

---

**DER IDEALE MEDIAMIX  
FÜR MEHR GÄSTE  
ENTLANG DER CUSTOMER  
JOURNEY.**



**Markus Fischer | Stephan Kanya**  
BÖTM Top Seminar 2023  
4. Oktober 2023

# TOURISMUS & ÖSTERREICHISCHE POST

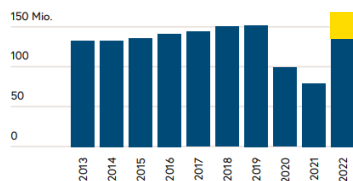


ZIEL

1

**MEHR TAGESGÄSTE BZW ERHÖHUNG DER SPONTANEN BUCHUNGEN & AUFENTHALTSDAUER**

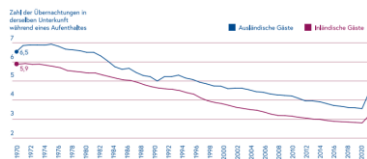
Entwicklung der Gesamtnachtungen



Buchungszeitpunkt und Buchungsort

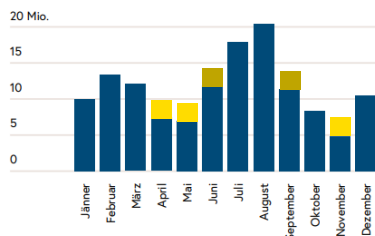


Entwicklung der Aufenthaltsdauer in Österreich



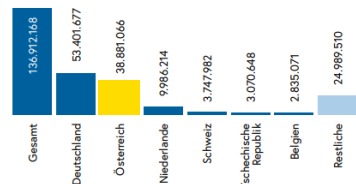
2

**MEHR AUSLASTUNG IN DER NEBENSAISON**

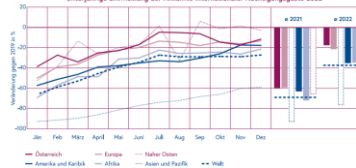


■ Gesamtnachtungen 2022

Wichtigste Herkunftsländer 2022



Unterjährige Entwicklung der Ankünfte internationaler Übernachtungsgäste 2022



3

**MEHR GÄSTE DURCH WEITEREMPFEHLUNG & INTERESSENTENGEWINNUNG**



**Unsere Gäste sind sehr zufrieden**

Wert 1,52 im Tourismusjahr 2021/22

(1 = „äußerst begeistert“ bis 6 = „eher enttäuscht“; 2.408 Befragte) Quelle: T-MQNA



**Durchschnittliche Weiterempfehlungsabsicht: 9,4**

Auf einer Skala von 0 (Weiterempfehlung überhaupt nicht wahrscheinlich) bis 10 (Weiterempfehlung sehr wahrscheinlich)

Mit wem verbringen unsere Gäste ihren Urlaub in Österreich?

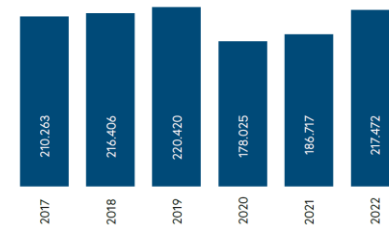


4

**PERSONALSUCHE**

**Mitarbeiter/innen sind Erfolgsfaktor im Tourismus**

**Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie**



Quelle: BMAW

Kontingente Saisoniers



Quelle: BMAW

KPI

# EVOLUTION DES MARKETING IM TOURISMUS



SOMMER SAISON

WINTER SAISON



## Bewegung

Aktive Paare und Familien im Alter von 25-65 Jahren, überdurchschnittliches Bildungs- und Einkommensniveau

## Erholung

Alter: 25-55 Jahre, überdurchschnittliches Bildungs- und Einkommensniveau.

## Kulinarik

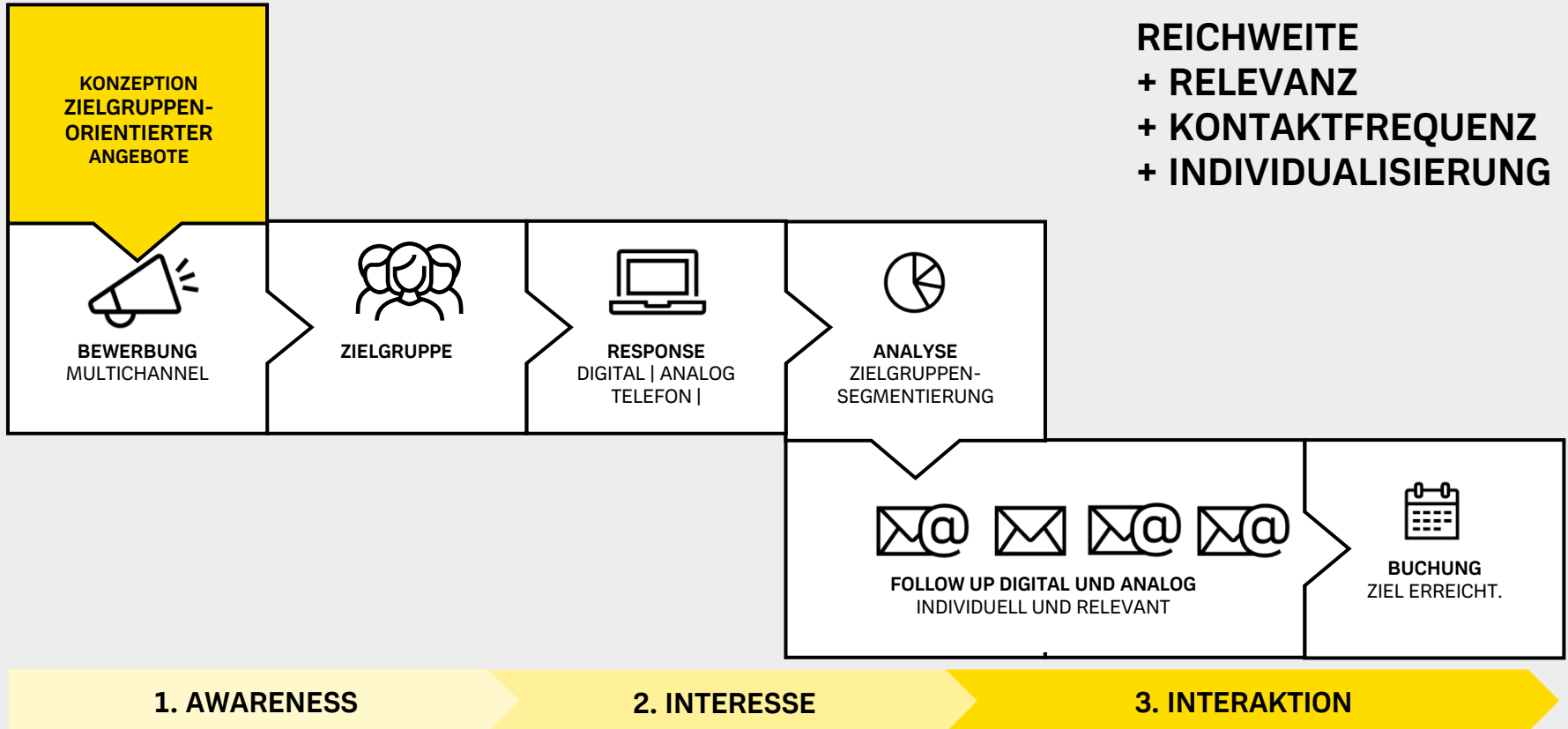
Kulinarik- & reiseaffine Österreicher\*innen

## Inspiration

30+, Paare, Familien, urbaner Hintergrund, mittleres Einkommen, akad. Bildung, digitaler User, reiseerfahren, natur-, kultur- und sportaffin



# DER WEG ZU MEHR GÄSTEN



---

# MEHR ALS REICHWEITE

OPTIMIEREN SIE IHRE MARKETINGAKTIVITÄTEN IN  
AKTIV GENUTZEN WERBELÖSUNGEN DER POST



Das Kuvert

**6.000.000**

Haushalte pro Woche



Post Werbefenster

**4.085.200**

Bruttoreichweite pro Woche  
(+ 23,7 Mio. Kontakte mit  
Partner-Screens)



Programmatic  
Display Advertising

Contextual & Dynamic  
Creative Optimization



Aktionsfinder

**10.115.000**

Werbekontakte pro Woche



E-Mail Marketing

**8.600.000**

persönliche Kontakte pro Woche



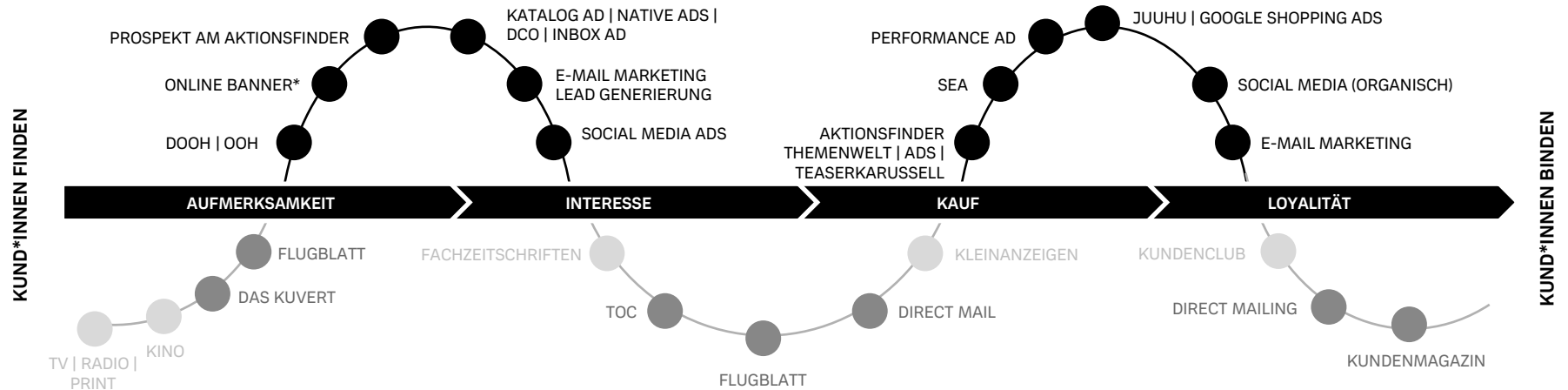
LEADGENERIERUNG &  
MEHR BESUCHER

---

MIT BIS ZU

**52,3 Mio.**  
KONTAKTCHANCEN

# DER IDEALE MEDIAMIX ENTLANG DER CUSTOMER JOURNEY



**FÜR ALLE PHASEN DER KAUFENTSCHEIDUNG**

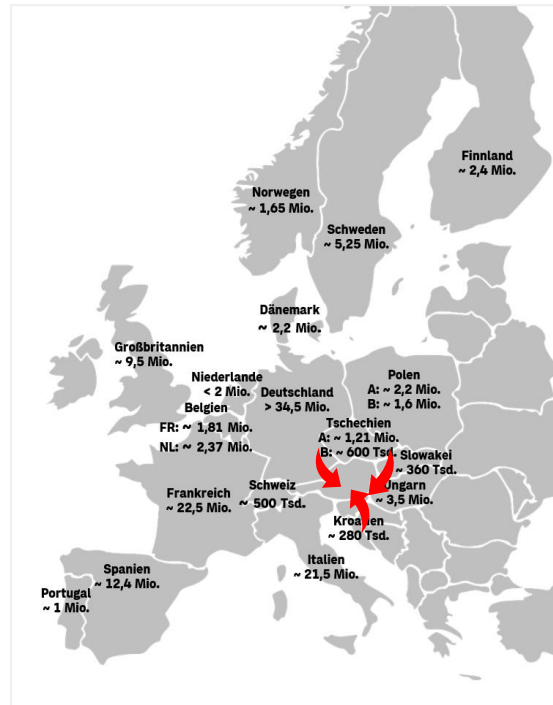
# REGIONALE LÄNDERÜBERGREIFENDE BEWERBUNG FÜR MEHR GÄSTE IN DER NEBENSAISON



## 01 ANALOGE WERBEPOST IN DER ZIELREGION



## 02 E-MAIL MARKETING



## 03 ONLINE WERBUNG IN DER ZIELGRUPPE MIT DCO



Product feed  
XML or CSV File:  
Liste aller Produkte



Banner Template



Ergebnis  
Dynamische Produkt Auspielung

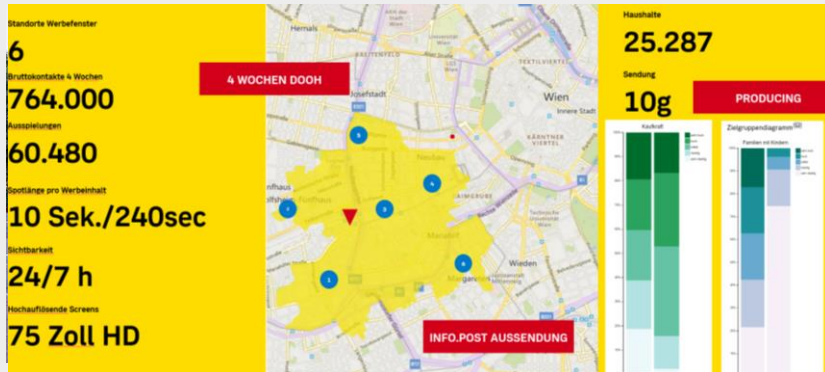


# BEWERBUNG IN DER ZIELGRUPPE FÜR DIE NEBENSAISON



25-50, Paare, urbaner Hintergrund, akad. Bildung, digitaler User, körperbewusst, reise- und sportaffin

## DOOH & INFO.POST IN DER ZIELGRUPPE



3

## E-MAIL MARKETING IN DER ZIELGRUPPE (4,43 Mio)

UNVERBINDLICHE POTENZIALSCHÄTZUNG

### Bundesländerverteilung:

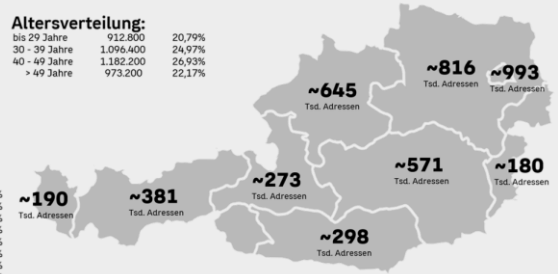
Burgenland	180.200	4,10%
Kärnten	296.700	6,80%
Niederösterreich	616.900	18,61%
Oberösterreich	645.900	14,71%
Salzburg	273.100	6,22%
Steiermark	571.000	13,01%
Tirol	381.100	8,68%
Vorarlberg	190.000	4,33%
Wien	993.400	22,63%

### Altersverteilung:

bis 29 Jahre	912.800	20,79%
30 - 39 Jahre	1.096.400	24,97%
40 - 49 Jahre	1.182.200	26,93%
> 49 Jahre	973.200	22,17%

### Interessen:

Auto & Verkehr	947.600	23,0%
Beruf & Bildung	379.040	9,2%
Computer & Internet	737.480	17,9%
Familie & Soziales	997.040	24,2%
Fun & Entertainment	325.480	7,9%
Geld & Finanzen	894.400	20,5%
Haus & Wohnen	807.520	19,6%
Haustiere	267.800	6,5%
Lifestyle, Luxus & Gesundheit	992.920	24,1%
Musik	251.320	6,1%
Nachrichten & Auskunft	865.200	21,0%
Shopping	1.035.120	25,12%
Sport & Fitness	1.203.040	29,2%
Touristik & Reisen	1.297.800	31,5%



**54,03%**  
~ 2,372 Mio. Frauen

**45,61%**  
~ 2,002 Mio. Männer

## PREMIUM STANDORT (D)OOH FÜR MEHR AWARENESS



Bruttokontaktchancen  
**1.049.571**  
pro Monat\*

1020 Wien,  
Aspernbrückenstraße

# ZIELGRUPPENORIENTIERTE ANGEBOTE FÜR MEHR



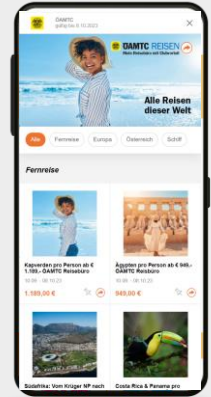
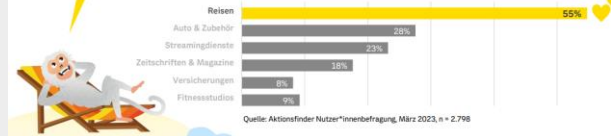
## TAGES- & „NACHBARSCHAFTSGÄSTE“

# REISEWELTEN NACH INTERESSEN

Werben Sie, wo Ihre Werbung gewünscht ist!

Unsere Nutzer\*innenbefragung von März 2023 zeigt, dass sich mehr als die Hälfte der Aktionsfinder Nutzer\*innen für Reiseangebote interessieren.

Welche Sonderaktionen aus den folgenden Branchen würdest du gerne auf Aktionsfinder sehen?



# RANKING DIGITALER INFORMATIONSQUELLEN

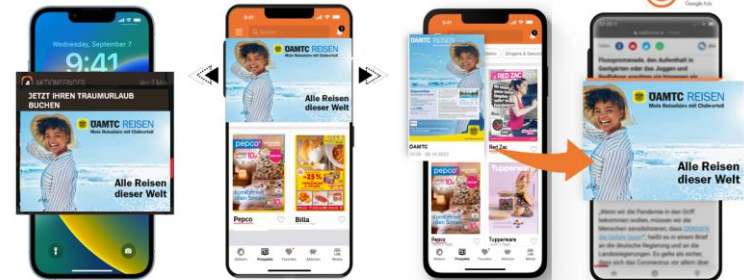


1. Suchmaschinen (59%)
2. Online-Portale (54%)
3. Videos/TV im Internet (32%)
4. Online-Flugblätter (30%)
5. Social Media (30%)
6. Internet-Radio (15%)

Frage: „Wenn Sie Ihren Urlaub und Freizeit planen, wie relevant sind folgende Informationsquellen im gesamten Prozess von der Suche bis zur Buchung für Sie?“

# AUDIENCE BUILDING FÜR RETARGETING

1. PUSH NOTIFICATION
2. TEASER KARUSSELL
3. REISE KATALOG
4. AUDIENCE BUILDING & RETARGETING



# ZIELGRUPPENORIENTIERTE BEWERBUNG RUND UM DIE REGION FÜR MEHR TAGESGÄSTE

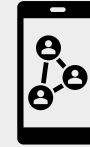


## INFO.POST SELECT RUND UMS GEBIET



MIN. 45MIN  
FAHRZEIT

ODER



HANDY DATEN  
ANALYSE



ANALOG  
WERBUNG

## E-MAIL MARKETING IN DER ZIELREGION (4,43 MIO)

### Bundesländerverteilung:

Burgenland	180.200	4,10%
Kärnten	298.700	6,80%
Niederösterreich	816.900	18,61%
Oberösterreich	645.900	14,71%
Salzburg	273.100	6,22%
Steiermark	571.000	13,01%
Tirol	381.100	8,66%
Vorarlberg	190.000	4,33%
Wien	993.400	22,63%

### Altersverteilung:

bis 29 Jahre	912.800	20,79%
30 - 39 Jahre	1.096.400	24,97%
40 - 49 Jahre	1.182.200	26,93%
> 49 Jahre	973.200	22,17%

### Interessen:

Auto & Verkehr	947.600	23,0%
Beruf & Bildung	379.040	9,2%
Computer & Internet	737.480	17,9%
Familie & Soziales	997.040	24,2%
Fun & Entertainment	325.480	7,9%
Geld & Finanzen	844.600	20,5%
Haus & Wohnen	807.520	19,6%
Haustiere	267.800	6,5%
Lifestyle, Luxus & Gesundheit	992.920	24,1%
Musik	251.320	6,1%
Nachrichten & Auskunf	865.200	21,0%
Shopping	1.035.120	25,12%
Sport & Fitness	1.203.040	29,2%
Touristik & Reisen	1.297.800	31,5%

~190  
Tsd. Adressen

~381  
Tsd. Adressen

~222  
Tsd. Adressen

~571  
Tsd. Adressen

~180  
Tsd. Adressen

~816  
Tsd. Adressen

~993  
Tsd. Adressen

~298  
Tsd. Adressen

**54,03%**  
~ 2,372 Mio. Frauen

**45,61%**  
~ 2,002 Mio. Männer

## KONTEXTUALLES TARGETING IN DEN ZIELREGIONEN

Die Technologie analysiert den **Kontext**, nicht die Keywords



Tatsächliches Verstehen  
des Kontexts der Website

Analyse von jedem  
Wort auf der  
Webpage

Markenausrichtung  
über relevanten  
Content

# DURCH EMPFEHLUNGEN & GEWINNSPIELEN ZU MEHR GÄSTEN



## EINE SCHÖNE GESTE FÜR IHRE GÄSTE – GÄSTE EMPFEHLEN IHR ANGEBOT

Anwendungsbeispiel:



testlink

## GEWINNSPIELE ZUR LEADGENERIERUNG FÜR INDIVIDUELLE ANGEBOTE & SALES IMPACT

**PUSHKAMPAGNE:**

**LEADGENERIERUNG:**

**GEWINNSPIELTEILNAHME:  
UMFRAGE:**

- URLAUBSPLANUNG
- VORLIEBEN & ANFORDERUNGEN

**SALES IMPACT:**

**BRIEF MIT 20 € GUTSCHEIN  
ALS TROSTPREIS AN  
NICHTGEWINNER**



# TOURISMUS & ÖSTERREICHISCHE POST



	1	2	3	4
ZIEL	Mehr Tagesgäste bzw. Erhöhung der spontanen Buchungen & Aufenthaltsdauer	Mehr Auslastung in der Nebensaison	Mehr Gäste durch Weiterempfehlung & interessenten Gewinnung	Personalsuche
MASSNAHME	<p>Besondere Angebote in der Region kombinieren und in der Zielgruppe bewerben</p> <p>Last Minute Angebote in digitalen Medien für mehr spontane Buchungen</p>	Gezielte Ansprache von potenziellen Gästen für die Nebensaison mit attraktiven Angeboten	Gewinnspiel mit integrierter Umfrage mit dem Ziel Daten zu generieren und Nutzer-Erkenntnisse zu ziehen. In einem Follow-Up Mailing werden die Nichtgewinner mit einer Sales-Aktion aktiviert.	Personalsuche im In/Ausland bzw. aus angrenzenden Regionen
MEDIUM	<p>Mehrstufige E-Mail Marketing Kampagne</p> <p>Aktionsfinder mit Angeboten</p> <p>Angebote an relevante Haushalte</p> <p>Regionale Schwerpunkte setzen</p>	<p>Mehrstufige E-Mail Marketing Kampagne</p> <p>Kuvert</p> <p>Aktionsfinder für Audience Building und Retargeting</p> <p>Digital out of Home</p>	<p>E-Mail Marketing</p> <p>Social Media Ads &amp; owned Media</p> <p>Landingpage (DSGVO konform)</p> <p>Trostpreis Mailing</p>	<p>Kuvert</p> <p>DOOH</p> <p>Internationale Mitarbeitersuche</p>
	INTERESSENTEN	AWARENESS	PERFORMANCE	PERFORMANCE



**HERZLICHEN DANK.**

**MARKUS FISCHER**

LEITUNG POST DIGITAL

markus.fischer@post.at +43 664 624 5281

[LINKEDIN.COM/IN/MARKUS-FISCHER-451B4B3B](https://www.linkedin.com/in/markus-fischer-451b4b3b)

**STEPHAN KANYA**

BRANCHENMANAGER REGIONEN & TOURIMUS

stephan.kanya@post.at +43 664 624 4327

[LINKEDIN.COM/IN/STEPHANKANYA](https://www.linkedin.com/in/stephankanya)