

# Neue Kampagne

PKP BBDO inszeniert in neuer Kampagne für myAustrian die schönsten Destinationen Europas.

WIEN. Seit Herbstbeginn bietet myAustrian zahlreiche europäische Destinationen zu günstigen Preisen an. Anfang Oktober ging die dazugehörige Kampagne von PKP BBDO österreichweit on air.

Im Mittelpunkt stehen Erlebnisse, die eine Reise in die europäischen Metropolen besonders interessant machen, wie etwa Aufmerksamkeit in einem Café zu genießen, Gastfreundschaft bei einem Abendessen zu erleben oder gemeinsam Geborgenheit am Strand zu spüren. Fazit: „Was Reisende an den schönsten Destinationen Europas schätzen, bietet der Europameister im Service seinen Fluggästen schon an Bord.“

## Starke Momente

Inszeniert wurden diese „besonderen Europa-Momente“ von PKP BBDO in starken Bildern, sowohl am Boden als auch an Bord. Die Kampagne ist im TV, Print, OOH und Digital OOH, Online sowie auch auf Social Media erlebbar.

Anfang November ist der Startschuss für die zweite Kampagnenphase gefallen. In dieser wird der Fokus vermehrt auf erstens, die „besonders günstigen Preise“ und zweitens auf die Stärken von Austrian Airlines im Vergleich zum Wettbewerb gesetzt. Die bereits bespielten Kanäle werden um Hörfunk ergänzt. (red)

## Starke Bilder

sollen Reisende an Board der Austrian Airlines in die schönsten Destinationen Europas locken.



© PKP BBDO/Austrian Airlines (2)

## Credits

**Austrian Airlines Senior Director Brand Management & Marketing Communication** Isabella Reichl **Director Marketing Communication & Campaigns** Christina Jung **Team Leader Campaign & Creation Development** Sonja Feldmann

**PKP BBDO Etatdirektion** Kathrin Würger **Account Manager** Julia Unterleitner **Creative Direction** Rita-Maria Spielvogel **Art Direction** Lukas Hueter, Viktor Egger **Text** Mateusz Tokhzad **Graphic Design** Carlos Eduardo Pinto Lobo **Filmproduktion** PingPong Communications

# Korkenknallen im KHM

Österreichische Lotterien feierten ein Ehepaar aus Oberösterreich als **hunderttausendste(n) Besucher** eines Lotterien Tages.

WIEN. Der Lotterien Tag am 19. Oktober im Kunsthistorischen Museum in Wien war ein ganz besonderer: Um 10.15 Uhr wurde Theresia Gruber aus Waldhausen im Mühlviertel nach Vorweis ihrer Lottoquittung aus der Reihe der Besucher gebeten und mit Ehemann Josef in die Lounge der Freunde des KHM geführt.

Dort wurde das Ehepaar aus Oberösterreich von Lotterien-Vorstandsleiterin Bettina Glatz-Kremsner mit einer Magnumflasche Sekt als 100.000ster Besucher eines Lotterien Tages begrüßt. Als Geschenk gab es für beide noch jeweils eine KHM-Jahreskarte.

„Wir haben uns erst gestern spontan zu diesem Wien-Trip entschlossen“, freute sich Pensionist Josef Gruber, und seine Frau Theresia ergänzte: „Die Ausstellung

„Bruegel“ war sehr interessant. Es war unser erster Lotterien Tag, aber sicher nicht der letzte.“

„Vor acht Jahren luden wir erstmals ein, mit einem Spielschein oder Los gratis die Albertina in Wien zu besuchen“, erinnert sich Bettina Glatz-Kremsner an die Anfänge. „Mittlerweile wurde der Lotterien Tag zur fixen Institution. Es war dies heute der 93. Lotterien Tag.“ Intention der Österreichischen Lotterien war und ist es, Kunst und Kultur einem möglichst großen Kreis zugänglich zu machen – vor allem Personen, die sich Eintrittstickets kaum oder gar nicht leisten können.

## Große Freude beim KHM

Auch das Kunsthistorische Museum selbst hatte Grund zum Feiern: „2010 haben wir die Jahreskarte

eingeführt, die sich beim Publikum größter Beliebtheit erfreut. Und heute konnten wir Florian Burger aus Wien als den 250.000sten Jahreskarten-Käufer im Museum willkommen heißen“, freute sich KHM-Generaldirektorin Sabine

Haag. Die Jahreskarte bietet zu einem günstigen Preis den Zugang zu allen Sammlungen und jährlich rund 20 Ausstellungen der sieben Standorte des KHM-Museumsverbands.

[www.lotterien.at](http://www.lotterien.at)



Theresia (Mitte) und Josef Gruber (3.v.r.), flankiert von Mag. Bettina Glatz-Kremsner (2.v.l.), Museums-Direktorin Dr. Sabine Haag, KHM-GF Dr. Paul Frey (l.) und Florian Burger.

© Österreichische Lotterien/Achim Bielek

PROMOTION