

**MARKETING
UND
WERBEAKTIVITÄTEN
IM FREMDENVERKEHR**

Graz, September 2017

Franz Karl Daublebsky - Eichhain

F.K.DAUBLEBSKY arbeitet seit Jahren intensiv auf dem Gebiet der Fremdenverkehrswerbung.

Die gegebenen Aufgabenstellungen lauteten in allen Bereichen:

Erhöhung der Frequenz unter Beachtung einer Forcierung von Trading up und Findung neuer Incoming - Regionen. Schwerpunkte in allen Bereichen sind die klare Auslobung des Angebotes und Erhöhung der Wertschöpfung pro Incoming - Touristen.

Beim Erarbeiten und Durchsetzen von Marketing- und Kommunikationsstrategien in der Fremdenverkehrswerbung, steht das geänderte Urlauberverhalten, der ständig wachsende Bereich des Neigungstourismus, im Mittelpunkt.

Den Ansatz aller Aktivitäten sieht die Agentur F.K.DAUBLEBSKY im Marketing, um die gegebenen Aufgaben jeweils aus der Sicht der Touristen und für die Touristen und deren Bedarfsstruktur zu lösen.

FREMDENVERKEHRSWERBUNG AM BEISPIEL ESR EUROPASPORTREGION KAPRUN / ZELL AM SEE:

Bei der Betreuung der ESR wurden und werden folgende Aktivitäten von der Agentur durchgeführt:

1. Klassische Werbung:

Print Werbung im In- und Ausland, Rundfunkwerbung.

Schwerpunkt: Incoming - Gebiet BRD (48 % der Österreich Touristen sind aus der BRD).

2. Promotion und Kooperationswerbung:

a. Promotion

Im Bereich der Promotion führt die Agentur folgende Aktivitäten durch:

- * Pressekonferenzen und deren Vorbereitung
- * Presseinformation und Nachfaßaktionen
- * Pressekontakte im In- insbesondere aber im Ausland (hier verfügt die Agentur über besonders gute Kontakte in allen Bereichen des Touristik - Journalismus).

b. Kooperationswerbung

Kooperationswerbung hat Ihre Zielsetzung darin, bei geringstmöglichem Einsatz höchstmöglichen Output zu erzielen. Als Beispiel sei angeführt: Kooperation ESR / Raiffeisen Jugendclub.

Es gelang der Agentur, im Rahmen von 700 Raiffeisenkassen in Wien und Niederösterreich, in Zusammenarbeit mit den Niederösterreichischen Nachrichten und den Salzburger Nachrichten, 4,7 Mio. Kontakte im Zeitraum von 2 Monaten herzustellen. Als Plattform diente ein Gewinnspiel. Miteinbezogen wurden die Firmen Intersport, Velo- Intersport- Dusika, welche an ihren Verkaufsorten mit Dispensern für

das Gewinnspiel aktiv wurden. Weiters ist auch die Fa. Head Sportgeräte, Kooperationspartner der ESR.

In München wurde dazu ein Prominenten - Turnier durchgeführt, in dessen Zuge die ESR als Verloser von Hauptpreisen der Presse vorgestellt wurde. Die prominenten Gewinner wurden in der Regenbogenpresse präsentiert und bei der Konsumation ihrer Preise von Journalisten in die ESR begleitet.

In der ESR zählt die Agentur F.K.DAUBLEBSKY weiters die Gletscherbahnen Kaprun AG, die Schmittenhöhebahnen AG, das Grand Hotel Zell am See, die Excellent Hotel Gruppe sowie das Hotel Burgruine zu ihren Kunden.

FREMDENVERKEHRSWERBUNG AM BEISPIEL STEIRISCHE RUCKSACKDÖRFER

Die Aufgabenstellung an die Agentur war es zuerst mehrere Gemeinden einer Region zu einer gemeinsamen Kooperation zu gewinnen und damit die Werbemittel zu kanalisieren und in weiterer Folge durch einen starken und einheitliche Auftritt die Aktivitäten zu potenzieren.

Als erster Schritt wurde zur Regionalwerbung ein CI /CD Projekt entwickelt und durchgeführt. Des weiteren wurde ein Angebot - der Nachfragestruktur des modernen Tourismus entsprechend - adaptiert und in den Angebotskatalog aufgenommen. Danach wurde das Kommunikationskonzept entsprechend der Aufgabenstellung entwickelt. Die nächsten Schritte bestanden aus Schulung, Einschwörungsveranstaltungen, Informationsaktivitäten, welche die Beteiligten auf das gleich argumentative Angebotslevel trainierten.

Nach dieser Phase wurde das Projekt in den Markt übergeleitet.

FREMDENVERKEHRSWERBUNG AM BEISPIEL NATIONAL-PARKGEMEINDE HOLLERSBACH "KOLLEG HOLLERSBACH"

Aufgabenstellung "Kolleg Hollersbach":

Die Aufgabenstellung an die Agentur war es, durch die Schaffung eines künstlichen Produktes Fremdenverkehrsfrequenz zu erzielen. Die Aufgabe wurde dadurch gelöst, daß man das Kolleg Hollersbach zum Pendant des Forum Alpbach entwickelte.

Das Kolleg ist ein Forum der Begegnung zwischen Ökologie und Ökonomie und hat zum Schwerpunkt, sich in Seminarveranstaltungen mit dem Sinn des Lebens und des Seins auseinanderzusetzen. Folgende Produktbereiche wurden entwickelt:

- * Naturküche
- * Naturlehrpfad
- * Biotopenlehrpfad
- * Seminare über gesundes Leben...

Die Erfolge, die sich schon nach kurzer Zeit einstellen, bewogen Yves Rocher dazu, in Hollersbach und Umgebung Heilkräuter zur industriellen Nutzung zu pflanzen und gab damit einen weiteren Erfolgsimpuls für Hollersbach. Ebenso gelang es eine Partnerschaft mit Yves Rocher einzugehen und für ihn Seminare im Seminarzentrum Klausnerhaus abzuhalten.

WEITERE FREMDENVERKEHRSAKTIVITÄTEN

- * Die Agentur F.K.DAUBLEBSKY ist die einzige Agentur Österreichs, die mit einem Projektteam von 12 Personen an der Entwicklung des neuen Fremdenverkehrsgesetzes für das Land Salzburg mitwirkte.
- * Land Steiermark: Inseratenkampagne "Mach Urlaub in der Steiermark"
- * Städtetourismus: Weitzer Hotels

Aufgabenstellung:

- * Image - Positionierung
- * Aktivitäten des Business Tourismus
- * Aktivitäten von Seminarveranstaltungen
- * Incentive Aktivitäten

Hier blickt die Agentur auch durch ihren englischen Partner Common Market Associates auf langjährige Erfahrungen zurück, da gemeinsam mit dem britischen Partner über die Repräsentanz in London viele gleichgelagerte Projekte durchgeführt wurden.

- * Für den Bereich Gleichenberg wurde die Agentur von Dir. Haberl eingeladen, die Mariannenquelle zu promoten, wobei die erste Aufgabe im klassischen Bereich, die Eröffnung der Mariannenquelle und ihre Bekanntmachung im Konsumentenkreis war. In weiterer Folge wurde die Agentur eingeladen, für das Thermenland (Loipersdorf, Gleichenberg, Radkersburg) ein gemeinsames Konzept zu entwickeln* Drei Thermenland. Für Bad Gleichenberg, Waltersdorf und Radkersburg galt es eine gemeinsame Verkaufsschiene zu finden und ein kooperatives Angebot zu entwickeln. Die Lösung wurde neben der Entwicklung der klassischen Copystrategie, im 3-Quellen-Thermalpass mit gültigen Eintrittskarten für alle 3 Quellen, gefunden.
- * Grazer Congress. Hier galt es neben dem klassischen Congress - Tourismus neue Marktnischen zu finden, um damit die Auslastung des Congress zu steigern und vorhandene Ressourcen in Kapazitäten bei gleichbleibenden Kosten, als Deckungsbeitragsfaktor umzuwandeln. So

wurde im hohen Maße die Auslastung von kleinen Raum - Platzeinheiten neben dem Großraumangebot für Workshops und Firmenpräsentationen etc. gesteigert.

- * Hilton International Vienna. Steigerung des Incomings und Erhöhung der Nutzung des Bankettangebotes. Daneben Forcement des Corporate Business und der Food an Beverage Angebote. Schwerpunkt der Aktivitäten werden sein: klassische Kommunikationsstrategie, Verkaufsförderung und Direct Mailing.

- * ÖFWW Frankfurt. Entwicklung eines Marketing-Konzepts zur gezielten Forcierung des Neigungstourismus in Österreich. Lösungsansatz war - Golfhotels, Reiterhotels, Ruderhotels etc. - als gemeinsame Anbieter zusammenschließen und in gemeinsamen klar definierten Zielgruppen das gegebene Angebot zu plazieren. Resultierend aus dieser Aktivität folgt die Betreuung von über 60 Reiterhotels. Insgesamt erreichte man mit dieser Werbeaktivität über 4,5 Mio. Nächtigungen im Fremdenverkehr.

REFERENZEN

Auszug Clientlist

- *Golfhotels Austria*
Betreuung und Vermarktung in
Zusammenarbeit mit ÖFVW
(Österr.Fremdenverkehrswerbung)
- *Reiterhof Austria (Reiterhotels):*
Betreuung und Vermarktung in
Kooperation mit ÖFVW
- *Golfplatz Zell am See:*
Pre Opening
Opening mit Sean Connery T. Seiler
Weitere Betreuung (Day to Day
Business)

Europasportregion Kaprun Zell am See:
12 Jahre Marketing und Advertising
Trading –UP
Betreuung v.rund 2.6 Mio
Nächtigungen
Erreichung höchster
Beförderungsquote der Liftanlagen
seit Bestehen
Erstes Gletscher Open Air Konzert
mit W.Ambros

Nationalpark Hohe Tauern: CI/CD
Errichtung Nationalparkmuseum
Kooperation Yves Rocher
Seminarzentrum Hollersbach

Hilton –Hotels Wien: Marketing Advertising

Flughafen Salzburg: CI/CD

Republik Seychellen: Vermarktung Europa

Ramsau: CI/CD

Weitzer Hotels Graz

Therme Bad Gleichenberg

Grandhotel Zell am See

Grazer Congress

Styriarte :Namensfindung CI/CD

Salzburg Foundation: Kulturmarketing

Gletscherbahnen Kaprun :CI/CD

Schmittenhöhenbahnen AG

*Steirische Rucksackdörfer: Hirscheegg, Hebalm, Pack
CI/CD*

*Head -Cup Kitzbühl: 4 Jahre Betreuung - intern.
Werbefilmpreis*

Salzburger Landesregierung: Fremdenverkehrsgesetz

*Salzburg Foundation : Skulpturenpark in der Stadt
Salzburg, Anseml Kiefer –ein
Haus für Ingeborg Bachmann, etc*

*Golden Schicard: CI/CD, Casinos Austria ,Dinersclub
Gastein ,Bad Kleinkirchheim
Dachstein Tauernregion,
Kaprun ,Zell am See*

*WIFI Stmk: Lehrbeauftragter :Einführung Marketing &
Werbung im Fremdenverkehr*

*Seminar und Kompetenzzentrum Schloss Wolfsberg
CI / CD, Internetauftritt, Positionierung als
Kompetenzzentrum für Burnout und
Prävention*

*Therme Bad Waltersdorf : Kooperation im Bereich
Stress-Burnout*

*Hotel Larimar Stegersbach: Kooperation im Bereich
Stress-Burnout*

*Reconomy 100: Nachhaltiger Ganzjahrestourismus
Wirtschaftsmotor Tourismus*

*Kongresshotel Saalfelden ,Region Saalfelden.
Clusterpartner*

*Schladming Autohaus Tschernitz: Serviceurlaub für Auto
und Besitzer*

Symposium und Tourismusentwicklung: Burg Schlaining

*Symposium St Lambrecht: Generationengerechte und gesunde
Arbeitswelten*

*St Lambrecht :1 Kompetenzregion für Stress und Burnoutprävention,
sowie seelische Gesundheit,*

Etc..

*Auszeichnungen: 26 Green Panther, Golden Award for Modern
Sciences, Deutscher Mittelstandspreis, etc.*