

IM GESPRÄCH MIT ...



Kathrin Weiss-Reinthal

Welche Entwicklungen beobachtest du auf deinem Markt, die sich auf die Nachfrage nach Urlaub in Österreich auswirken könnten? Könnten sich daraus zukünftige Chancen in der Bearbeitung ergeben?

Die französischen Gäste sind immer mehr darauf bedacht, einen möglichst kleinen ökologischen Fußabdruck zu hinterlassen. Es ist daher wichtig, nicht nur über Nachhaltigkeit zu sprechen, sondern konkrete Angebote zu kommunizieren. Dabei ist vor allem das Thema „letzte Meile“ in der Mobilität zu lösen. Französische Gäste scheuen sich nicht, vor Ort auch den Bus zu nutzen, sofern die Informationen zu Fahrscheinen und Fahrplänen einfach und klar zumindest in englischer Sprache aufzufinden sind.

Was sind derzeit die wichtigsten Marketing-Aktivitäten, um den Gast auf deinem Markt für Urlaub in Österreich zu begeistern? Worin siehst du relevante Marketing-Potentiale der Zukunft?

Diverse Umfragen zeigen, dass neben Onlineaktivitäten auch Print und Audio in der französischen Zielgruppe hohe Wirksamkeit haben. Ein guter Mix von Kanälen, inkl. Earned Media in Kombination mit gutem geografischen und interessenbasiertem Targeting sowie Längerfristigkeit in der Planung machen nachhaltiges Marketing am französischen Markt aus.

Welche neuen Interessen und Sehnsüchte zeichnen sich derzeit innerhalb der Zielgruppe am Markt ab, die es zukünftig in (Marketing-) Aktivitäten zu adressieren gilt?

Das Thema Nachhaltigkeit zieht sich durch alle Facetten des Alltags - es muss daher in unserer Kommunikation und in Marketingaktivitäten allgegenwärtig sein. Zudem beschäftigen sich die Franzosen und Französinen mit gesellschaftlichen Themen wie Diversität, Individualität und persönliche Gesundheit.

Sind in letzter Zeit Veränderungen in den Werten oder Lebensstilen der Zielgruppe auf deinem Markt erkennbar, die für Urlaub in Österreich von wachsender Relevanz sind?

Persönlicher Service und Qualität spielen für die französischen Auslandsreisenden eine immer wichtigere Rolle. In unserem schnelllebigen Alltag hat man immer weniger Zeit, sich selbst etwa um die Planung eines authentischen Urlaubs zu kümmern. Man sucht daher vermehrt die Services von Profis, die nebenbei ein Qualitätsgarant sind.

Gibt es Geschäftspraktiken auf deinem Markt, die du besonders interessant oder herausfordernd findest? Welches persönliche Learning möchtest du österreichischen Partner:innen in diesem Zusammenhang mitgeben?

Die französische Geschäftswelt ist hierarchischer und formeller als die österreichische. In der Zusammenarbeit mit der Reisebranche ist daher besonders darauf zu achten, niemanden zu übergehen und sich an Formalitäten zu halten. Aufgrund der Hierarchiestrukturen in vielen Unternehmen dauert es oft länger, konkrete Auskünfte zu Anfragen zu bekommen.

Welche strategischen Maßnahmen planst du gemeinsam mit deinem Team in den kommenden Jahren, um die Nachfrage nach Urlaub in Österreich aus dem Markt heraus nachhaltig zu entwickeln?

Für die kommenden Jahre ist eine Be-spielung der Themenschwerpunkte Stadt & Kultur sowie Bewegung in der Natur in den wichtigsten Herkunftsregionen Frankreichs geplant. In allen Kommunikationsmaßnahmen wird das Thema Nachhaltigkeit berücksichtigt. In der Bearbeitung wird auf ein regionales Targeting und einen ausgewogenen Channel Mix gesetzt, der Synergien in der Kommunikation der Österreich Werbung und der Markt-Partner:innen schaffen soll.



Kathrin Weiss-Reinthal

Market Representative

Frankreich

kathrin.weiss-reinthal@austria.info

Mehr Informationen zum Markt Frankreich finden Sie auf unserer [Märkteseite!](#)