



## Spanien. Austria a la Carta. Ganzjahr. 2020

"Austria a la Carta" garantiert eine Ganzjahrespräsenz auf dem spanischen Markt und repräsentiert die kulturelle "Speisekarte" Österreichs. Der Partnercontent wird als "Reisezutaten" in Form von Empfehlungen und Tipps aufbereitet und über relevante und ausgewählte digitale Medien und Reiseveranstalter sowie Social Media Kanäle und interaktive Medienevents ausgespielt. Einer der Schwerpunkte liegt auf den relevanten Communities der Social Media Kanäle.

Die vielen neuen direkten Fluganbindungen haben Österreich als Reisedestination stark in den Fokus der aktuellen Reiseangebote der Reiseveranstalter gerückt. 65% aller Europareisen werden über ein Reisebüro bzw. Reiseveranstalter angeboten und verkauft. Die definierte Zielgruppe wird durch die Gruppe der 55+ jährigen erweitert.

Eine sichere und hohe Kaufkraft bzw. eine gefestigte Reisebildung und Erfahrung erzeugen bei den jüngeren Mitgliedern der ausgewählten Zielgruppe eine wichtige Sogwirkung. Grundbedürfnisse wie Sicherheit, Geborgen- und Verbundenheit (= Zeit mit der Familie) haben einen hohen Stellenwert.

### Wir empfehlen die Teilnahme für:

Ausflugsziele, Bergbahnen, Destinationen, Hotels / Beherberger, Kultureinrichtungen, Landestourismusorganisationen, Verkehrsträger, Wirtschaftspartner

### Leistungszeitraum:

16. März - 31. Dezember 2020






### Zielgruppe:

Etablierte Post Materialisten: 35-55+ Jahre, Familiengruppen, Freunde, etablierte Paare mit digitaler Affinität; mittlere bis hohe akademische Bildung, Reiseerfahrung, nachhaltige Mobilität; sichere bis hohe Kaufkraft; kultur- und naturaffin; Haushalt: mind. 3 Personen; Clubleben und -mitgliedschaften (= Communities); aktiver Lebensstil und gesunde Ernährung; 1-3 Reisen pro Jahr.

### Bewerbungsraum:

Großraum Barcelona, Madrid, Bilbao


## Ihr Nutzen

-  Zielgruppenorientierte Auswahl der Medien (Online und Print)
-  Fokus auf Reichweite und Involvement innerhalb der Zielgruppe in Bezug auf alle Social Media Aktivitäten
-  Medienkooperation mit einem Special Interest Magazin (Online und Offline)
-  Über die hohe Medienaufmerksamkeit erhalten die Partnerthemen/der Content hohe Marktrelevanz (kompetente Beratung, Umsetzung und Steuerung)
-  Ganzjahrespräsenz in relevanten und ausgewählten Medien und Onlinereiseveranstaltern



 **Anmeldefrist**  
15.01.2020

 **Ihre Investition**  
€ 3.100-9.800

 **Stützung durch ÖW-Mittel**  
53%



Pakete

Premium	Klassik	Kultur- und Hotelpaket
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Detaillierte Darstellung auf austria.info</li> <li>✓ Integration im ÖW-Presse-Newsletter</li> <li>✓ Integration im ÖW-B2C-Newsletter</li> <li>✓ CPC-Bewerbung</li> <li>✓ Medienkooperation</li> <li>✓ Social-Media-Kampagne</li> <li>✓ Presseevent</li> <li>✓ Influencerreise</li> <li>✓ Kooperation mit Reiseveranstalter</li> <li>✓ Onlinemedienkooperation</li> <li>✓ B2B-Event</li> </ul> <p><b>EUR 9.800,-</b> exkl. variabler Kosten*</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Detaillierte Darstellung auf austria.info</li> <li>✓ Integration im ÖW-Presse-Newsletter</li> <li>✓ Integration im ÖW-B2C-Newsletter</li> <li>✓ CPC-Bewerbung</li> <li>✓ Medienkooperation</li> <li>✓ Social-Media-Kampagne</li> <li>✓ Presseevent</li> <li>✓ Influencerreise</li> </ul> <p><b>EUR 6.800,-</b> exkl. variabler Kosten*</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Detaillierte Darstellung auf austria.info</li> <li>✓ Integration im ÖW-Presse-Newsletter</li> <li>✓ Integration im ÖW-B2C-Newsletter</li> <li>✓ CPC-Bewerbung</li> <li>✓ Medienkooperation</li> <li>✓ Social-Media-Kampagne</li> </ul> <p><b>EUR 3.100,-</b> exkl. variabler Kosten*</p>

Add-Ons Nur in Kombination mit den Paketen  
Premium, Klassik und Kultur/Hotels buchbar

Gruppenpressefahrt
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gruppenpressefahrt</li> </ul> <p><b>ab EUR 2.400,-</b> exkl. variabler Kosten*</p>

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

Marketingaktivitäten	Mär '20	Apr '20	Mai '20	Jun '20	Jul '20	Aug '20	Sep '20	Okt '20	Nov '20	Dez '20	Jän '21	Feb '21
Detaillierte Darstellung auf austria.info	[Red hatched bar]											
Integration im ÖW-Press-Newsletter		[Red hatched bar]										
Integration im ÖW-B2C-Newsletter		[Red hatched bar]										
CPC-Bewerbung		[Red hatched bar]										
Medienkooperation			[Red hatched bar]									
Social-Media-Kampagne		[Red hatched bar]										
Presseevent		[Red hatched bar]										
Influencerreise		[Red hatched bar] Nach Vereinbarung										
Kooperation mit Reiseveranstalter		[Red hatched bar]										
Onlinemedienkooperation		[Red hatched bar]										
B2B-Event									[Red hatched bar]			
Gruppenpressefahrt		[Red hatched bar] Nach Vereinbarung										

## Pakete

### Premium

- ✓ **Detaillierte Darstellung auf austria.info** mehr als 900.000 wertvolle Visits pro Jahr, hohes Interesse der spanischen Gäste innerhalb der definierten Zielgruppe sich über die Homepage der ÖW Spanien zu Urlaub in Österreich zu informieren. Eigener Themenchannel und Darstellung auf austria.info/es unter "Austria a la Carta". Partnerartikel in Form von Textcontent, Bildcontent und Verlinkung auf die eigene Seite wird sichtbar gemacht. Der Themenchannel "Austria a la Carta" und die Partnerartikel werden über eine Google Adwords Kampagne beworben. Texte, Bilder und Verlinkungen können jederzeit je nach Bedarf/Saison/Event und Kulturprogramm adaptiert und ausgetauscht werden.
- ✓ **Integration im ÖW-Presse-Newsletter** Artikel in einem Presse-Newsletter. Redaktions- und Versandplan wird mit den Partner abgestimmt. Teaserartikel pro Kampagnenjahr: Premium 3, Klassik 2, Kultur- und Hotelbetriebe 1. Die Medien reagieren sehr positiv auf den ÖW Presse-Newsletter. Die Öffnungsrate liegt bei ca. 27%. Alle Veröffentlichungen und Berichte zu Posts, Blogs, Interviews, etc. werden mit Angaben zu Reichweiten direkt an den Partner weitergeleitet. Der Presse-Newsletter wird an ca. 650 Top Medien verschickt.
- ✓ **Integration im ÖW-B2C-Newsletter** Integration von Partnercontent (Text und Foto) nach Abstimmung als Artikel in den digitalen B2C-Newsletter der ÖW Spanien. Versand nach Abstimmung zwischen Partner und ÖW an ca. 6.500 Abonnenten (Stand Juli 2019). Redaktionsplan zu den Versanddaten und Partnercontent vor Start der Kampagne. Durchschnittliche Öffnungsrate des Newsletter ca. 23%, alle Artikel mit dem Hauptartikel auf der Themenseite austria.info/es bzw. direkt zur Partnerseite verlinkt.
- ✓ **CPC-Bewerbung** Bewerbung des Themenchannels "Austria a la Carta" auf austria.info/es über eine Google AdWords Kampagne (April bis Ende September). Ziel: Zugriffe auf die Partnerseiten steigern und gezielt User aus der Zielgruppe für Urlaub in Österreich gewinnen.
- ✓ **Medienkooperation** Printmedien haben im Reisesegment in Spanien einen hohen Stellenwert. Namhafte Verlage wie Condé Nast Spain, RBA, Prensa Iberica, Planeta, Prisa oder Grupo Godo verlegen nach wie vor renommierte Reisemagazine mit hohen Reichweiten sowie Abonnentenzahlen. Die Produktion eines Beilegers für ein namhaftes Reisemagazin hebt die Aufmerksamkeit für Urlaub in Österreich enorm und garantiert die Präsenz und Einbindung des Partnercontents über mind. 1 Monat lang bei einer garantierten Leserreichweite von ca. 360.000 Lesern/Ausgabe. Die Produktion eines Printbeilegers wird sorgfältig mit dem Partner abgestimmt und im Look&Feel der Marke Urlaub in Österreich produziert. Die Medienkooperation print wird zusätzlich digital ausgespielt: Partnercontent wird auf einem eigenen Channel des Reisemagazins im Detail und in Abstimmung mit dem Partner dargestellt und vom Medium ausgespielt. Seiten pro Ausgabe: Premium 4, Klassik 2, Kultur- und Hotelbetriebe 1. Partnercontent digital: Darstellung je nach Paketbuchung
- ✓ **Social-Media-Kampagne** Facebook gehört am spanischen Markt zu den mächtigsten Treibern in der Reiseentscheidung im Social Media Bereich. Instagram hat in den letzten 2 Jahren stark aufgeholt und ist ebenfalls ein wichtiger Kanal in der Kommunikation in Bezug auf Reisen geworden. Die bisher erfolgreich umgesetzte Facebook AD Kampagne über die ÖW Seite "Viajes a Austria" (Stand 2019: 55.200 Fans) wird durch eine AD Kampagne auf Instagram erweitert. NEU: Communities wie Familienclubs, Runners, Gastronomicos, etc. sollen gesondert angesprochen werden. Die ADs werden in Form eines Redaktionsplanes mit dem Content und Fotomaterial der Partner erstellt, und es werden von April bis Ende Dezember beworbene Posts zur Bewerbung des Partnercontents gestreut. Dazwischen werden 2-3 Posts/Woche auf der Facebookseite der ÖW Viajes a Austria ebenfalls gestellt. Fokus: hohe Reichweite sowie Involvement und Engagement. Beworbene Posts pro Jahr: Premium mind. 8, Klassik mind. 4, Kultur- und Hotelbetriebe mind. 2.
- ✓ **Presseevent** 2 Medienevents in Madrid (ca. 35 Mediengäste) und Barcelona (ca. 35 Mediengäste) zum Start der Kampagne. Interaktiver Charakter und Möglichkeit, über diese Events mit den Medien persönliche Gespräche bis hin zu TV-/Radiointerviews zu führen (hohe Reichweite). Das bekannte Gesellschaftsspiel "el juego de Oca" wird auf die Partnerdestinationen Austria a la Carta umgelegt. Die Mediengäste spielen gemeinsam mit den Partnern als Gastgeber um den großen Sieg: eine Medienreise nach Österreich (Festlegung je nach Partnerbeteiligung).
- ✓ **Influencerreise** Ein namhafter Reiseinfluencer/IN wird mit Taschengeld auf Reisen entlang der Destinationen von "Austria a la Carta" geschickt. Die vorab eingeholten Empfehlungen zu den "coolsten" Restaurants, Bars und Cafés, einen Auszug aus dem jeweiligen lokalen Kulturprogramm, aber auch die wertvollen Tipps zu Wanderungen und Naturerlebnissen bekommt der Influencer/IN als "Insidertipps unserer Marktbetreuer der Destinationen" auf die Reise mit. Dauer der Reise im Idealfall 1 Woche, Reise innerhalb Österreichs mit Zug/Rad/Bus. Auswahl des Influencers nach Profil der Follower und Posts/Einträge bzw. Reichweite/Engagement.
- ✓ **Kooperation mit Reiseveranstalter** Über eine digitale RV-Koop - im besten Fall mit einem großen Online-RV - gelangt ihr Produkt unter dem Dach der Kampagne "Austria a la Carta" schnell und rasch in den Vertrieb. Die großen OTAs bieten modullastige digitale Vertriebswerbeformen. Ganz gezielte Kampagnen holen den B2C-User im richtigen Moment digital ab und überzeugen mit gutem Text- und Fotocontent auf gut aufbereiteten Microsites mit Verlinkung auf die Themenseiten Austria a la Carta austria.info/es. Bisher wurden sehr gute Kampagnen mit Odigeo, Lastminute, Logitravel seitens der ÖW Spanien umgesetzt.
- ✓ **Onlinemedienkooperation** 1-2 relevante Onlinemedien spielen den Partnercontent über ihre Kanäle und verstärkt durch eine eigene AD Kampagne aus. Gute Beispiele mit exzellenten Ergebnissen wären Medien wie hola.com, lavanguardia.com oder traveler.es; die Medien werden nach mehreren Abfragen sorgfältig ausgewählt und dann mit dem Partnercontent (in Abstimmung mit jedem Partner) bespielt. Reichweiten: ab 250.000 User/Leser pro Onlinemedium in der fixierten Laufzeit.

- ✓ **B2B-Event** Ein Food Truck an einer "nachhaltigen" Stelle in Madrid und/oder Barcelona (E-Bike Radstelle, Parkanlage nahe einer Fußgängerzone, im alten Hafen von Barcelona...) macht auf die besten "Zutaten" Österreichs (= Partner) aufmerksam. Er überrascht nicht nur mit echten österreichischen gastronomischen Feinheiten, "Tapas" und Getränken, sondern lädt die Mediengäste (ca. 30), Gäste aus der Reisebranche (ca. 30), Wirtschaft, Kultur/Sport und andere Meinungsbildner ein, die Angebote und Highlights der Partner kennenzulernen. Frühstück mit Wirtschaftspartnern/Meinungsbildnern/VIPs, Mittagessen mit Mediengästen, Jause mit einigen B2C-Gästen (Einladung via Communities), Abendessen mit Gästen aus der Reisebranche. Digitale Bewerbung über "Food"-Communities: Fokus Instagram.

## Klassik

- ✓ **Detaillierte Darstellung auf austria.info** mehr als 900.000 wertvolle Visits pro Jahr, hohes Interesse der spanischen Gäste innerhalb der definierten Zielgruppe sich über die Homepage der ÖW Spanien zu Urlaub in Österreich zu informieren. Eigener Themenchannel und Darstellung auf austria.info/es unter "Austria a la Carta". Partnerartikel in Form von Textcontent, Bildcontent und Verlinkung auf die eigene Seite wird sichtbar gemacht. Der Themenchannel "Austria a la Carta" und die Partnerartikel werden über eine Google Adwords Kampagne beworben. Texte, Bilder und Verlinkungen können jederzeit je nach Bedarf/Saison/Event und Kulturprogramm adaptiert und ausgetauscht werden.
- ✓ **Integration im ÖW-Press-Newsletter** Artikel in einem Pressenewsletter. Redaktions- und Versandplan wird mit den Partner abgestimmt. Teaserartikel pro Kampagnenjahr: Premium 3, Klassik 2, Kultur- und Hotelbetriebe 1. Die Medien reagieren sehr positiv auf den ÖW Pressenewsletter. Die Öffnungsrate liegt bei ca. 27%. Alle Veröffentlichungen und Berichte zu Posts, Blogs, Interviews, etc. werden mit Angaben zu Reichweiten direkt an den Partner weitergeleitet. Der Pressenewsletter wird an ca. 650 Top Medien verschickt.
- ✓ **Integration im ÖW-B2C-Newsletter** Integration von Partnercontent (Text und Foto) nach Abstimmung als Artikel in den digitalen B2C-Newsletter der ÖW Spanien. Versand nach Abstimmung zwischen Partner und ÖW an ca. 6.500 Abonnenten (Stand Juli 2019). Redaktionsplan zu den Versanddaten und Partnercontent vor Start der Kampagne. Durchschnittliche Öffnungsrate des Newsletter ca. 23%, alle Artikel mit dem Hauptartikel auf der Themenseite austria.info/es bzw. direkt zur Partnerseite verlinkt.
- ✓ **CPC-Bewerbung** Bewerbung des Themenchannels "Austria a la Carta" auf austria.info/es über eine Google AdWords Kampagne (April bis Ende September). Ziel: Zugriffe auf die Partnerseiten steigern und gezielt User aus der Zielgruppe für Urlaub in Österreich gewinnen.
- ✓ **Medienkooperation** Printmedien haben im Reisesegment in Spanien einen hohen Stellenwert. Namhafte Verlage wie Condé Nast Spain, RBA, Prensa Iberica, Planeta, Prisa oder Grupo Godo verlegen nach wie vor renommierte Reisemagazine mit hohen Reichweiten sowie Abonnentenzahlen. Die Produktion eines Beilegers für ein namhaftes Reisemagazin hebt die Aufmerksamkeit für Urlaub in Österreich enorm und garantiert die Präsenz und Einbindung des Partnercontents über mind. 1 Monat lang bei einer garantierten Leserreichweite von ca. 360.000 Lesern/Ausgabe. Die Produktion eines Printbeilegers wird sorgfältig mit dem Partner abgestimmt und im Look&Feel der Marke Urlaub in Österreich produziert. Die Medienkooperation print wird zusätzlich digital ausgespielt: Partnercontent wird auf einem eigenen Channel des Reisemagazins im Detail und in Abstimmung mit dem Partner dargestellt und vom Medium ausgespielt. Seiten pro Ausgabe: Premium 4, Klassik 2, Kultur- und Hotelbetriebe 1. Partnercontent digital: Darstellung je nach Paketbuchung
- ✓ **Social-Media-Kampagne** Facebook gehört am spanischen Markt zu den mächtigsten Treibern in der Reiseentscheidung im Social Media Bereich. Instagram hat in den letzten 2 Jahren stark aufgeholt und ist ebenfalls ein wichtiger Kanal in der Kommunikation in Bezug auf Reisen geworden. Die bisher erfolgreich umgesetzte Facebook AD Kampagne über die ÖW Seite "Viajes a Austria" (Stand 2019: 55.200 Fans) wird durch eine AD Kampagne auf Instagram erweitert. NEU: Communities wie Familienclubs, Runners, Gastronomicos, etc. sollen gesondert angesprochen werden. Die Ads werden in Form eines Redaktionsplanes mit dem Content und Fotomaterial der Partner erstellt, und es werden von April bis Ende Dezember beworbene Posts zur Bewerbung des Partnercontents gestreut. Dazwischen werden 2-3 Posts/Woche auf der Facebookseite der ÖW Viajes a Austria ebenfalls gestellt. Fokus: hohe Reichweite sowie Involvement und Engagement. Beworbene Posts pro Jahr: Premium mind. 8, Klassik mind. 4, Kultur- und Hotelbetriebe mind. 2.
- ✓ **Presseevent** 2 Medienevents in Madrid (ca. 35 Mediengäste) und Barcelona (ca. 35 Mediengäste) zum Start der Kampagne. Interaktiver Charakter und Möglichkeit, über diese Events mit den Medien persönliche Gespräche bis hin zu TV-/Radiointerviews zu führen (hohe Reichweite). Das bekannte Gesellschaftsspiel "el juego de Oca" wird auf die Partnerdestinationen Austria a la Carta umgelegt. Die Mediengäste spielen gemeinsam mit den Partnern als Gastgeber um den großen Sieg: eine Medienreise nach Österreich (Festlegung je nach Partnerbeteiligung).
- ✓ **Influencerreise** Ein namhafter ReiseinfluencerIN wird mit Taschengeld auf Reisen entlang der Destinationen von "Austria a la Carta" geschickt. Die vorab eingeholten Empfehlungen zu den "coolsten" Restaurants, Bars und Cafés, einen Auszug aus dem jeweiligen lokalen Kulturprogramm, aber auch die wertvollen Tipps zu Wanderungen und Naturerlebnissen bekommt der InfluencerIN als "Insidertipps unserer Marktbetreuer der Destinationen" auf die Reise mit. Dauer der Reise im Idealfall 1 Woche, Reise innerhalb Österreichs mit Zug/Rad/Bus. Auswahl des Influencers nach Profil der Follower und Posts/Einträge bzw. Reichweite/Engagement.

## Kultur- und Hotelpaket

- ✓ **Detaillierte Darstellung auf austria.info** mehr als 900.000 wertvolle Visits pro Jahr, hohes Interesse der spanischen Gäste innerhalb der definierten Zielgruppe sich über die Homepage der ÖW Spanien zu Urlaub in Österreich zu informieren. Eigener Themenchannel und Darstellung auf austria.info/es unter "Austria a la Carta". Partnerartikel in Form von Textcontent, Bildcontent und Verlinkung auf die eigene Seite wird sichtbar gemacht. Der Themenchannel "Austria a la Carta" und die Partnerartikel werden über eine Google Adwords Kampagne beworben. Texte, Bilder und Verlinkungen können jederzeit je nach Bedarf/Saison/Event und Kulturprogramm adaptiert und ausgetauscht werden.

- ✓ **Integration im ÖW-Press-Newsletter** Artikel in einem Pressenewsletter. Redaktions- und Versandplan wird mit den Partner abgestimmt. Teaserartikel pro Kampagnenjahr: Premium 3, Klassik 2, Kultur- und Hotelbetriebe 1. Die Medien reagieren sehr positiv auf den ÖW Pressenewsletter. Die Öffnungsrate liegt bei ca. 27%. Alle Veröffentlichungen und Berichte zu Posts, Blogs, Interviews, etc. werden mit Angaben zu Reichweiten direkt an den Partner weitergeleitet. Der Pressenewsletter wird an ca. 650 Top Medien verschickt.
- ✓ **Integration im ÖW-B2C-Newsletter** Integration von Partnercontent (Text und Foto) nach Abstimmung als Artikel in den digitalen B2C-Newsletter der ÖW Spanien. Versand nach Abstimmung zwischen Partner und ÖW an ca. 6.500 Abonnenten (Stand Juli 2019). Redaktionsplan zu den Versanddaten und Partnercontent vor Start der Kampagne. Durchschnittliche Öffnungsrate des Newsletter ca. 23%, alle Artikel mit dem Hauptartikel auf der Themenseite [austria.info/es](http://austria.info/es) bzw. direkt zur Partnerseite verlinkt.
- ✓ **CPC-Bewerbung** Bewerbung des Themenchannels "Austria a la Carta" auf [austria.info/es](http://austria.info/es) über eine Google AdWords Kampagne (April bis Ende September). Ziel: Zugriffe auf die Partnerseiten steigern und gezielt User aus der Zielgruppe für Urlaub in Österreich gewinnen.
- ✓ **Medienkooperation** Printmedien haben im Reisesegment in Spanien einen hohen Stellenwert. Namhafte Verlage wie Condé Nast Spain, RBA, Prensa Iberica, Planeta, Prisa oder Grupo Godo verlegen nach wie vor renommierte Reisemagazine mit hohen Reichweiten sowie Abonnentenzahlen. Die Produktion eines Beilegers für ein namhaftes Reisemagazin hebt die Aufmerksamkeit für Urlaub in Österreich enorm und garantiert die Präsenz und Einbindung des Partnercontents über mind. 1 Monat lang bei einer garantierten Leserreichweite von ca. 360.000 Lesern/Ausgabe. Die Produktion eines Printbeilegers wird sorgfältig mit dem Partner abgestimmt und im Look&Feel der Marke Urlaub in Österreich produziert. Die Medienkooperation print wird zusätzlich digital ausgespielt: Partnercontent wird auf einem eigenen Channel des Reisemagazins im Detail und in Abstimmung mit dem Partner dargestellt und vom Medium ausgespielt. Seiten pro Ausgabe: Premium 4, Klassik 2, Kultur- und Hotelbetriebe 1. Partnercontent digital: Darstellung je nach Paketbuchung
- ✓ **Social-Media-Kampagne** Facebook gehört am spanischen Markt zu den mächtigsten Treibern in der Reiseentscheidung im Social Media Bereich. Instagram hat in den letzten 2 Jahren stark aufgeholt und ist ebenfalls ein wichtiger Kanal in der Kommunikation in Bezug auf Reisen geworden. Die bisher erfolgreich umgesetzte Facebook AD Kampagne über die ÖW Seite "Viajes a Austria" (Stand 2019: 55.200 Fans) wird durch eine AD Kampagne auf Instagram erweitert. NEU: Communities wie Familienclubs, Runners, Gastronomicos, etc. sollen gesondert angesprochen werden. Die ADs werden in Form eines Redaktionsplanes mit dem Content und Fotomaterial der Partner erstellt, und es werden von April bis Ende Dezember beworbene Posts zur Bewerbung des Partnercontents gestreut. Dazwischen werden 2-3 Posts/Woche auf der Facebookseite der ÖW Viajes a Austria ebenfalls gestellt. Fokus: hohe Reichweite sowie Involvement und Engagement. Beworbene Posts pro Jahr: Premium mind. 8, Klassik mind. 4, Kultur- und Hotelbetriebe mind. 2.

## Add-Ons

**Gruppenpressefahrt - ausgewählte Medienvertreter werden nach Abstimmung mit der Partnerdestination nach Österreich eingeladen. Fokus: Tageszeitungen, Reisemagazine, Kulturmagazine**

- ✓ **Gruppenpressefahrt** Gruppenpressefahrten haben den Vorteil, dass mehrere Themen einer Destination mehreren relevanten Medien präsentiert werden können. Die ÖW begleitet normalerweise in Abstimmung mit der Partnerdestination/Gastgeber die Gruppe. ÖW übernimmt die Anreisekosten/Flüge. (maximal 6 Mediengäste werden eingeladen)

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

Menge	Land	Paket	Leistungszeitraum	Preis exkl. MwSt. pro Paket
<input type="checkbox"/>	ESP	Premium	März - Dezember 2020	<b>EUR 9.800,-</b> exkl. variabler Kosten
<input type="checkbox"/>	ESP	Klassik	März - Dezember 2020	<b>EUR 6.800,-</b> exkl. variabler Kosten
<input type="checkbox"/>	ESP	Kultur- und Hotelpaket	März - Dezember 2020	<b>EUR 3.100,-</b> exkl. variabler Kosten

## Pakete

**Add-Ons** Nur in Kombination mit den Paketen Premium, Klassik und Kultur/Hotels buchbar

<input type="checkbox"/>	ESP	Gruppenpressefahrt	März - Dezember 2020	<b>ab EUR 2.400,-</b> exkl. variabler Kosten
--------------------------	-----	--------------------	----------------------	---

## Hinweise

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-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.

Ihre Anfrage wird nach Bestätigung von Ihrer Ansprechperson in der Österreich Werbung als Auftrag gültig.

Die Verrechnung erfolgt in lokaler Währung zu dem zum Zeitpunkt der Rechnungslegung gültigen Tageskurs der Europäischen Zentralbank. Falls ein Richtpreis in EUR angegeben ist, wurde dieser gemäß dem derzeit gültigen Tageskurs der Europäischen Zentralbank berechnet.

Die Verrechnung einer jahresübergreifenden Aktivität erfolgt 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 Anfrage bearbeiten zu können, kreuzen Sie bitte folgende Hinweise an und stimmen diesen damit zu.

- Mit der Unterzeichnung der Anfrage 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](http://www.austriatourism.com/impressum-agb)). Alle Preise verstehen sich inklusive Mehrwertsteuer, variabler Kosten und sonstiger gesetzlicher Abgaben. Preisänderungen vorbehalten.

## Rechnungsadresse

**Auftraggeber\***

**Telefonnummer**

**Ansprechpartner**

**Ihre ATU/UID-Nr.**

**E-Mail**

**E-Mail für Rechnungen\*\***

\* 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