

# Marketing-Highlights der Österreich Werbung 2017

Die Österreich Werbung begeistert weltweit für Urlaub in Österreich. Dabei setzte sie auch heuer auf innovative und kreative Marketing-highlights, und zwar sowohl on- als auch offline.

## #YearInAustria:

### Ein Jahr auf Entdeckungstour durch Österreich

Ende Jänner begab sich die britische Bloggerin Becki Enright von Borders of Adventure ein Jahr lang auf die Suche nach unerwarteten Erlebnissen in Österreich. Unter dem Hashtag #YearInAustria berichtete sie live auf ihren Social Media-Kanälen Facebook, Instagram, Twitter & Co sowie ihrem Blog über ihre Erlebnisse in Österreich und stellte sich auch Aufgaben und Fragen ihrer Follower.

Zudem wurde der produzierte Content auf der englischen ÖW-Website sowie den Homepages der bereisten Regionen eingesetzt. Ziel der Blogger-Kampagne #YearInAustria war es, authentischen Content zu erhalten, der von einer Britin für Briten produziert wurde.

### Innovatives B2B-Format in Moskau

Im März lud die Österreich Werbung in Moskau zu einem Reiseveranstalter-Workshop neuen Formats ein: Beim „Business Talk“ ging es nicht nur um Verkaufsgespräche, sondern auch um einen Blick in andere Branchen, um die aktuelle Entwicklung des russischen Markts besser zu verstehen. 21 österreichische Partner nutzten die Gelegenheit, ihre Key Accounts in den Räumlichkeiten der Österreichischen Botschaft in Moskau zu treffen.

Am Nachmittag lieferte das Symposium „Tourismus der Zukunft“ Aus- und Einblicke in die Entwicklung des österreichischen Angebots im städtischen und im alpinen Raum sowie in Trends und Tendenzen in der Zielgruppe von „Urlaub in Österreich“ in Russland. Die Doppelveranstaltung fand aus Anlass des „Tourismusjahrs Österreich-Russland



© Borders of Adventure, Österreich Werbung (3)



2017“ statt, das von den beiden Regierungen ausgerufen wurde, um die bilateralen Tourismusbeziehungen zu stärken.

### „Social Influencer Summit“ in Amsterdam

Im April lud die Österreich Werbung in Amsterdam zu einem innovativen Social Influencer Summit ein; dabei trafen sieben österreichische Destinationspartner auf 20 niederländische Online-Influencer, darunter renommierte Blogger, Instagrammer und YouTuber aus den Bereichen Travel, Lifestyle und Food. Experten aus den Bereichen Trendwatch und digitales Marketing boten bei spannenden Präsentationen Insights in digitale Marketingentwicklungen und Reisetrends.

Nach einer interessanten Podiumsdiskussion der Keynote-Speaker standen intensive Gespräche,

Erfahrungsaustausch und Netzwerken mit den Online-Influencern auf dem Programm. Dabei präsentierten sich die österreichischen Destinationen mit besonderen Content-Ideen und inspirierenden Urlaubserlebnissen.

### Chinesisch-österreichisches Kulinarik-Duell in Shanghai

Rund 50 chinesische Medienvertreter folgten der Einladung der Österreich Werbung China Anfang Mai zum Medien-Event „Gastrosophicum Austria 2017“ in Shanghai. Die hochdekorierten Köche David Du (Hyatt Shanghai, China) und Max Stiegl (Gut Purbach, Österreich) zauberten mit den mehr oder weniger gleichen Zutaten jeweils typische Gerichte für ihre Länder.

Ziel war es, zu zeigen, dass eine Reise nach Österreich kulinarischen Hochgenuss verspricht



Grenzenlose Österreich Werbung mit der britischen Bloggerin Becki Enright, dem „Business Talk“ in Moskau, dem „Social Influencer Summit“ in Amsterdam und dem „Gastrosophicum Austria 2017“ in Shanghai.

und manche Speisen gar nicht so fremd sind. So konkurrierten eine Shanghaier Fischsuppe mit einer Pannonischen oder chinesische Baozi mit Grammelknödel.

Der Event traf den Puls der Zeit, da in China die Neugier nach nicht-chinesischen Gerichten zusehends steigt und die Kulinarik von vielen chinesischen Gästen als Mitgrund einer Auslandsreise angegeben wird.

 **Österreich Werbung**  
www.austriatourism.com