme</p>	<p>Add-On Social Kampagne Hotel Ganzjahr Kulinarik</p>	<p>Add-On Online Advertorial Ganzjahr / Gravel & Rennrad Gravel & Rennrad</p>
<p>✓ Kinowerbung: Familienfilme ca. EUR 23.750,- *</p>	<p>✓ Kinowerbung: Familienfilme ca. EUR 11.450,- *</p>	<p>✓ Exklusive Onlinecontentkooperation EUR 550,-</p>	<p>✓ Exklusive Onlinecontentkooperation EUR 3.050,-</p>

Add-On Online Advertorial

Ganzjahr / Familie
Familie

Add-On Online Advertorial

Ganzjahr / Kulinarik
Kulinarik

Add-On Influencer Event

29. - 30. Januar 2026
Networking-Fokus

- ✓ Exklusive Onlinecontentkooperation

EUR 7.650,-

- ✓ Exklusive Onlinecontentkooperation

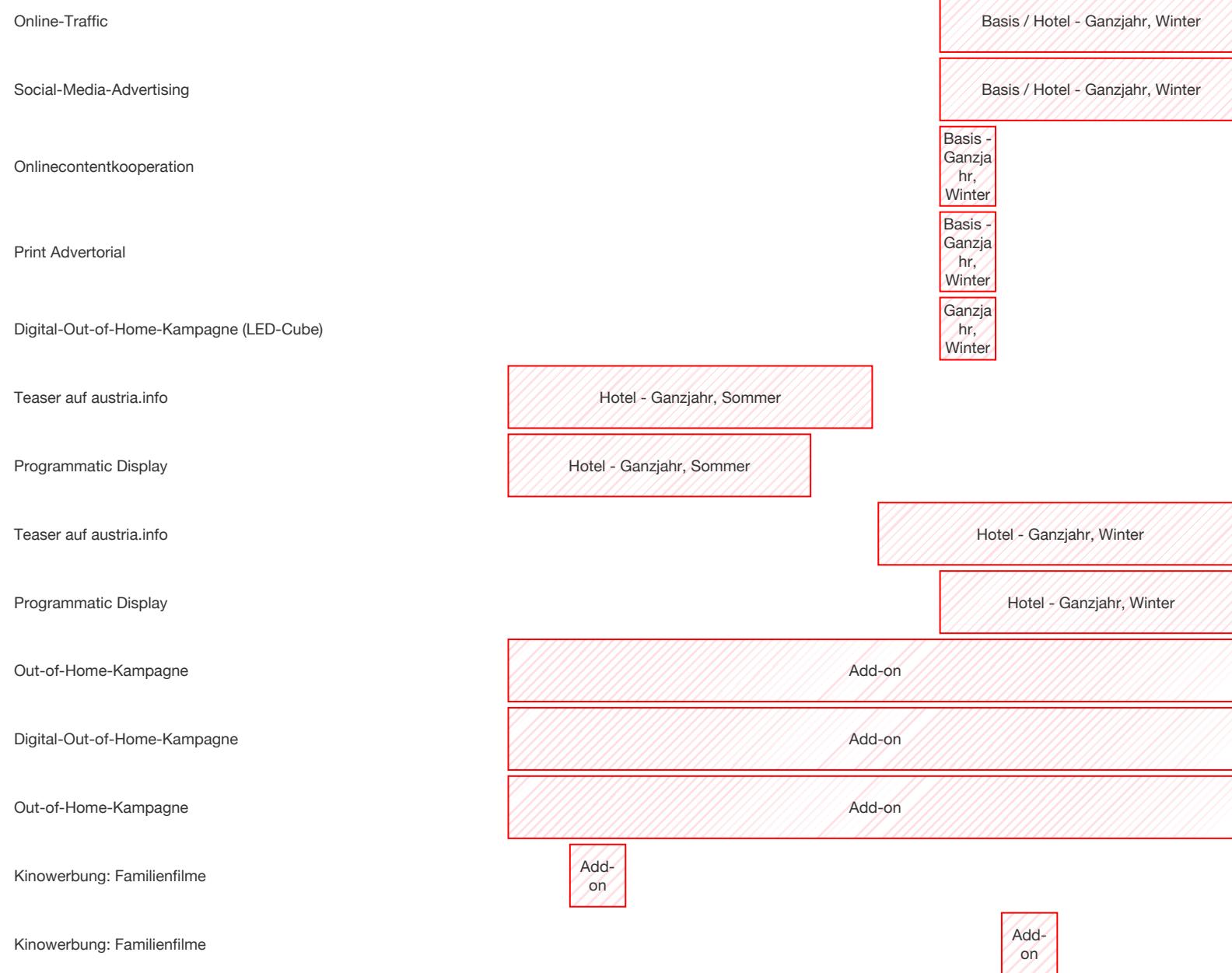
EUR 1.950,-

- ✓ Influencer Meet-Up

ca. EUR 1.000,- *
exkl. variabler Kosten*

* vorbehaltlich Preisänderungen

Erklärung und Details finden Sie im Abschnitt „Beteiligungspakete im Detail“



Kinowerbung: Familienfilme



Kinowerbung: Familienfilme

Kinowerbung: Familienfilme

Exklusive Onlinecontentkooperation

Exklusive Onlinecontentkooperation

Exklusive Onlinecontentkooperation

Exklusive Onlinecontentkooperation

Influencer Meet-Up

Add-on

Add-on

Add-on

Add-on

Add-on

Add-on



Pakete

Klassik - Ganzjahr - März '26 - Feb. '27

- ✓ **Detaillierte Darstellung auf austria.info** Ihrer Inhalte und Angebote im Kampagnenüberblick des belgischen Portals der austria.info (www.austria.info/nl-be), um potenzielle Gäste für Ihre Highlights zu begeistern.

Sie profitieren von der Sichtbarkeit Ihres Angebotes und Ihrer Aktivitäten auf unserer zentralen Plattform für „Lebensgefühl Österreich“ und können Top-Themen und Besonderheiten hervorheben. Es können maximal drei Subpartner eingebunden werden.
- ✓ **Teaser im Austria Tourism-B2C-Newsletter** mit Bild und Kurztext in einer Ausgabe für „Lebensgefühl Österreich“ an ca. 7.132 Abonnent:innen (Stand Juli 2025) mit Verlinkung auf die austria.info-Partnerseite bzw. direkte Verlinkung auf die Partnerseite bei Buchung des Hotelpakets.
- ✓ **Teaser im Medien-Newsletter** mit Bild und Kurztext in einer Ausgabe für „Lebensgefühl Österreich“ an ca. 183 Medienvertreter:innen (Stand Juli 2025) mit Verlinkung auf die austria.info-Partnerseite.
- ✓ **Online-Traffic**
Google Search Kampagne
Wir setzen eine qualitativ hochwertige und umfangreiche Traffic Kampagne mittels Google Ads um, welche auf Ihre Partnerseite auf austria.info einzahlzt. Optimiert werden diese Ads mit Image Extensions. Ansprechende Bilder sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit und machen die Ads attraktiver.
- ✓ **Social-Media-Advertising**
META Performance Kampagne (Instagram und Facebook) mit Link Ads (Traffic optimiert) auf Basis von Dynamic Creatives, die mittels Interest-Targetings ausgespielt werden. In der Awareness-Phase werden Daten generiert, die zum Retargeting dieser Social-Media-Kampagne genutzt werden. So können bereits interessierte User:innen angesprochen werden und dadurch qualitativerere Ergebnisse erzielt werden.
- ✓ **Onlinecontentkooperation** auf **De Morgen**, der flämischen Qualitätsnachrichten-Website, und **HLN** (Het Laatste Nieuws), der meistgelesenen Nachrichtenplattform in Flandern.
 - Die Umsetzung startet mit der initialen Veröffentlichung auf DeMorgen.be und wird anschließend um Leser:innen von HLN erweitert, um das Mediabudget pro Online-Advertiser gezielt einzusetzen.
 - Die Inhalte erscheinen in Form eines Native Dossiers im Minisite-Stil auf den Onlineportalen – jeweils mit einem Artikel, in dem zwei Partner ausführlich vorgestellt werden.
 - Pro Artikel werden durchschnittlich 7.600 Pageviews erwartet, davon rund 1.680 Quality Reads – dabei werden nur Leser:innen gezählt, die den Artikel vollständig durchscrollen.
 - Zur Steigerung von Reichweite und Sichtbarkeit ist pro Online-Advertiser ein zusätzlicher Traffic-Booster auf allen Plattformen geplant – mit einer geschätzten Sichtbarkeit von etwa 1,8 Millionen Impressions.
 - Die Aktivierung erfolgt über CTA-Buttons und Textlinks, die direkt zur Website des jeweiligen Partners führen.
- ✓ **Print Advertiser**
Im Sommer mit dem flämischen Magazin **Pasar Fietsen**, das Freizeitradfahrer:innen mit entspannten Routen, Naturtipps und inspirierenden Fahrradberichten aus Nah und Fern begeistert.
 - Das Magazin erscheint viermal jährlich in einer Auflage von 22.000 Exemplaren. Rund 85 % werden per Post an Mitglieder des Vereins *Pasar* vzw versendet, der Rest liegt an relevanten Verkaufsstellen wie Zeitungsgeschäften, Supermärkten und bei *Standaard Boekhandel* aus.
 - In der Ausgabe 2026 wird ein sechseitiger Artikel über Österreich veröffentlicht. Ihr Beitrag wird thematisch passend auf einer halben Seite innerhalb dieses Artikels platziert. Die Bildauswahl erfolgt in Abstimmung mit dem ÖW-Büro Belgien und der Redaktion.
 - *Jede Ausgabe von Pasar widmet sich redaktionell einem bestimmten Land; im Jahr 2026 liegt der Fokus auf Österreich* – mit praktischen Tipps, nützlichen Informationen und inspirierenden Empfehlungen für fahrradbegeisterte Leser:innen. Acht Seiten fokussieren sich inhaltlich auf allgemeine, praktische Tipps für Österreich und acht Seiten fokussieren sich auf eine Reisreportage von einer Österreich-Reise.
Im Winter mit dem Magazin **WintersportGids**, das seit 1995 Wintersportbegeisterte informiert und inspiriert sowie eine umfassende Übersicht über Skigebiete, Ausrüstung, Trends und Reiseziele bietet.
 - Das Magazin WintersportGids erscheint 1x pro Jahr im November mit einer Auflage von mind. 20.000 Exemplaren und wird kostenlos über *Sneeuwsport Vlaanderen* sowie an relevanten Standorten wie Indoor Skihallen, Sportfachgeschäften und ausgewählten Lesezonen verteilt.
 - In der Ausgabe 2026 wird ein neunseitiger Artikel über Österreich erscheinen, innerhalb dessen Ihr Content themenspezifisch auf einer halben Seite platziert wird. Die Bildauswahl erfolgt in Abstimmung mit dem ÖW-Büro Belgien und der Redaktion.

✓ **Digital-Out-of-Home-Kampagne (LED-Cube)**

- In den zentralen Hallen der Bahnhöfe Antwerpen-Centraal (586.000 Reisende/Woche) und Gent-Sint-Pieters (728.000 Reisende/Woche) wird jeweils ein LED-Cube installiert, der über zwei digitale und zwei statische Seiten verfügt. Alle Partnerspots (max. 20 Sekunden) werden auf den digitalen Seiten ausgespielt. Die statischen Seiten werden mit Lebensgefühl-Sujets der Österreich Werbung bespielt.
- Der Share of Voice liegt exklusiv bei der Österreich Werbung und den Kampagnenpartnern und beträgt 100%. Die wöchentliche Ausspielung umfasst 168 Stunden (24/7), wobei die verfügbare Sendezeit auf die Lebensgefühl-Imagekampagne der Österreich Werbung sowie auf alle Partnerspots aufgeteilt wird.

Im Sommer:

- Die Laufzeit beträgt 28 Tage in Gent und 14 Tage in Antwerpen, im Zeitraum März/April 2026 und Okt/Nov 2026. Der Zeitraum schließt die Osterferien und Herbstferien in Flandern mit ein.

Im Winter:

- Die Laufzeit beträgt 28 Tage in Gent und 14 Tage in Antwerpen, im Zeitraum Oktober 2026. Der Zeitraum schließt die Herbstferien in Flandern mit ein.
- **NEU:** Am LED-Cube wird **ein Diffuser** angebracht, der den charakteristischen **Duft österreichischer Wälder verströmt** und so ein sinnliches, bleibendes Markenerlebnis schafft.

Klassik - Phase 1 (Sommer) - März '26 - Aug. '26

- ✓ **Detaillierte Darstellung auf austria.info** Ihrer Inhalte und Angebote im Kampagnenüberblick des belgischen Portals der austria.info (www.austria.info/nl-be), um potenzielle Gäste für Ihre Highlights zu begeistern.

Sie profitieren von der Sichtbarkeit Ihres Angebotes und Ihrer Aktivitäten auf unserer zentralen Plattform für „Lebensgefühl Österreich“ und können Top-Themen und Besonderheiten hervorheben. Es können maximal drei Subpartner eingebunden werden.
- ✓ **Teaser im Austria Tourism-B2C-Newsletter** mit Bild und Kurztext in einer Ausgabe für „Lebensgefühl Österreich“ an ca. 7.132 Abonent:innen (Stand Juli 2025) mit Verlinkung auf die austria.info-Partnerseite bzw. direkte Verlinkung auf die Partnerseite bei Buchung des Hotelpakets.
- ✓ **Teaser im Medien-Newsletter** mit Bild und Kurztext in einer Ausgabe für „Lebensgefühl Österreich“ an ca. 183 Medienvertreter:innen (Stand Juli 2025) mit Verlinkung auf die austria.info-Partnerseite.
- ✓ **Online-Traffic**
Google Search Kampagne

Wir setzen eine qualitativ hochwertige und umfangreiche Traffic Kampagne mittels Google Ads um, welche auf Ihre Partnerseite auf austria.info einzahlt. Optimiert werden diese Ads mit Image Extensions. Ansprechende Bilder sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit und machen die Ads attraktiver.
- ✓ **Social-Media-Advertising**

META Performance Kampagne (Instagram und Facebook) mit Link Ads (Traffic optimiert) auf Basis von Dynamic Creatives, die mittels Interest-Targetings ausgespielt werden. In der Awareness-Phase werden Daten generiert, die zum Retargeting dieser Social-Media-Kampagne genutzt werden. So können bereits interessierte User:innen angesprochen werden und dadurch qualitativer Ergebnisse erzielt werden.
- ✓ **Onlinecontentkooperation** auf **De Morgen**, der flämischen Qualitätsnachrichten-Website, und **HLN** (Het Laatste Nieuws), der meistgelesenen Nachrichtenplattform in Flandern.
 - Die Umsetzung startet mit der initialen Veröffentlichung auf DeMorgen.be und wird anschließend um Leser:innen von HLN erweitert, um das Mediabudget pro Online-Advertiser gezielt einzusetzen.
 - Die Inhalte erscheinen in Form eines Native Dossiers im Minisite-Stil auf den Onlineportalen – jeweils mit einem Artikel, in dem zwei Partner ausführlich vorgestellt werden.
 - Pro Artikel werden durchschnittlich 7.600 Pageviews erwartet, davon rund 1.680 Quality Reads – dabei werden nur Leser:innen gezählt, die den Artikel vollständig durchscrollen.
 - Zur Steigerung von Reichweite und Sichtbarkeit ist pro Online-Advertiser ein zusätzlicher Traffic-Booster auf allen Plattformen geplant – mit einer geschätzten Sichtbarkeit von etwa 1,8 Millionen Impressions.
 - Die Aktivierung erfolgt über CTA-Buttons und Textlinks, die direkt zur Website des jeweiligen Partners führen.
- ✓ **Print Advertisorial** mit dem flämischen Magazin **Pasar Fietsen**, das Freizeitradfahrer:innen mit entspannten Routen, Naturtipps und inspirierenden Fahrradberichten aus Nah und Fern begeistert.
 - Das Magazin erscheint viermal jährlich in einer Auflage von 22.000 Exemplaren. Rund 85 % werden per Post an Mitglieder des Vereins *Pasar* vzw versendet, der Rest liegt an relevanten Verkaufsstellen wie Zeitungsgeschäften, Supermärkten und bei *Standaard Boekhandel* aus.
 - In der Ausgabe 2026 wird ein sechsseitiger Artikel über Österreich veröffentlicht. Ihr Beitrag wird thematisch passend auf einer halben Seite innerhalb dieses Artikels platziert. Die Bildauswahl erfolgt in Abstimmung mit dem ÖW-Büro Belgien und der Redaktion.
 - *Jede Ausgabe von Pasar widmet sich redaktionell einem bestimmten Land; im Jahr 2026 liegt der Fokus auf Österreich* – mit praktischen Tipps, nützlichen Informationen und inspirierenden Empfehlungen für fahrradbegeisterte Leser:innen. Acht Seiten fokussieren sich inhaltlich auf allgemeine, praktische Tipps für Österreich und acht Seiten fokussieren sich auf eine Reisreportage von einer Österreich-Reise.
- ✓ **Digital-Out-of-Home-Kampagne (LED-Cube)**
 - In den zentralen Hallen der Bahnhöfe Antwerpen-Centraal (586.000 Reisende/Woche) und Gent-Sint-Pieters (728.000 Reisende/Woche) wird jeweils ein LED-Cube installiert, der über zwei digitale und zwei statische Seiten verfügt. Alle Partnerspots (max. 20 Sekunden) werden auf den digitalen Seiten ausgespielt. Die statischen Seiten werden mit Lebensgefühl-Sujets der Österreich Werbung bespielt.
 - Der Share of Voice liegt exklusiv bei der Österreich Werbung und den Kampagnenpartnern und beträgt 100%. Die wöchentliche Ausspielung umfasst 168 Stunden (24/7), wobei die verfügbare Sendezeit auf die Lebensgefühl-Imagekampagne der Österreich Werbung sowie auf alle Partnerspots aufgeteilt wird.
 - Die Laufzeit beträgt 28 Tage in Gent und 14 Tage in Antwerpen, im Zeitraum April 2026. Der Zeitraum schließt die Osterferien in Flandern mit ein.

Klassik - Phase 2 (Winter) - Sept '26 - Feb '27

- ✓ **Detaillierte Darstellung auf austria.info** Ihrer Inhalte und Angebote im Kampagnenüberblick des belgischen Portals der austria.info (www.austria.info/nl-be), um potenzielle Gäste für Ihre Highlights zu begeistern.

Sie profitieren von der Sichtbarkeit Ihres Angebotes und Ihrer Aktivitäten auf unserer zentralen Plattform für „Lebensgefühl Österreich“ und können Top-Themen und Besonderheiten hervorheben. Es können maximal drei Subpartner eingebunden werden.
- ✓ **Teaser im Austria Tourism-B2C-Newsletter** mit Bild und Kurztext in einer Ausgabe für „Lebensgefühl Österreich“ an ca. 7.132 Abonnent:innen (Stand Juli 2025) mit Verlinkung auf die austria.info-Partnerseite bzw. direkte Verlinkung auf die Partnerseite bei Buchung des Hotelpakets.
- ✓ **Teaser im Medien-Newsletter** mit Bild und Kurztext in einer Ausgabe für „Lebensgefühl Österreich“ an ca. 183 Medienvertreter:innen (Stand Juli 2025) mit Verlinkung auf die austria.info-Partnerseite.
- ✓ **Online-Traffic**
Google Search Kampagne

Wir setzen eine qualitativ hochwertige und umfangreiche Traffic Kampagne mittels Google Ads um, welche auf Ihre Partnerseite auf austria.info einzahlt. Optimiert werden diese Ads mit Image Extensions. Ansprechende Bilder sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit und machen die Ads attraktiver.
- ✓ **Social-Media-Advertising**

META Performance Kampagne (Instagram und Facebook) mit Link Ads (Traffic optimiert) auf Basis von Dynamic Creatives, die mittels Interest-Targetings ausgespielt werden. In der Awareness-Phase werden Daten generiert, die zum Retargeting dieser Social-Media-Kampagne genutzt werden. So können bereits interessierte User:innen angesprochen werden und dadurch qualitativer Ergebnisse erzielt werden.
- ✓ **Onlinecontentkooperation** auf **De Morgen**, der flämischen Qualitätsnachrichten-Website, und **HLN** (Het Laatste Nieuws), der meistgelesenen Nachrichtenplattform in Flandern.
 - Die Umsetzung startet mit der initialen Veröffentlichung auf DeMorgen.be und wird anschließend um Leser:innen von HLN erweitert, um das Mediabudget pro Online-Advertiser gezielt einzusetzen.
 - Die Inhalte erscheinen in Form eines Native Dossiers im Minisite-Stil auf den Onlineportalen – jeweils mit einem Artikel, in dem zwei Partner ausführlich vorgestellt werden.
 - Pro Artikel werden durchschnittlich 7.600 Pageviews erwartet, davon rund 1.680 Quality Reads – dabei werden nur Leser:innen gezählt, die den Artikel vollständig durchscrollen.
 - Zur Steigerung von Reichweite und Sichtbarkeit ist pro Online-Advertiser ein zusätzlicher Traffic-Booster auf allen Plattformen geplant – mit einer geschätzten Sichtbarkeit von etwa 1,8 Millionen Impressions.
 - Die Aktivierung erfolgt über CTA-Buttons und Textlinks, die direkt zur Website des jeweiligen Partners führen.
- ✓ **Print Advertisorial** mit dem Magazin **WintersportGids**, das seit 1995 Wintersportbegeisterte informiert und inspiriert sowie eine umfassende Übersicht über Skigebiete, Ausrüstung, Trends und Reiseziele bietet.
 - Das Magazin WintersportGids erscheint 1x pro Jahr im November mit einer Auflage von mind. 20.000 Exemplaren und wird kostenlos über *Sneeuwsport Vlaanderen* sowie an relevanten Standorten wie Indoor Skihallen, Sportfachgeschäften und ausgewählten Lesezonen verteilt.
 - In der Ausgabe 2026 wird ein neunseitiger Artikel über Österreich erscheinen, innerhalb dessen Ihr Content themenspezifisch auf einer halben Seite platziert wird. Die Bildauswahl erfolgt in Abstimmung mit dem ÖW-Büro Belgien und der Redaktion.
- ✓ **Digital-Out-of-Home-Kampagne (LED-Cube)**
 - In den zentralen Hallen der Bahnhöfe Antwerpen-Centraal (586.000 Reisende/Woche) und Gent-Sint-Pieters (728.000 Reisende/Woche) wird jeweils ein LED-Cube installiert, der über zwei digitale und zwei statische Seiten verfügt. Alle Partnerspots (max. 20 Sekunden) werden auf den digitalen Seiten ausgespielt. Die statischen Seiten werden mit Lebensgefühl-Sujets der Österreich Werbung bespielt.
 - Der Share of Voice liegt exklusiv bei der Österreich Werbung und den Kampagnenpartnern und beträgt 100%. Die wöchentliche Ausspielung umfasst 168 Stunden (24/7), wobei die verfügbare Sendezeit auf die Lebensgefühl-Imagekampagne der Österreich Werbung sowie auf alle Partnerspots aufgeteilt wird.
 - Die Laufzeit beträgt 28 Tage in Gent und 14 Tage in Antwerpen, im Zeitraum Oktober 2026. Der Zeitraum schließt die Herbstferien in Flandern mit ein.
 - **NEU:** Am LED-Cube wird **ein Diffuser** angebracht, der den charakteristischen **Duft österreichischer Wälder verströmt** und so ein sinnliches, bleibendes Markenerlebnis schafft.

Hotel - Ganzjahr - März '26 - Feb. '27

✓ Teaser auf austria.info

Ihre Inhalte werden im Rahmen eines Teasers auf der Kampagnenlandingpage auf dem belgischen Länderportal auf austria.info (www.austria.info/nl-be) dargestellt, mit direkter Verlinkung auf Ihre Website.

✓ Teaser im ÖW-B2C-Newsletter

mit Bild und Kurztext in einer Ausgabe für „Lebensgefühl Österreich“ an ca. 7.132 Abonnent:innen (Stand Juli 2025) mit Verlinkung direkt auf Ihre Website.

✓ Online-Traffic

Google Search Kampagne

Wir setzen eine qualitativ hochwertige und umfangreiche Traffic Kampagne mittels Google Ads um, welche auf Ihre Partnerseite auf austria.info einzahlzt. Optimiert werden diese Ads mit Image Extensions. Ansprechende Bilder sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit und machen die Ads attraktiver.

✓ Social-Media-Advertising

META Performance Kampagne (Instagram und Facebook) mit Link Ads (Traffic optimiert) auf Basis von Dynamic Creatives, die mittels Interest-Targetings ausgespielt werden. In der Awareness-Phase werden Daten generiert, die zum Retargeting dieser Social-Media-Kampagne genutzt werden. So können bereits interessierte User:innen angesprochen werden und dadurch qualitativer Ergebnisse erzielt werden.

✓ Programmatic Display

GDN Kampagne

Display ist und bleibt ein relevantes Medium für die Image- und Markenkommunikation, vor allem um Reichweite zu generieren. Es hat den großen Vorteil, schnell und nachhaltig Reichweite in der relevanten Zielgruppe aufzubauen und die Botschaft verständlich zu kommunizieren. Das Google Display Netzwerk ist eine Sammlung von über 2 Mio. Websites, auf denen Google Werbeflächen zur Verfügung stellt und somit Display Banner ausgeliefert werden können.

Die Österreich Werbung wird eine Google Display Network Kampagne mit Keywords und zielgerichtetem Audience Targeting für Sie durchführen. Die benötigten Banner werden von dem ÖW-Büro Belgien produziert.

Hotel - Phase 1 (Sommer) - März '26 - Aug. '26

✓ Teaser auf austria.info

Ihre Inhalte werden im Rahmen eines Teasers auf der Kampagnenlandingpage auf dem belgischen Länderportal auf austria.info (www.austria.info/nl-be) dargestellt, mit direkter Verlinkung auf Ihre Website.

✓ Teaser im Austria Tourism-B2C-Newsletter

mit Bild und Kurztext in einer Ausgabe für „Lebensgefühl Österreich“ an ca. 7.132 Abonnent:innen (Stand Juli 2025) mit Verlinkung direkt auf Ihre Website.

✓ Online-Traffic

Google Search Kampagne

Wir setzen eine qualitativ hochwertige und umfangreiche Traffic Kampagne mittels Google Ads um, welche auf Ihre Partnerseite auf austria.info einzahlzt. Optimiert werden diese Ads mit Image Extensions. Ansprechende Bilder sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit und machen die Ads attraktiver.

✓ Social-Media-Advertising

META Performance Kampagne (Instagram und Facebook) mit Link Ads (Traffic optimiert) auf Basis von Dynamic Creatives, die mittels Interest-Targetings ausgespielt werden. In der Awareness-Phase werden Daten generiert, die zum Retargeting dieser Social-Media-Kampagne genutzt werden. So können bereits interessierte User:innen angesprochen werden und dadurch qualitativer Ergebnisse erzielt werden.

✓ Programmatic Display

GDN Kampagne

Display ist und bleibt ein relevantes Medium für die Image- und Markenkommunikation, vor allem um Reichweite zu generieren. Es hat den großen Vorteil, schnell und nachhaltig Reichweite in der relevanten Zielgruppe aufzubauen und die Botschaft verständlich zu kommunizieren. Das Google Display Netzwerk ist eine Sammlung von über 2 Mio. Websites, auf denen Google Werbeflächen zur Verfügung stellt und somit Display Banner ausgeliefert werden können.

Die Österreich Werbung wird eine Google Display Network Kampagne mit Keywords und zielgerichtetem Audience Targeting für Sie durchführen. Die benötigten Banner werden von dem ÖW-Büro Belgien produziert.

Hotel - Phase 2 (Winter) - Sept '26 - Feb '27

✓ Teaser auf austria.info

Ihre Inhalte werden im Rahmen eines Teasers auf der Kampagnenlandingpage auf dem belgischen Länderportal auf austria.info (www.austria.info/nl-be) dargestellt, mit direkter Verlinkung auf Ihre Website.

✓ Teaser im ÖW-B2C-Newsletter

mit Bild und Kurztext in einer Ausgabe für „Lebensgefühl Österreich“ an ca. 7.132 Abonnent:innen (Stand Juli 2025) mit Verlinkung direkt auf Ihre Website.

✓ Online-Traffic

Google Search Kampagne

Wir setzen eine qualitativ hochwertige und umfangreiche Traffic Kampagne mittels Google Ads um, welche auf Ihre Partnerseite auf austria.info einzieht. Optimierte werden diese Ads mit Image Extensions. Ansprechende Bilder sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit und machen die Ads attraktiver.

✓ Social-Media-Advertising

META Performance Kampagne (Instagram und Facebook) mit Link Ads (Traffic optimiert) auf Basis von Dynamic Creatives, die mittels Interest-Targetings ausgespielt werden. In der Awareness-Phase werden Daten generiert, die zum Retargeting dieser Social-Media-Kampagne genutzt werden. So können bereits interessierte User:innen angesprochen werden und dadurch qualitativer Ergebnisse erzielt werden.

✓ Programmatic Display

GDN Kampagne

Display ist und bleibt ein relevantes Medium für die Image- und Markenkommunikation, vor allem um Reichweite zu generieren. Es hat den großen Vorteil, schnell und nachhaltig Reichweite in der relevanten Zielgruppe aufzubauen und die Botschaft verständlich zu kommunizieren. Das Google Display Netzwerk ist eine Sammlung von über 2 Mio. Websites, auf denen Google Werbeflächen zur Verfügung stellt und somit Display Banner ausgeliefert werden können.

Die Österreich Werbung wird eine Google Display Network Kampagne mit Keywords und zielgerichtetem Audience Targeting für Sie durchführen. Die benötigten Banner werden von dem ÖW-Büro Belgien produziert.

Beteiligungspakete im Detail

Belgien. Kampagne. 2026 - Ganzjahr, Phase 1 (Sommer), Phase 2 (Winter)



Add-ons

Add-On Video-Instream-Kampagne - Paket mit vier lokalen Streaming-Plattformen

✓ Videobewerbung

- Wir bieten Ihnen eine hochwertige Video-Instream-Ausspielung Ihres 15-sekündigen Spots auf vier führenden Streaming-Plattformen Flanderns.
- Der Großteil der Platzierungen erfolgt auf den reichweitenstarken Plattformen **GoPlay** und **VRT Max**. Auf **HBO Max** und **Streamz** sind in geringerem Umfang Platzierungen vorgesehen.
- ca. 173.000 Impressionen/Ansichten
- Netto-CPM von € 28,88
- Vier hochwertige Streaming-Plattformen, auf denen Inhalte in bester Qualität auf TV, Laptop, Tablet oder Smartphone gestreamt werden.
- Reichweite: Vollständige Ausspielung in Flandern, zusätzlich niederländischsprachige Zielgruppe in Brüssel
- Leistungen: Ausspielung Ihres 15-Sekunden-Videos als Instream-Ad, Laufzeit: 7-10 Tage, Gesamtpreis: € 5.000

Add-On Video-Instream-Kampagne - Größte lokale Streaming-Plattform

✓ Videobewerbung

- Wir bieten Ihnen eine hochwertige Video-Instream-Ausspielung Ihres 15-sekündigen Spots auf der größten Streaming-Plattform Flanderns.
- Plattform: **VTM GO**
- ca. 165.000 Impressionen/Ansichten
- Netto-CPM von € 28,60
- Hochwertige Streaming-Plattform, auf der Inhalte in bester Qualität auf TV, Laptop, Tablet oder Smartphone gestreamt werden.
- Reichweite: Vollständige Ausspielung in Flandern, zusätzlich niederländischsprachige Zielgruppe in Brüssel
- Leistungen: Ausspielung Ihres 15-Sekunden-Videos als Instream-Ad, Laufzeit: 7 Tage, Gesamtpreis: € 5.000

Add-On Straßenbahnbeklebung - Antwerpen & Gent

✓ Out-of-Home-Kampagne

- Sie erhalten (je nach Anzahl der Partneranmeldungen) zwei 10m² große Straßenbahn-Werbeflächen in Gent, ODER eine 10m² große Straßenbahn-Werbefläche sowohl in Antwerpen (107.500 Kontakte pro Werbefläche) als auch in Gent (124.000 Kontakte pro Werbefläche)
 - Für eine Laufzeit von 28 Tagen
 - Folgende Laufzeiten stehen zur Auswahl:
 - 31.03.2026 – 27.04.2026 (Osterferien in Flandern abgedeckt)
 - 29.09.2026 – 26.10.2026 (Herbstferien in Flandern abgedeckt)
- Achtung: Sollten Sie beide Laufzeiten bevorzugen, bitte wir das Add-on zweimal einzubuchen.

Add-On DOOH Bewerbung - Shopping Malls Flandern

✓ Digital-Out-of-Home-Kampagne

- In 11 stark frequentierten Einkaufszentren in Flandern werden insgesamt 65 digitale Screens bespielt.
- Die gebuchte Kampagne läuft über 7 Tage, mit einem Share of Voice von 10% und einer Spotlänge von 12 Sekunden. D.h., ihr Spot wird alle 2 Minuten ausgepielt. Geschätzte Kontaktpunkte 1.836.180 Mio.
- Der exakte Ausstrahlungszeitraum wird in Abstimmung mit dem Partner festgelegt und richtet sich nach den verfügbaren Schaltzeiträumen.
- **Der tatsächliche Preis ist abhängig vom Ausspielungszeitraum und wird bei Buchung nochmal individuell angefragt. Es kann, muss jedoch nicht, zu einer Abweichung von +/- 20% kommen.**

Add-On OOH Bewerbung - Supersized Frames Antwerp

✓ Out-of-Home-Kampagne

- An zwei Eingängen der Bahnhofshalle von Antwerpen-Centraal (586.000 Reisende/Woche) werden vier 6,3 m² LED Backlit Frames (d.h. zwei pro Eingang) mit Ihren Inhalten bespielt.
 - Die Laufzeit beträgt 28 Tage. Der tatsächliche Leistungszeitraum wird in Abstimmung mit dem Partner festgelegt und richtet sich nach den verfügbaren Schaltzeiträumen.
 - Das Add-on kann entweder exklusiv oder gemeinsam mit einem zweiten Partner gebucht werden.
 - Einzelbuchung: € 14.590
- Share of Voice: 100 %
- Buchung durch zwei Partner: € 7.295 pro Partner
- Share of Voice: 50 % pro Partner

Add-On Kinowerbung - Familienfilme

✓ Kinowerbung: Familienfilme

- Ihr Spot wird 1 Woche lang von 8. bis 14. April in 15 Kinos und auf 133 Screens gezeigt.
- Der Fokus liegt ausschließlich auf Familienfilme in Flandern, somit werden sowohl Kinder als auch die begleitenden Eltern erreicht.
- 15" = 4.990
- 20" = 6.090
- 30" = 6.690

Add-On Kinowerbung - Familienfilme

✓ Kinowerbung: Familienfilme

- Ihr Spot wird 1 Woche lang von 4. bis 10. November 2026 in 15 Kinos und auf 133 Screens gezeigt.
- Der Fokus liegt ausschließlich auf Familienfilme in Flandern, somit werden sowohl Kinder als auch die begleitenden Eltern erreicht.
- 15" = 3.890
- 20" = 4.690
- 30" = 5.490

Add-on Kinowerbung - Familienfilme

✓ Kinowerbung: Familienfilme

- Ihr 30"-Spot wird 2 Wochen lang von 01.-14.04.2026 ausgepielt, und deckt damit den Großteil der Flämischen Osterferien ab (06.-19.04.2026).
- Der Fokus liegt ausschließlich auf Familienfilme in Flandern (ohne NL-Brüssel), somit werden sowohl Kinder als auch die begleitenden Eltern erreicht.

Add-on Kinowerbung - Familienfilme

✓ Kinowerbung: Familienfilme

- Ihr 30"-Spot wird 3 Wochen lang von 14.10-04.11.2026 ausgepielt, und deckt damit den Großteil der Flämischen Herbstferien ab (02.-08.11.2026).
- Der Fokus liegt ausschließlich auf Familienfilme in Flandern (ohne NL-Brüssel), somit werden sowohl Kinder als auch die begleitenden Eltern erreicht.

Add-on Kinowerbung Luxemburg - Familienfilme

✓ Kinowerbung: Familienfilme

- Ihr 30"-Spot wird 2 Wochen lang ausgepielt.

Add-On Social Kampagne Hotel - Kulinarik

- ✓ Exklusive Onlinecontentkooperation mit [June](#), dem Travel & Food Magazin für Genussmenschen mit Fokus auf Reisen, kulinarische Hotspots und verborgene Schätze. Auf [Instagram](#) erweckt June diese Themen durch stilvolle Reels, persönliche Tipps und authentische Geschichten von einzigartigen Orten zum Leben.
 - Es wird ein Video über den Instagramkanal und mit Voice-over der Chefredaktion von June ausgespielt.
 - Vorhandenes Videomaterial kann – sofern es dem Stil und der inhaltlichen Ausrichtung des Kanals entspricht – wiederverwendet werden. Sollte das verfügbare Material nicht geeignet sein, wird anhand klarer Richtlinien neues Material angefordert. Auf dieser Grundlage wird ein neues Reel erstellt und veröffentlicht.
 - Der Kanal zählt 17.500 Follower:innen und übt eine authentische Anziehungskraft auf eine klar definierte Nischengruppe aus.

Add-On Online Advertorial - Gravel & Rennrad

- ✓ **Exklusive Onlinecontentkooperation** auf [WielerFlits.be/fietstoerisme](#), welche Teil einer der größten Radsportplattformen Belgiens ist. Hier werden inspirierende Reiseziele und Radrouten für Freizeit- und ambitionierte Radfahrer:innen präsentiert – mit einem klaren Fokus auf Radtourismus.
 - Das Advertorial bleibt dauerhaft auf [WielerFlits.be](#) verfügbar und erzielt durchschnittlich zwischen 4.000 und 6.000 Aufrufe pro Artikel.
 - Zur Bewerbung des Advertorials wird ein Beitrag über die Social-Media-Kanäle (BE & NL) veröffentlicht. Die Reichweite umfasst 64.000 Follower:innen auf Facebook, 57.000 auf Instagram und 40.000 auf X.
 - Zusätzlich wird das Advertorial über zwei Teaser im Newsletter an die Community (BE & NL) beworben – mit einer Reichweite von 31.000 Abonnent:innen.

Add-On Online Advertorial - Familie

- ✓ **Exklusive Onlinecontentkooperation** auf [Maison Slash](#), einer Webseite, die sich gezielt an Eltern richtet und auf lockere Weise Tipps für Tagesausflüge, empfehlenswerte Adressen sowie inspirierende Erfahrungsberichte und Geschichten bietet.
 - Ein Advertorial wird im Durchschnitt von 4.000 bis 7.000 Personen gelesen, mit einer durchschnittlichen Lesedauer von etwa einer Minute.
 - Zur Bewerbung des Advertorials wird ein Beitrag über die Social-Media-Kanäle von Maison Slash veröffentlicht. Die Facebook-Seite zählt 33.000 Follower:innen, der Instagram-Kanal 28.300. Die durchschnittliche Reichweite liegt hier zwischen 60.000 und 100.000 Nutzer:innen.
 - Zusätzlich wird ein Teaser über den Newsletter an die Community versendet. Dieser erreicht rund 23.000 Abonnent:innen, bei einer durchschnittlichen Öffnungsrate von 28%.

Add-On Online Advertorial - Kulinarik

- ✓ **Exklusive Onlinecontentkooperation**
Culinaire Ambiance ist ein hochwertiges belgisches Genussmagazin, das sich an eine anspruchsvolle Zielgruppe richtet und Themen wie Gastronomie, Wein, Reisen und Lifestyle kuratiert.
 - Das Advertorial bleibt auf der Culinaire Ambiance-Website dauerhaft online. Die durchschnittliche Anzahl an Views der Artikel auf Website beträgt zwischen 5.000 und 8.000.
 - Über die Social Media Kanäle wird ein Beitrag zur Promotion des Advertorials veröffentlicht. Die Facebook-Seite hat 19.000 Follower:innen, die Instagram-Seite 18.300 Follower:innen.
 - Ein Teaser zur Bewerbung des Advertorials wird über den Newsletter an die Community verschickt. Die Reichweite beträgt hier 80.000 Abonnent:innen, und die Öffnungsrate liegt bei 33%.

Add-On Influencer Event - Networking-Fokus

- ✓ **Influencer Meet-Up** mit 75 der besten Reiseinfluencer:innen und Reise-Content-Creator aus Belgien.
Dauer: 1,5 Tage
Location: Modernes Flusskreuzfahrtschiff VIVA MOMENTS
Ort: Antwerpen, Belgien
Format: Präsentation der belgischen Influencer:innen-Landschaft, Freeflow-Workshop, Abendessen, Afterparty, Übernachtung und Frühstück mit hochwertigen Influencer-Profilen
- Teilnehmende:** 75 sorgfältig ausgewählte, qualitativ hochwertige Influencer- und Content Creator-Profile, die zur effizienten Kontaktaufnahme vorab auf Basis der teilnehmenden touristischen Partner ausgewählt werden. Sie verlassen die Veranstaltung mit einer Liste von Content Creators, die perfekt zu Ihrer Marke und Region passen. Durch die Teilnahme ersparen Sie sich endloses Scrollen durch Influencer-Anfragen oder mühsames Durchforsten des Internets nach neuen Profilen. Eingeladen werden nur Influencer:innen, die:
- eine ausreichende Reichweite haben, um spürbare Ergebnisse zu erzielen
 - wissen, wie man qualitativ hochwertige Inhalte erstellt
 - ein belgisches Publikum mit echter Kaufkraft beeinflussen
 - einfach in der Zusammenarbeit sind

Preis inkludiert:

- Die Teilnahme an der Veranstaltung
- Einen Stand auf dem Freeflow-Workshop
- Eine Kabine zum Übernachten
- Die Möglichkeit Influencer:innen persönlich kennenzulernen und wertvolle Beziehungen für künftige Kooperationen zu knüpfen

Details zum Programm:

Programm 29. Jänner 2026

- 14:00 - 15:00 Ankunft und Vorbereitung der Stände
- 15:30 - 16:00 Präsentation der belgischen Influencer:innen-Landschaft
- 16:00 - 19:00 Freeflow-Workshop
- 19:00 - 20:00 Aperitif
- 20:00 - 21:30 Abendessen
- 21:30 Afterparty

Programm 30. Jänner 2026

- 08:30 - 09:00 Check-out
- 08:00 - 10:00 Frühstück
- 10:00 - 10:30 Nachbesprechung & Verabschiedung

Anmeldeschluss 30. Oktober 2025! Anzahl teilnehmender Partner auf max. 4 begrenzt!

Anmeldung

Belgien. Kampagne. 2026 - Ganzjahr, Phase 1 (Sommer), Phase 2 (Winter)



An die Österreich Werbung, Vordere Zollamtsstraße 13, 1030 Wien, Österreich

Bitte senden Sie das firmenmäßig unterfertigte Dokument (alle Seiten) per Mail an anfrage@austria.info.

Menge	Land	Paket	Leistungszeitraum	Preis exkl. MwSt. pro Paket
-------	------	-------	-------------------	-----------------------------

Pakete

<input type="checkbox"/>	BEL	Klassik - Ganzjahr Kampagne	März 2026 - Februar 2027	EUR 23.000,-
<input type="checkbox"/>	BEL	Klassik - Phase 1 (Sommer) Kampagne	März - August 2026	EUR 11.500,-
<input type="checkbox"/>	BEL	Klassik - Phase 2 (Winter) Kampagne	September 2026 - Februar 2027	EUR 11.500,-
<input type="checkbox"/>	BEL	Hotel - Ganzjahr Kampagne	März 2026 - Februar 2027	EUR 4.000,-
<input type="checkbox"/>	BEL	Hotel - Phase 1 (Sommer) Kampagne	März - August 2026	EUR 2.000,-
<input type="checkbox"/>	BEL	Hotel - Phase 2 (Winter) Kampagne	September - Februar 2026	EUR 2.000,- exkl. variabler Kosten

Add-ons unter der Marke "Urlaub in Österreich" (nur in Kombination mit Paket buchbar)

<input type="checkbox"/>	BEL	Add-On Video-Instream-Kampagne Ganzjahr / Paket mit vier lokalen Streaming-Plattformen	ab EUR 5.050,-
<input type="checkbox"/>	BEL	Add-On Video-Instream-Kampagne Ganzjahr / Größte lokale Streaming- Plattform	ab EUR 5.050,-
<input type="checkbox"/>	BEL	Add-On Straßenbahnbeklebung Ganzjahr	ab ca. EUR 4.090,- *
<input type="checkbox"/>	BEL	Add-On DOOH Bewerbung Ganzjahr	ab EUR 17.190,-
<input type="checkbox"/>	BEL	Add-On OOH Bewerbung Ganzjahr	ab EUR 14.590,-
<input type="checkbox"/>	BEL	Add-On Kinowerbung Phase 1 (Sommer)	ab EUR 4.990,-
<input type="checkbox"/>	BEL	Add-On Kinowerbung Phase 2 (Winter)	ab EUR 3.890,-
<input type="checkbox"/>	BEL	Add-on Kinowerbung Phase 1 (Sommer)	EUR 19.800,-
<input type="checkbox"/>	BEL	Add-on Kinowerbung	ca. EUR 23.750,- *

<input type="checkbox"/>	Phase 2 (Winter)	
<input type="checkbox"/>	BEL Add-on Kinowerbung Luxemburg Phase 2 (Winter)	ca. EUR 11.450,- *
<input type="checkbox"/>	BEL Add-On Social Kampagne Hotel Ganzjahr	EUR 550,-
<input type="checkbox"/>	BEL Add-On Online Advertorial Ganzjahr / Gravel & Rennrad	EUR 3.050,-
<input type="checkbox"/>	BEL Add-On Online Advertorial Ganzjahr / Familie	EUR 7.650,-
<input type="checkbox"/>	BEL Add-On Online Advertorial Ganzjahr / Kulinarik	EUR 1.950,-
<input type="checkbox"/>	BEL Add-On Influencer Event 29. - 30. Januar 2026	ca. EUR 1.000,- * exkl. variabler Kosten

Hinweise

Die Anzahl der Teilnehmer ist beschränkt. Die Vergabe erfolgt nach der Reihenfolge der eingelangten Aufträge. Die buchbaren Aktivitäten und deren Umfang sowie die Preise basieren auf der Beteiligung einer kalkulierten Partneranzahl. Bei Nicht-zustande-Kommen der Mindestteilnehmerzahl räumt sich die Österreich Werbung das Recht ein, ein an bestehende Teilnehmer angepasstes Angebot zu erstellen oder gegebenenfalls die Aktivität zu stornieren.

Bei allen Aktivitäten, die nicht mit öffentlichen Geldern gestützt werden, beinhalten alle Fremdkosten eine OW-Handling-Fee.

Allgemeiner Hinweis ÖW-Branding

Das Layout der Werbemittel entspricht dem ÖW-CI/CD, um die Wiedererkennung und die inhaltliche Verbindung zu Österreich zu gewährleisten. Dies stellen wir mit der Platzierung des ÖW-Logos (Flagge + Österreich Claim), der Webadresse austria.info, des Kampagnenhashtags und einer adaptierten Kampagnen-Headline dar.

Je nach Werbemaßnahme wird mit dem Partner im Vorhinein geklärt, auf welche Art und Weise die Werbemittel hinsichtlich der ÖW-Branding-Vorgaben an die ÖW zu übermitteln sind.

Generell gilt: Die Partner liefern die Videos in der benötigten Länge und entsprechenden Qualität (je nach technischen Spezifikationen der Werbemaßnahme) rechtzeitig an.

Allgemeiner Hinweis Rechnungslegung

Der Gesamtpreis für jahresübergreifende Pakete wird in der Rechnungslegung prozentuell gesplittet.

Die Verrechnung der gebuchten Aktivitäten erfolgt mit Ende des Leistungszeitraums und bei einer jahresübergreifenden Aktivität spätestens mit 31.12., der Teil für das Anschlussjahr wird gesondert auf der Rechnung ausgewiesen.

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

Um Ihre Anmeldung bearbeiten zu können, kreuzen Sie bitte folgende Hinweise an und stimmen diesen damit zu.

- Mit der Unterzeichnung der Anmeldung nehmen der Auftraggeber (Vertragspartner/Kunde je nach Vertrag) und die von ihm genannten Subpartner zur Kenntnis, dass am Veranstaltungsort Videos oder Fotos angefertigt werden und zu Zwecken der Dokumentation und der Bewerbung der Veranstaltung u. a. im Internet veröffentlicht werden. Es besteht die Möglichkeit, dass Ihre Kontaktdaten an alle angemeldeten Teilnehmer der Veranstaltung zur weiteren Verwendung weitergeleitet werden (z. B. gedrucktes Teilnehmerverzeichnis, digitaler Versand der Teilnehmerliste).
- Für die Abwicklung der Teilnahme ist es bei einzelnen Aktivitäten notwendig, dass der ÖW Subpartner genannt werden. Hierzu sind den Subpartnern entsprechend der DSGVO ausreichende Informationen bereitzustellen.
- Ich habe die [Datenschutzbestimmungen](#) gelesen.
- Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen der Österreich Werbung in der letztgültigen Fassung (siehe www.austriatourism.com/impressum-agb). Alle Preise verstehen sich exklusive Mehrwertsteuer, variabler Kosten und sonstiger gesetzlicher Abgaben. Preisänderungen vorbehalten.

Rechnungssadresse

Auftraggeber*

E-Mail für Rechnungen**

Ansprechpartner

Adresse inkl. Hausnummer

E-Mail

Postleitzahl

Telefonnummer

Ort

Ihre ATU/UID-Nr.

Staat

* Geben Sie bitte den Unternehmensnamen inkl. etwaiger Zusätze wie GmbH an.

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

Die Österreich Werbung freut sich auf die Zusammenarbeit!

Ort, Datum, Unterschrift