

## Marktinformation

# ÖSTERREICH

# 2009

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.  
Auslandsvertretung Wien  
Mariahilfer Str. 54  
A - 1070 Wien  
Leiterin: Frau Beatrix Haun

Infotel.: (01) 5 13 27 92  
Fax: (01) 5 13 27 92-22  
[deutschland.reisen@d-z-t.com](mailto:deutschland.reisen@d-z-t.com)  
[www.deutschland-tourismus.at](http://www.deutschland-tourismus.at)

DZT-Österreich/Wien  
Regionalmanagement Südosteuropa

## Inhalt

<b>1. Landesprofil</b>	<b>3</b>
1.1 Land und Leute	3
1.2 Politik	3
1.3 Wirtschaft	3
1.4 Besonderheiten	4
<b>2. Auslandsreisen</b>	<b>4</b>
2.1 Reisevolumen und -zweck	5
2.2 Auslandsreiseintensität	6
2.3 Herkunftsregionen/Quellmärkte	6
2.4 Auslandsreiseziele	6
2.5 Aufenthaltsdauer	7
2.6 Reiseausgaben	8
2.7 Prognose Auslandsreisevolumen	8
2.8 Besonderheiten des Marktes Österreich	8
<b>3. Deutschlandreisen</b>	<b>9</b>
3.1 Reisevolumen und -entwicklung	9
3.2 Reisezweck	10
3.3 Herkunftsregionen/Quellmärkte	11
3.4 Zielgebiete	12
3.5 Urlaubsreisen nach Deutschland	12
3.6 Geschäftsreisen nach Deutschland	14
3.7 Reisebüro-/Veranstalterstruktur	15
3.8 Mentalität und Geschäftsgebaren	16
<b>4. Marktbewertung und Marketingziele/-strategien</b>	<b>16</b>
4.1 Marktbewertung, Marktpotenziale und Prognose für Deutschland	16
4.2 Die Marketingziele	16
4.3 Die Marketing - und Vertriebsstrategie	17
<b>5. Marketingaktivitäten</b>	<b>17</b>
5.1 Medienwerbung	17
5.2 Messen, Workshops, Roadshows	27
5.3 Studienreisen	29
5.4. Pressearbeit	30
5.5 Sonstige Marketingmaßnahmen	31
5.6 Kooperationen und Partnerschaften	33
5.7 Aktionsplan 2009	34
<b>6. DZT Auslandsvertretung</b>	<b>35</b>
6.1 Sitz	35
6.2 Mitarbeiter	35
6.3 Adressen	36
6.4 Regionalmanagement	36
6.5 Destinationsmanagement Hauptverwaltung	36

## 1. LANDESPROFIL

### 1.1 Land und Leute

- 83.870 km<sup>2</sup> Landesfläche (Weltrang: 120)
- 8,2 Mio. Einwohner (Weltrang: 93), 98 Einwohner/km<sup>2</sup>
- Bevölkerungszusammensetzung/Ethnien: 91,1% Österreicher, 4% ehem. Jugoslawen (einschließlich Kroaten, Slowenen, Serben und Bosnier), 1,6% Türken, 0,9% Deutsche, 2,4% andere oder unbekannt (Volkszählung 2001)
- Sprachen: 88,6% Deutsch (offizielle Landessprache), 2,3% Türkisch, 2,2% Serbisch, 1,6% Kroatisch (offiziell im Burgenland), 5,3% andere (einschließlich Slowenisch, offiziell in Kärnten; Ungarisch, offiziell im Burgenland); (Volkszählung 2001)
- Größte Städte: Hauptstadt Wien (1.678.000 Einwohner), Graz (251.000 EW), Linz (189.000 EW), Salzburg (149.000 EW), Innsbruck (118.000 EW), Klagenfurt (93.000 EW)
- Zweidrittel (67%) der österreichischen Bevölkerung lebt in Städten.
- Religionen: 73,6% Katholiken, 4,7% Protestanten, 4,2% Muslime, 3,5% andere, 2% unbekannt, 12% Konfessionslos (Volkszählung 2001)

- Altersstruktur:

0-14 Jahre	14,5%
15-64 Jahre	67,5%
65 Jahre und älter	18%
Ø Alter	42,2

### 1.2 Politik

- Staatsform: Parlamentarisch-demokratische Republik (Bundesrepublik)
- Staatsoberhaupt: Bundespräsident Heinz Fischer (seit 2004)
- Regierungschef: Bundeskanzler Werner Faymann (seit 2008)
- Politische Aufteilung in 9 Bundesländer

### 1.3 Wirtschaft

	2008
BIP	282,2 Mrd. €
BIP pro Kopf	33.820 €
Wachstumsrate BIP	1,8%
Inflation	3,2%
Arbeitslosenrate	3,8%

- Anteil der Wirtschaftssektoren am BIP: Dienstleistung (67,4%), Industrie (30,6%), Landwirtschaft (1,9%)
- Wichtigste Import- und Exporthandelspartner: Deutschland, Italien, Schweiz, Frankreich, Tschechische Republik, China (Import), USA (Export), Ungarn (Export), Großbritannien (Export)
- Währung: Euro

Quellen: CIA-The World Factbook (Juni 2009)  
Germany Trade & Invest (gtai) – Wirtschaftsdaten kompakt Mai 2009

---

## 1.4 Besonderheiten

---

### Kultur

Bis in die frühe Neuzeit hinein war die österreichische Kultur eng mit der deutschen verwoben. Österreich war Teil des mittelalterlichen Deutschen Kaiserreiches und ab dem 14./15. Jahrhundert waren die österreichischen Herrscher aus dem Haus Habsburg die Kaiser des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation. Erst ab dem 17. Jahrhundert entstand eine im engeren Sinn eigenständige österreichische Kultur.

Österreich gehört mit seinem überaus reichhaltigen Kulturangebot und nach der Höhe seiner Kulturausgaben sowohl im Bundeshaushalt als auch in den einzelnen Länderhaushalten, weltweit zur Spitzengruppe der "Kulturländer". Kultur schlägt sich positiv in Österreichs Tourismuswirtschaft nieder. Österreich bringt seine große Tradition in allen kulturellen Bereichen vor allem mit der Lebensweise seiner Einwohner, der Architektur seiner Sehenswürdigkeiten und seinem Nationalstolz zum Ausdruck.

### Die Mitgliedschaft in internationalen Organisationen

Für Österreich war die Mitgliedschaft in internationalen Organisationen nach 1945 von großer Bedeutung: Österreich war Gründungsmitglied der OEEC (1948, seit 1961 OECD), trat 1955 der UNO bei, wobei sich Österreich, je nach Interessenlage, als Brücke nach Mittel- und Osteuropa oder als östlichster Mitgliedstaat der EU betrachtet. 1956 wurde Österreich in den Europarat aufgenommen. Österreich übernahm als "immerwährend neutraler" Staat eine aktive Rolle in der internationalen Staatengemeinschaft, etablierte sich als Sitz von internationalen Organisationen (z.B. UNO) und als Tagungsort wichtiger internationaler Konferenzen.

### Klima

Österreich liegt innerhalb der gemäßigten Zone. Sein Klima weist Übergangscharakter auf, vom gemäßigten, atlantisch beeinflussten Westen bzw. Nordwesten zum kontinental geprägten Osten. Die Niederschlagsmenge zeigt ein deutliches West-Ost-Gefälle sowie steigende Werte bei zunehmender Höhe. Die Vielfalt des Reliefs und des Klimas bewirkt eine artenreiche Flora und Fauna. Österreich ist eines der waldreichsten Länder Europas (46 % der Gesamtfläche).

### Die Bedeutung von Wien

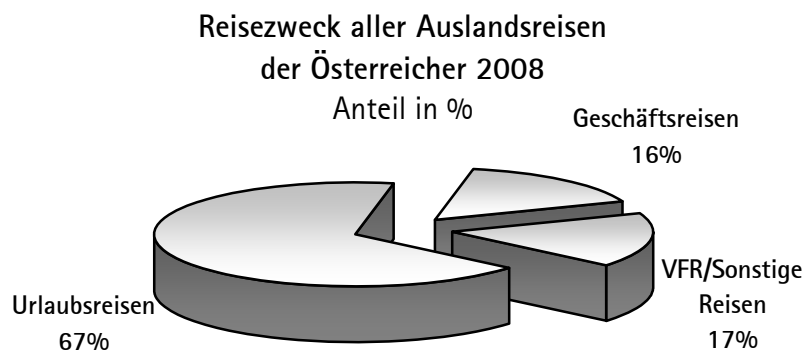
Die österreichische Hauptstadt Wien liegt im Nordosten Österreichs und zählt als eigenes Bundesland. Die Donau fließt durch die nördlichen Vororte und der Donaukanal streift die Innenstadt. Wien ist aufgrund seiner Geschichte und geographischen Lage ein Knotenpunkt zwischen Ost- und Westeuropa. Wien ist die Stadt der Musik, der Kunst und Kultur, aber auch der Politik. Die Vereinten Nationen haben ihren zweiten europäischen Hauptsitz im Vienna International

Center (UNO City) und die Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE) ist ebenfalls in Wien ansässig. Wien besitzt eine unvergleichlich reichhaltige Musiktradition. Berühmte Komponisten wie Johann Strauss, Wolfgang Amadeus Mozart, Joseph Haydn, Franz Schubert, Johannes Brahms, Arnold Schönberg und Ludwig van Beethoven lebten und arbeiteten in der Stadt.

## 2. AUSLANDSREISEN

### 2.1 Reisevolumen und -zweck

Im Jahr 2008 unternahmen die Österreicher insgesamt rund 11,7 Mio. Auslandsreisen. Davon entfielen 67% bzw. 7,9 Mio. auf Urlaubsreisen, 16% bzw. 1,9 Mio. auf Geschäftsreisen und 17% bzw. 2,0 Mio. auf VFR und sonstige Reisen. Von den 7,9 Mio. Urlaubsreisen der Österreicher ins Ausland entfielen 20% auf Kurzurlaube (1-3 Nächte) und 80% auf längere Urlaubsreisen (4 Nächte und mehr).



Quelle: World Travel Monitor 2008, IPK International, nur eine Antwort möglich.

Im Vergleich zu dem Reisejahr 2007 bedeutet dies, dass die Österreicher 2008 deutlich weniger Urlaubsreisen (-0,6 Mio.) ins Ausland unternahmen. Gestiegen sind die Geschäftsreisen (+0,6 Mio.) und die Reisen zu Verwandten- und Bekannten sowie sonstige Reisen (+0,5 Mio.) ins Ausland.

Die Entwicklung der Zahl der Auslandsreisen der Österreicher:

Jahr	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Anzahl der Auslandsreisen der Österreicher (in Mio.)	9,6	9,5	10,3	10,8	11,2	11,7

Quelle: World Travel Monitor 2003- 2008

---

## 2.2 Auslandsreiseintensität

---

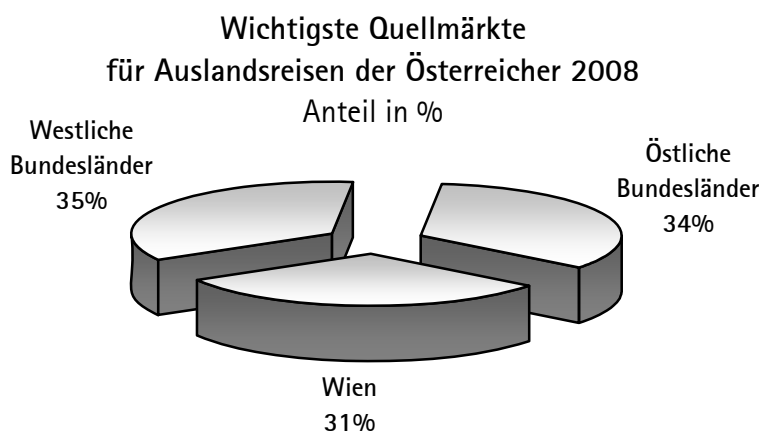
Im Reisejahr 2008 haben die Österreicher 11,7 Mio. Auslandsreisen mit mindestens einer Übernachtung unternommen. Im Durchschnitt waren das pro Monat rund 1,0 Mio. Auslandsreisen. Dies entspricht einer sehr hohen Auslandsreiseintensität von 167% der Wohnbevölkerung ab 15 Jahren.

---

## 2.3 Herkunftsregionen/Quellmärkte

---

Die wichtigsten Quellmärkte für die Auslandsreisen der Österreicher 2008 waren mit 35% Auslandsreisen die westlichen Bundesländer (Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg) und die östlichen Bundesländer (Niederösterreich, Burgenland, Steiermark und Kärnten) mit 34%. Auf Wien fielen 31% aller Auslandsreisen.



Quelle: World Travel Monitor 2008, IPK International

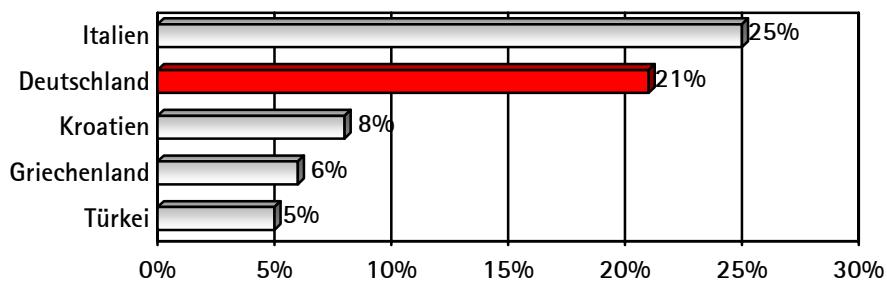
---

## 2.4 Auslandsreiseziele

---

Deutschland lag im Jahr 2008 in der Rangreihe der Auslandsreiseziele der Österreicher auf Platz 2. 2,4 Mio. Reisen führten 2008 für mindestens eine Nacht oder länger nach Deutschland. Dies entspricht einem Marktanteil von 21%. Rang 1 der Auslandsreiseziele der Österreicher belegte 2008 Italien mit 3,0 Mio. Reisen, was einem Marktanteil von 25% entspricht. Auf Rang 3 folgte Kroatien mit 0,9 Mio. Reisen und einem Marktanteil von 8%, auf Rang 4 Griechenland mit 0,7 Mio. Reisen und einem Marktanteil von 6%. Platz 5 belegte die Türkei mit 0,5 Mio. Reisen und einem Marktanteil von 5%.

Die Hauptreiseziele der Österreicher bei ihren  
Auslandsreisen 2008  
Anteil in %

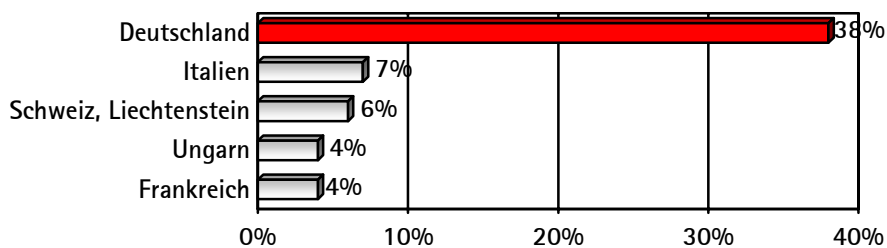


Quelle: World Travel Monitor 2008, IPK International  
Mehrere Antworten möglich, d.h. eine Reise kann in mehrere Länder geführt haben.

Bei den Urlaubsreisen der Österreicher ins Ausland war die Reihenfolge ähnlich. Italien und Deutschland waren auch hier die beiden wichtigsten Auslandsreiseziele. Italien belegte Platz 1 mit einem Marktanteil von 30%, Deutschland folgte auf Platz 2 mit 13%. Kroatien lag mit 9% Marktanteil auf Rang 3, Griechenland folgte mit einem Marktanteil von 8% sowie die Türkei mit 6% auf Rang 5.

Die Geschäftsreisen konzentrieren sich noch stärker als bei den Urlaubsreisen auf wenige Auslandsdestinationen: Allein 38,2% aller Geschäftsreisen ins Ausland führten nach Deutschland, an zweiter Stelle gefolgt von Italien (7,3%), Schweiz/Lichtenstein (6,2%), Ungarn (4,3%) und Frankreich (3,5%).

Die Geschäftsreiseziele der Österreicher bei ihren  
Auslandsreisen 2008  
Anteil in %



Quelle: Statistik Austria 2008

## 2.5 Aufenthaltsdauer

Im Jahr 2008 verbrachten die Österreicher auf ihren Auslandsreisen durchschnittlich 8,7 Nächte, was eine Verkürzung der Aufenthaltsdauer um ca. einen Tag im Vergleich zu 2007 bedeutet. Auf Kurzreisen von 1-3 Nächten entfielen 28% bzw. 3,3 Mio. der gesamten Auslandsreisen der Österreicher 2008 und auf längere Reisen von 4 Nächten und mehr entfielen 72% bzw. 8,5 Mio. der Auslandsreisen. Differenziert man die Aufenthaltsdauer der Auslandsreisen der Österreicher 2008 nach Reisearten, so ergibt sich folgende Aufteilung: Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Österreicher bei ihren Urlaubsreisen im Ausland lag bei insgesamt 8,7 Nächten. Verwand-

ten- und Bekanntenbesuche im Ausland dauerten durchschnittlich 11,2 Nächte und Geschäftsreisen mit Übernachtung im Ausland 6,0 Nächte.

---

## 2.6 Reiseausgaben

---

Österreicher gaben für ihre 11,7 Mio. Auslandsreisen 2008 insgesamt rund 9,2 Mrd. Euro aus. Das entspricht einer Reiseausgabe von 794 Euro pro Auslandsreise bzw. von 90 Euro pro Nacht im Ausland. Diese Angaben enthalten sowohl die Kosten der Hin- und Rückreise als auch alle weiteren Ausgaben, die vor Reiseantritt zu Hause oder am Zielort getätigt wurden.

---

## 2.7 Prognose Auslandsreisevolumen

---

Laut der aktuellen Bevölkerungsprognose 2006 von Statistik Austria wird sich die altersstrukturelle Zusammensetzung der in Österreich lebenden Bevölkerung deutlich verändern: Der Anteil der unter 20-jährigen wird sich längerfristig auf einem niedrigeren Niveau stabilisieren, bis zum Jahr 2031 ca. 19,3%. Das statistische Durchschnittsalter der Bevölkerung wird, ausgehend von ca. 40 Jahren in 2005, auf rund 45 Jahre im Jahr 2030 steigen. Die Zahl der über 60-jährigen wird bis 2030 auf 2,7 Mio. steigen.

Von allen Altersgruppen haben die reifen Konsumenten über 50 zurzeit das meiste verfügbare Geld. Sie können im Schnitt um über 200 Euro mehr ausgeben als Jüngere. Sie wollen ihr Leben genießen und stellen nach den 14–34jährigen den höchsten Anteil an der Zielgruppe der Genussfreudigen. Innerhalb der letzten 10 Jahre fand auch eine Verschiebung der Altersschwelle statt, so hatten Mitte der 90er Jahre noch die 45–59jährigen das höchste Interesse an Kultur wie Oper usw., sind es heute die 55 bis 69jährigen. Hingegen verdoppelte sich das Interesse der Best Ager für Pop- und Schlagerkonzerte. Auch das Internet ist längst erobert, jeder zweite Best Ager zählt zu den Usern, Tendenz steigend. Sport, wie Wandern, Schwimmen und Tanzen, ist außerdem bei der Hälfte aller über 50jährigen im Trend. Während bei den jüngeren Jahrgängen Aktivferien mit einem besonderen Hang zu den verschiedenen Arten von Abenteuerreisen angesagt ist, bevorzugen die Best Ager immer mehr das unabhängige, individuelle Reisen im Komfort- bis hin zum Luxussegment. Das wachsende Gesundheitsbewusstsein dieser Altersgruppe führt zu einer stärkeren Nachfrage nach Wellness- und aktiven Erlebnisreisen. Ebenso nimmt das Interesse an Kulturreisen weiter zu. Generell wird ein dynamisches Wachstum der Kurz- und der Städtereisen innerhalb der europäischen Reiseziele prognostiziert.

---

## 2.8 Besonderheiten des Marktes Österreich

---

Durch die Gleichsprachigkeit entfällt im Gegensatz zu fast allen fremdsprachigen Quellmärkten die Sprachbarriere. Dadurch kann insbesondere im gesamten Spektrum des Kulturtourismus das Angebot uneingeschränkt genutzt werden. Die Gleichsprachigkeit schlägt sich auch auf das Buchungsverhalten nieder. Österreich ist ein ausgeprägter Individualreisemarkt bei den Reisen ins benachbarte Deutschland.

Neben dem Hauptsegment Städte- und Kulturreisen ist die Nachfrage für Freizeit- und Themenparks, Rundreisen, Radwandern, Wellness und die Zielregion deutsches Küstenland hervorzuheben.

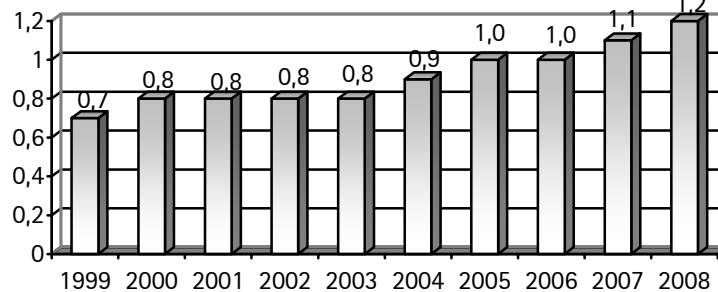
## 3. DEUTSCHLANDREISEN

### 3.1 Reisevolumen und -entwicklung

#### 3.1.1 Entwicklung Ankunftsanzahlen

Im Jahr 2008 waren in Beherbergungsstätten (ohne Camping) 1.175.636 und auf Campingplätzen 29.116 Ankünfte zu verzeichnen. Insgesamt (inkl. Camping) registrierte das Statistische Bundesamt 1.204.752 Ankünfte aus Österreich für das Jahr 2008 in Beherbergungsstätten mit mehr als neun Betten und auf Campingplätzen.

Entwicklung der Ankünfte der Österreicher in  
Deutschland 1999 - 2008  
in Mio.

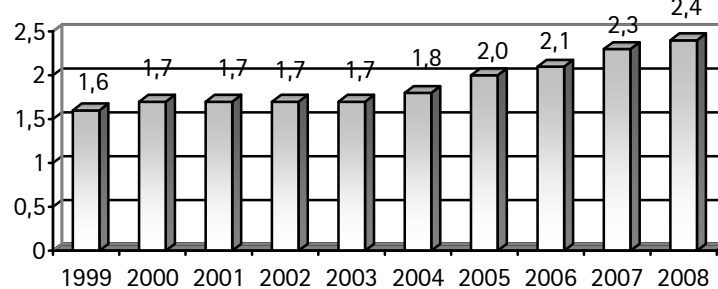


Quelle: Statistisches Bundesamt 2000-2009, ohne Camping

#### 3.1.2 Entwicklung Übernachtungszahlen

Im Jahr 2008 wurden in Beherbergungsstätten ab neun Betten (ohne Camping) 2.413.451 und auf Campingplätzen 68.601 Übernachtungen aus Österreich gezählt. Die Österreicher übernachteten insgesamt 2.482.052 Mal in Deutschland in Beherbergungsstätten und auf Campingplätzen. In der Rangfolge der wichtigsten ausländischen Quellmärkte für Deutschland steht Österreich an sechster Stelle, nach den Niederlanden, der USA, Großbritannien, Schweiz und Italien.

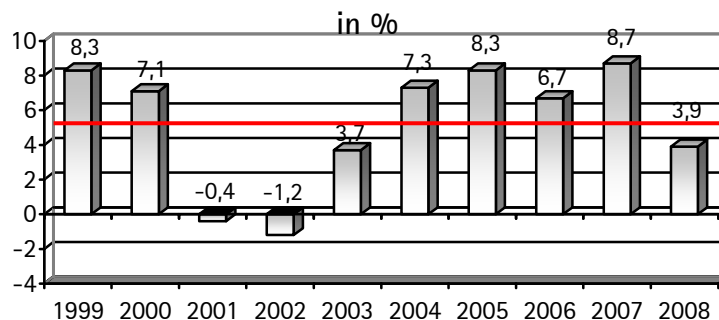
Entwicklung der Übernachtungszahlen der  
Österreicher in Deutschland 1999 - 2008  
in Mio.



Quelle: Statistisches Bundesamt 2000-2009, ohne Camping

Auch für das Jahr 2008 werden wieder positive Wachstumsraten vermerkt (+4,3% inkl. Camping), die das Defizit der Jahre 2001 und 2002 ausgleichen können. Die Veränderungsrate von 1999 auf 2008 beträgt 53%. Das durchschnittliche Wachstum in diesem Zeitraum liegt bei 5,2%.

Wachstum der Übernachtungszahlen der Österreicher in Deutschland 1999 - 2008

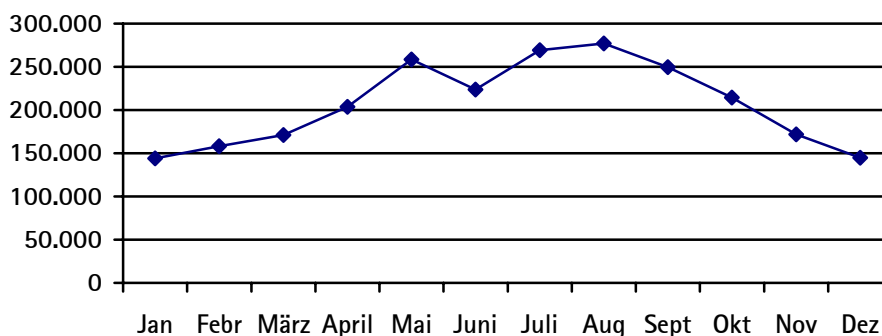


Quelle: Statistisches Bundesamt 2000-2009 (2000: Expo), ohne Camping

### 3.1.3 Saisonale Entwicklung Übernachtungszahlen

Für ihre Deutschlandreise 2008 (insgesamt 2,3 Mio.) wählten 49% der Österreicher unabhängig vom Reisezweck den Zeitraum Mai bis August, 41% reisten von September bis Dezember und 10% von Januar bis April.

Monatliche Entwicklung der Übernachtungen aus Österreich in Deutschland 2008



Quelle: Statistisches Bundesamt - Monatsberichte 08

Für ihre Urlaubsreise in Deutschland 2008 (insgesamt fast 1,1 Mio.) wählten 63% der Österreicher den Zeitraum Mai-August, 33% den September-Dezember und 4% reisten von Januar-April.

---

### 3.2 Reisezweck

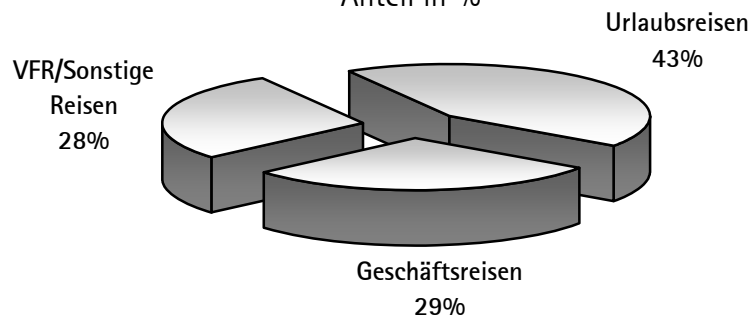
---

Die Österreicher tätigten im Reisejahr 2008 rund 2,436 Mio. Deutschlandreisen. Davon waren 43% (1,044 Mio. Reisen) Urlaubsreisen, 29% Geschäftsreisen (714 Tsd.) und 28% Verwandten-Bekanntensbesuche und sonstige Reisen (678 Tsd.).

### Reisezweck der österreichischen Deutschlandreisen

2008

Anteil in %



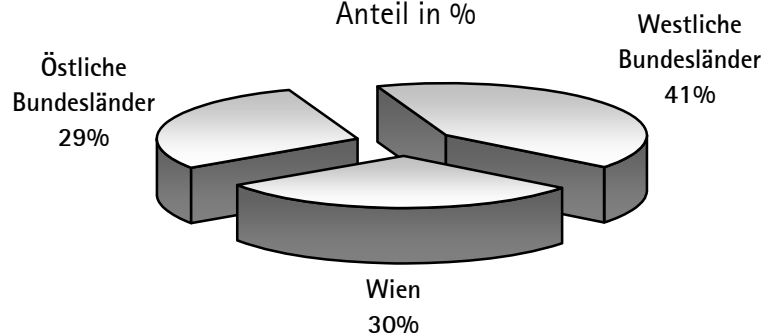
Quelle: World Travel Monitor 2008, IPK International

### 3.3 Herkunftsregionen/Quellmärkte

Hauptquellmarkt für die Deutschlandreisen der Österreicher 2008 waren mit 41% (unabhängig vom Reisezweck) die westlichen Bundesländer (Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg). 30% der Deutschlandreisenden stammten aus Wien und Umkreis und 29% aus den westlichen Bundesländern (Niederösterreich, Burgenland, Steiermark und Kärnten).

### Herkunftsregionen der österreichischen Deutschlandreisenden 2008

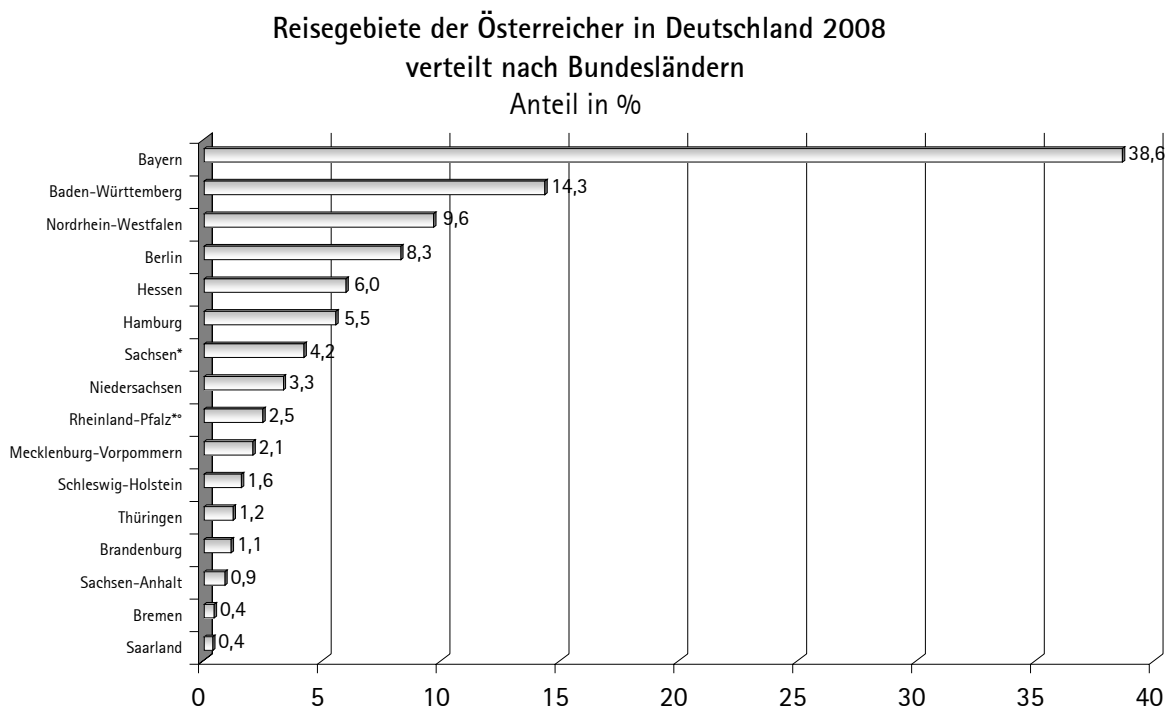
Anteil in %



Quelle: World Travel Monitor 2008, IPK International

### 3.4 Zielgebiete

Aus der Verteilung der Übernachtungen der Österreicher in Deutschland ergibt sich die folgende Übersicht:



Quelle: Statistische Landesämter 2009, eigene Berechnungen; \* ohne Camping, ° mit Privatquartieren

### Magic Cities

Von den 2.482.052 Übernachtungen entfielen 2008 839.948 Übernachtungen (=33,8%) auf die Magic Cities. Die Rangfolge der Magic Cities nach ihren Übernachtungen war dabei die Folgende:

(München 225.870, Berlin 205.089, Hamburg 137.399, Frankfurt 55.815, Köln 51.867, Düsseldorf 43.598, Dresden 40.808, Stuttgart 40.381, Leipzig 21.255 und Hannover 17.866.

Weitere beliebte Gemeinden 2008 waren Nürnberg 47.800, Passau 33.470, Rust 23.345, Bad Füssing 20.914, Regensburg 17.051 und Erding mit 15.968 Übernachtungen.

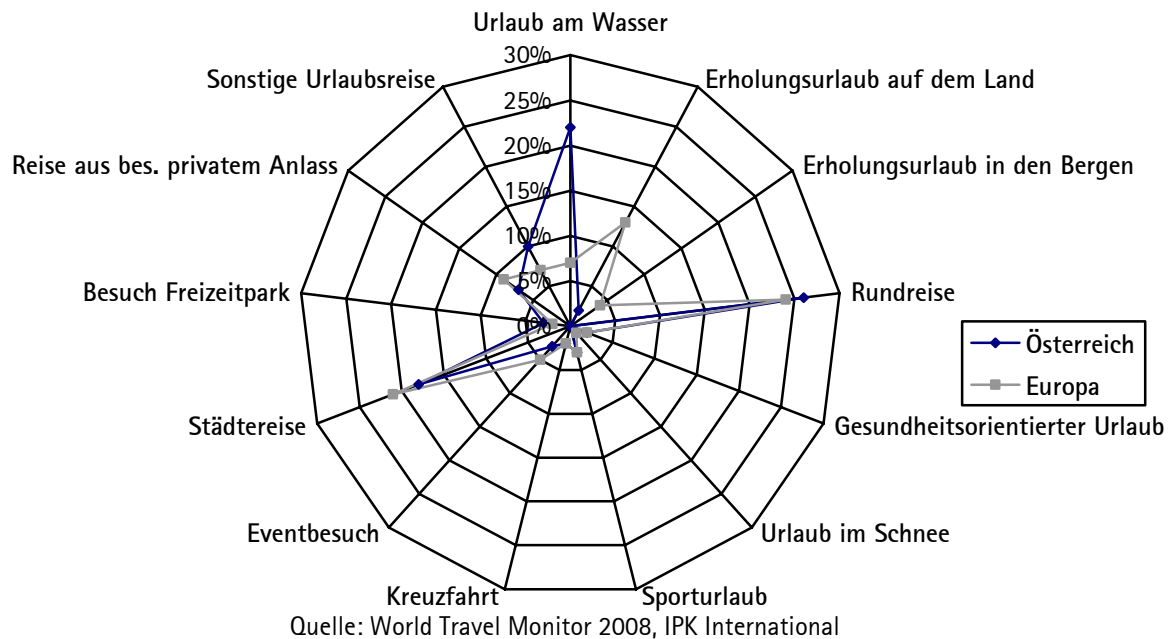
### 3.5 Urlaubsreisen nach Deutschland

#### 3.5.1 Urlaubsart

Von den 1,044 Mio. Urlaubsreisen der Österreicher nach Deutschland entfielen 48% auf so genannte Anschauereisen (26% Rundreisen, 22% Städte- und Eventreisen), 25% auf Urlaube in den Feriengebieten (Urlaub am Wasser, auf dem Lande und in den Bergen) und 7% der Deutschlandurlaube waren Reisen zu spezifischen privaten Anlässen. Im Vergleich des Urlaubsverhaltens der Österreicher mit dem Urlaubsverhalten der Europäer insgesamt fällt auf, dass 2008 der Anteil der Urlaubsreisen am Wasser nach Deutschland bei Österreich deutlich größer war. Der Anteil der Urlaubsreisen auf dem Land war bei Österreichern dagegen geringer.



### Anteil Urlaubsarten nach Deutschland %



#### 3.5.2 Aufenthaltsdauer

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Urlaubsreisen der Österreicher in Deutschland betrug 5,1 Nächte. 50% der von den Österreichern 2008 getätigten Urlaubsreisen nach Deutschland waren Kurzreisen (maximal 3 Nächte) und 50% längere Reisen (mindestens 4 Nächte).

#### 3.5.3 Buchungsverhalten und Reiseorganisation

Bei Dreiviertel (75%) aller Urlaubsreisen nach Deutschland buchten oder reservierten die Österreicher Leistungen im Voraus (Unterkunft, Transport). Bei 25% der Urlaubsreisen wurden im Voraus keine Leistungen gebucht. Am häufigsten wurde im Internet (54% aller Urlaubsreisen) vorgebucht, gefolgt von den Reisebüros (25%) und der Direktbuchung bei Hotels bzw. einer anderen Unterkunft (9%). Die Unterkunft war mit 77% mit Abstand die am meisten vorab gebuchte Leistung. Platz 2 und 3 belegen Flugticket mit 49% und Reiseversicherung mit 26%. Zweidrittel aller österreichischen Deutschlandurlauber benutzten das Internet für ihre Reise. 19% von ihnen nutzten das Internet nur zur Information. Dagegen buchte mit 81% die Mehrheit auch online.

#### 3.5.4 Transportmittel

Hauptverkehrsmittel der Österreicher für Urlaubsreisen nach Deutschland war 2008 mit einem Anteil von 38% das Flugzeug sowie mit 37% der Pkw (einschließlich Privat-Pkw und Mietwagen). 12% der Österreicher nutzten dagegen auf ihren Urlaubsreisen nach Deutschland die Bahn, 5% den Bus, 3% das Wohnmobil und je 2% das Schiff und das Motorrad. 42% der fliegenden Urlauber verwendeten ein Billigflugticket, die Mehrheit (58%) dagegen ein traditionelles Flugticket.

### 3.5.5 Unterkunftsarten

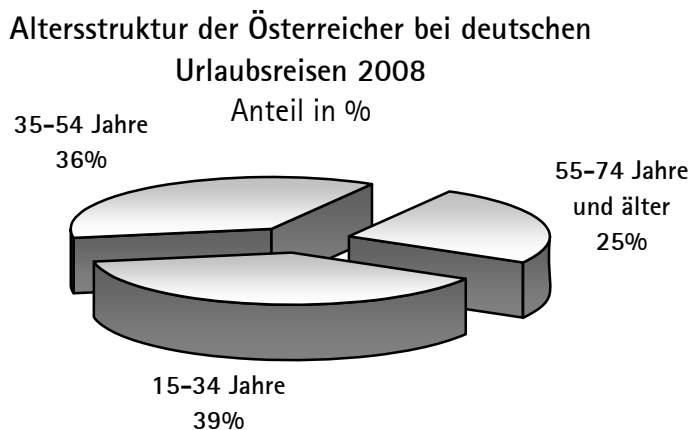
In der Kategorie der bezahlten Unterkünfte (77%) war das Hotel die wichtigste Unterkunftsform mit einem Anteil von 54%. Bevorzugt wurden First Class Hotels mit 25% und Mittelklassehotels mit 21%. Budgethotel kam auf einen Anteil von 9%. Das Ferienhaus/-wohnung sowie die Pensionen hatten jeweils einen Anteil von 7% und die Camper (Zelt, Caravan, Wohnwagen) auf 2%. Dagegen wurden 18% der Urlaubsreisen 2008 nach Deutschland in Privatunterkünften bei Freunden, Bekannten und Verwandten und eigenen unbezahlten Unterkünften verbracht.

### 3.5.6 Reiseausgaben

Im Jahre 2008 gaben Österreicher pro Urlaubsreise durchschnittlich 458 Euro aus. Das entspricht einer durchschnittlichen Ausgabe von 88 Euro pro Tag. Das gesamte Umsatzvolumen für Deutschlandurlaubsreisen betrug 0,5 Mrd. Euro, alle Reisen nach Deutschland hatten ein Volumen von 1,1 Mrd. Euro. Die Werte enthalten alle Ausgaben wie Unterkunft, Verpflegung, Transport etc.

### 3.5.7 Altersstruktur

Österreicher, die 2008 ihre Urlaubsreise in Deutschland verbrachten waren im Durchschnitt 40,8 Jahre alt. 55% waren Männer und 45% Frauen. 16% hatten Kinder unter 15 Jahren mit im Urlaub.



Quelle: World Travel Monitor 2008, IPK International

---

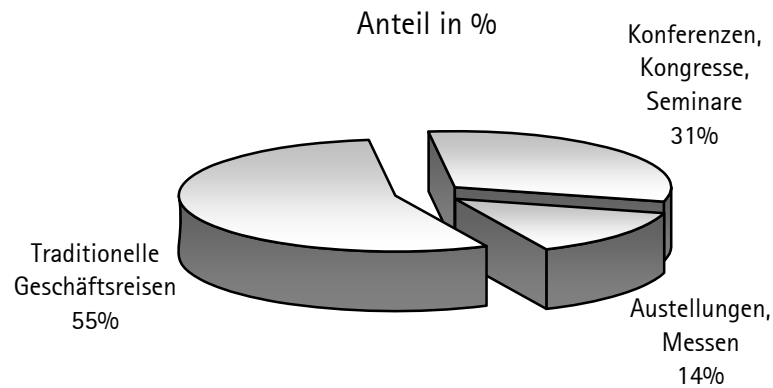
## 3.6 Geschäftsreisen nach Deutschland

---

### 3.6.1 Art der Geschäftsreisen

Von 714 Tsd. Geschäftsreisen nach Deutschland waren 55% traditionelle Geschäftsreisen, wozu Kundenbesuche oder Besuche einer Niederlassung zählen und der Rest (45%) promotable Geschäftsreisen, worunter Kongresse/Konferenzen/Seminare sowie Messen/Ausstellungsbesuche und Incentive Reisen fallen. Incentivereisen wurde 2008 von den Österreichern nach Deutschland kaum unternommen (>1%)

### Art der Geschäftsreisen der Österreicher 2008



Quelle: World Travel Monitor 2008, IPK International

### 3.6.2 Reiseausgaben

Im Jahre 2008 gaben die Österreicher pro Geschäftsreise durchschnittlich 520 Euro aus. Dies entspricht einer durchschnittlichen Ausgabe von 91 Euro pro Tag. Das gesamte Umsatzvolumen für Deutschlandgeschäftsreisen der Österreicher betrug im Jahre 2008 0,4 Mrd. Euro. Die Werte enthalten alle Ausgaben wie Unterkunft, Verpflegung, Transport etc.

---

### 3.7 Reisebüro-/Veranstalterstruktur

---

Die österreichischen Reiseveranstalter mit Deutschland-Programmen gliedern sich in Veranstalter für Bahnreisen, Busreisen, Musik- und Kulturreisen, Erlebnisreisen, Individuelle Anreisen z.B. Städtereisungen, Schiffsreisen, Städtereisen, Flugreisen, Radreisen, Wellness-Reisen, Gruppen- und Incentive-Reisen.

Insgesamt sind zurzeit ca. 330 Reiseveranstalter von der DZT erfasst. Davon bieten 51 für 2009 über 570 Reiseprogramme nach Deutschland an. Ihre Angebote sind in der aktuellen Übersicht „Deutschland buchen leicht gemacht“ der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), die jährlich aktualisiert erscheint, zusammengefasst. Die zahlreichen Freizeit- und Themenparks im Kapitel „Erlebnisreisen“ sind zunehmend beliebter werdende Reiseziele österreichischer Familien. Auch in diesem Jahr wurden in die Broschüre wieder Gruppenreisen und Wellnessreisen aufgenommen. Auffällig ist die Zunahme an Kulturreisen zu Festspielen, Musik- und Operaufführungen sowie Musicalreisen. Bahnreisen in historische Städte, Busreisen zu den bayrischen Königsschlössern, über die Romantische Straße bis hinauf zur Ostseeinsel Rügen, Städte - und Messereisen sowie PKW-Selbstfahrer- und Radwanderprogramme (das Angebot ist noch umfangreicher geworden) runden das vielfältige Deutschlandangebot der österreichischen Reiseveranstalter ab.

MICE-Reisen (Geschäfts-, Kongress-, Messe- und Incentive-Reisen) aus Österreich nehmen einen hohen Stellenwert im Reiseverkehr nach Deutschland ein. Die DZT-Wien verfügt über eine Adressendatei der Sekretariate und Firmenreisestellen in führenden österreichischen Unternehmen, von denen etwa die Hälfte im Verband österreichischer Firmenreisestellen (ABTA) zusammengeschlossen ist. Die Liste umfasst zurzeit ca. 130 Adressen.

Die DZT-Wien führt auf Bestellung und nach Absprache mit interessierten Partnern exklusive Mailingaktionen an die o.g. Adressdateien (größtenteils mit Angabe von Kontaktpersonen) durch (siehe auch Pkt. 5.5.1).

**Bestellformular 11 anbei!**

---

### 3.8 Mentalität und Geschäftsgebaren

---

Wie in Deutschland lauten die Begrüßungsformeln Guten Morgen, Guten Tag, Guten Abend oder wie in Bayern Grüß Gott! Weit verbreitete formlose Begrüßungen sind unter anderem Servus! und Grüß Dich! Für Erwachsene spielen berufliche Titel eine wichtige Rolle. Sofern sie bekannt sind, werden diese bei der Anrede verwendet.

Im gesellschaftlichen und geschäftlichen Umgang zeichnen sich die Österreicher besonders durch sehr höfliche Umgangsformen aus. Höflichkeit in Verbindung mit Freundlichkeit und Lebenswürdigkeit vermitteln einen positiven Eindruck der oft mit „charmant“ bezeichnet wird. Für die mittlere und besonders die ältere Generation der Österreicher ist im Umgang wie z.B. auch in der Geschäftskorrespondenz die Nennung des akademischen Titels aufgrund einer langen Tradition noch immer von Bedeutung. In Österreich gibt es keine einheitlichen Geschäftszeiten.

---

## 4. MARKTBEWERTUNG UND MARKETINGZIELE/-STRATEGIEN

---

---

### 4.1 Marktbewertung, Marktpotenziale und Prognose für Deutschland

---

Österreich ist wichtigster Quellmarkt für Deutschland im Regionalmanagement Südosteuropa. Durch die Deutschsprachigkeit stehen dem Markt uneingeschränkt alle Informationen und Angebote vom Internet über Reiseveranstalter zur Verfügung. Zudem gibt es in einigen Produktbereichen starke Überschneidungen zwischen dem Inlandsangebot und dem Deutschlandprodukt. Trotzdem sind durch die Nähe gerade Bayern mit München und Baden-Württemberg Hauptzielmärkte der Österreicher. Vor allem Urlaubsreisen mit längeren Aufenthalten sind hierbei in Deutschland gefragt. Zunehmend ist allerdings eine Konkurrenz zu den südosteuropäischen Nachbarstaaten festzustellen, die gerade in den Bereichen Gesundheit, Aktivität und Natur einen harten Preiswettbewerb entstehen lassen. Gleiches gilt für kulturtouristische Ziele im Städtetourismus. Für das Jahr 2015 prognostiziert die DZT ein Übernachtungsvolumen aus Österreich auf knapp 3,2 Mio. in Beherbergungsstätten und auf Campingplätzen. Das entspricht einer durchschnittlichen Wachstumsrate von 5,1%.

---

### 4.2 Die Marketingziele

---

Ziel der DZT ist sowohl die Absicherung der hohen Volumen als auch weiterhin die zusätzliche Stimulierung einer Wachstumsdynamik aus Österreich für den Deutschland-Tourismus. Unsere Zielsetzung liegt darin, die Marktposition Deutschlands als Reiseziel der Österreicher zu festigen

bzw. weiter auszubauen. Dabei wird nach den starken Zuwächsen in den vergangenen Jahren eine leichte Steigerung bei den Übernachtungen der Gäste aus Österreich in Höhe von 1,5% angestrebt.

Fokussiert wird dabei auf dem Individualreisemarkt Österreich die Ansprache der Endkunden, vor allem über das Internet und die Presse. Weiterer Pfeiler der Marktbearbeitung ist die intensive Pflege und Betreuung der Reiseindustrie zur Beibehaltung und Erweiterung von Deutschlandprogrammen.

Neue Ideen für einen Deutschlandaufenthalt mittels Vorstellung neuer Regionen, aber auch neuer Angeboten im Aktiv- und Kulturbereich sollen dazu beitragen.

Ziel ist es, auch in Zukunft mehr Partner für die Marktbearbeitung zu motivieren. Für 2009 gehen wir nach deutlichem Wachstum in den Vorjahren eher von verhaltenem Wachstum aus und prognostizieren 1% Wachstum.

---

### 4.3 Die Marketing- und Vertriebsstrategie

---

Die Marketing- und Vertriebsstrategie beinhaltet eine starke Fokussierung auf Konsumentenaktionen mittels innovativer Marketingmaßnahmen mit Unterstützung von deutschen und österreichischen Partnern unter Einbeziehung der DZT-Themenjahre.

Eine kombinierte Multiplikatoren- und Konsumentenstrategie bedeutet, dass die Endverbraucher über Medienkooperationen, Anzeigenwerbung, Radiospots, Newsletter, Internet, Messen und PR-Veranstaltungen sowie intensive Pressearbeit direkt angesprochen werden.

Hierzu werden die Basisproduktlinien der DZT vor allem des Städtetourismus und Erholungstourismus aktiv vermarktet.

Der österreichische Internetauftritt wird verstärkt genutzt, um mittels Online-Marketingaktionen neue Zielgruppen (50+ und Familien) spezifisch anzusprechen. Die Strategie umfasst weiterhin die Pflege der Partner in der Reiseindustrie und gemeinsame Aktionen zwecks Steigerung des Umsatzvolumens im D-Geschäft.

Das DZT-Themenjahr Aktivurlaub eignet sich hervorragend für Österreich und wird als Basis bei der Marktbearbeitung genutzt. Zahlreiche Projekte und Maßnahmen umfassen den DZT-Aktionsplan.

---

## 5. MARKETINGAKTIVITÄTEN

---

---

### 5.1 Medienwerbung

---

#### 5.1.1 Printmedien

##### Deutsche Welten-Kurzprofil

2010 gibt es in Europa wieder das Verlagsobjekt „Deutsche Welten/Destination Germany“. In einer Auflage von 325.000 Exemplaren wird es in Kooperation mit der Typeline Werbeagentur und der DMG produziert. „Deutsche Welten“ werden aktiv bei allen Maßnahmen in Österreich vertrieben.

**Auflage:** Gesamt 640.000 Exemplare, gegliedert in:

**Sprachfassungen:** Europa: 325.000 Exemplare

**Exemplare**

Englisch:	60.000
<b>Deutsch:</b>	<b>50.000</b>
Französisch:	20.000
Italienisch:	20.000
Spanisch:	15.000
Portugiesisch:	10.000
Niederländisch:	80.000
Dänisch:	25.000
Schwedisch:	15.000
Polnisch:	30.000

**Erscheinungstermine Europa:** Dezember 2009, Januar 2010

**Druck:** durchgängig vierfarbig

**Preise:** auf Anfrage

**Zielgruppen:**

- Kulturtouristen und Städtereisende, die die Gelegenheit nutzen möchten, das aktive Deutschland und die kulturelle Vielfalt für sich zu entdecken
- Geschäftsreisende, die für die vielfältigen Möglichkeiten eines Anschlussaufenthaltes in Deutschland motiviert werden sollen
- sport- und wellnessaffine Urlauber, die Deutschland unter dem Aspekt „Aktivurlaub“ erleben möchten
- junge Reisende
- Entscheider internationaler Tagungen und Incentive Reisen

**Vertrieb:** weltweite Distribution der Printversion in die Zielregionen, Botschaften sowie Goetheinstitute, Auslage auf Tourismusmessen, Vertrieb durch Direktmail an den Endverbraucher.

**Ihre Ansprechpartner für „Deutsche Welten/Destination Germany“ Europa seitens der DZT:**

Frau Birgit Dittmar  
Tel.: +49 (0) 69 97 464 139  
Fax: +49 (0) 69 97 464 313  
E-Mail: [birgit.dittmar@d-z-t.com](mailto:birgit.dittmar@d-z-t.com)

**Premium Partnerschaft bei der Deutschen Handelskammer in Österreich**

Die Zielgruppe der MICE-Kunden stellt eine große Herausforderung dar und die DZT-Wien plant in den kommenden Jahren eine Offensive, die durch den Zusammenschluss mit wichtigen Part-

nen noch gestärkt werden soll. Ein erster Schritt ist die Zusammenarbeit mit der Deutschen Industrie- und Handelskammer für Österreich in Wien, die über hervorragende Kontakte verfügt.

Im Jahr 2009 ist die DZT Wien Premium Mitglied bei der Deutschen Handelskammer in Österreich und erhält dadurch verschiedene Vorzüge, die wir gerne mit Ihnen teilen möchten. In fünf Anzeigenschaltungen können Sie sich in Kooperation mit uns in allen Ausgaben der DHK-Aspekte im Jahr 2009 beteiligen. Das Aspekte-Magazin wird an alle Mitglieder verteilt und hat in deutsch-österreichischen Wirtschaftskreisen einen äußerst hohen Aufmerksamkeitsgrad.

Erscheinungsweise: 5 x jährlich  
Auflage: 12.000 Stück/ Ausgabe  
Umfang: 1/1 Seite Anzeige, 4c  
Formate: Satzspiegel: 175 x 250 mm  
Druckdaten: 4-farbig, Rollenoffset, 60er Raster, Anzeige digital (300 dpi/cmyk), als druckfähiges PDF

Zielgruppe:

- Geschäftsreisende, die für die vielfältigen Möglichkeiten eines Anschlussaufenthaltes in Deutschland motiviert werden sollen
- Entscheidungsträger von Incentivereisen
- Entscheidungsträger internationaler Tagungen, Kongresse und Events
- Kulturtouristen und Städtereisende, die die Gelegenheit nutzen möchten, das aktive Deutschland und die kulturelle Vielfalt für sich zu entdecken

Anschließerpreise:

Format	Anzeigen-Preise in Euro
1/1 Seite	1.500,-
(zzgl. 5 % Werbeabgabe, zzgl. 20 % MwSt.)	

Empfehlenswert für deutsche Tourismus-Organisationen, Städte und Regionen, Hotels, Kongress- und Tagungszentren, Freizeitparks, Museen, Anbieter im Transport- und Hotelbereich, etc.

Redaktionsplan

Ausgabe	Erscheint am:	Redaktions-schluss	Themen
1/2009	12.02.2009	12.01.2009	Kongresswesen- Angriff auf die Spitzenposition von Deutschland und Österreich
2/2009	30.04.2009	27.03.2009	Finanzwesen- Welche Lehre zieht Europa aus der Krise
3/2009	15.07.2009	08.06.2009	Health Care- Zukunftsbranche mit Breitenwirkung
4/2009	29.09.2009	28.08.2009	Herausforderung für die Standorte: Bringt Zeitarbeit die erforderliche Flexibilität? Bleibt der Maschinenbau Jobmotor?
5/2009	09.12.2009	05.11.2009	Mobilität- Revival des Schienenverkehrs, Konsequenz für die Kfz-Wirtschaft

Bestellformular 1 im Anhang!

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
Daniela Weihbrecht  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-12  
E-Mail: [daniela.weihbrecht@d-z-t.com](mailto:daniela.weihbrecht@d-z-t.com)

## Medienkooperation „16 Seiten Deutschland-Spezial“ mit dem VORMAGAZIN

Das Vormagazin wird kostenlos in allen öffentlichen Transportmitteln wie U und S-Bahn sowie in der Badener Bahn, der Schnellbahn und in den Zügen des ÖBB-Nahverkehrs sowie in Arztpraxen und Friseursalons in Wien, in Niederösterreich und im Burgenland verteilt. Dies gewährleistet eine Reichweite von 15 % alleine in Wien. Der Leserkreis besteht zu 80 % aus der werbewirtschaftlich attraktiven A/B/C-Schicht. Während des Transports in der U-Bahn nehmen sich die Verbraucher Zeit, um diese Zeitschrift zu lesen. Das Magazin erscheint in einer hochwertigen Qualität und berichtet über Kultur, Mode, People, Veranstaltungstipps in Wien und Österreich sowie mehrseitigen Reisereportagen. Ein attraktives redaktionelles Spektrum und zahlreiche Publikumsliebhaber als Autoren gehören zu den Highlights des Magazins.

Das 16-seitige Deutschland-Spezial wird in 2009 zum ersten Mal umgesetzt. Sie haben die Möglichkeit, redaktionelle Beiträge, die von unserem Verlag marktspezifisch aufbereitet werden, zu schalten.

Im Oktober 2009 soll das Deutschland-Spezial im österreichischen VORMAGAZIN erscheinen, das themen- und zielgruppenspezifisch aufbereitet wird.

Wir empfehlen unseren Partnern eine Teilnahme an diesem Projekt, um einen überzeugenden Deutschlandauftritt zu gewährleisten. Die Herausgabe ist gezielt im Herbst geplant, um Lust auf eine Deutschlandreise in der intensiven Reisezeit Frühjahr/Sommer 2010 zu wecken. Intensive Nutzung und eine hohe Leser- Blattbindung schaffen das optimale Umfeld für einen wirkungsvollen Werbeauftritt.

### Kurzbeschreibung

<b><u>Inhalt:</u></b>	In der Oktober Ausgabe werden auf 16 Seiten speziell auf das Thema „Kulturstädte in Deutschland“ und zielgruppengerecht zugeschnittene Informationen (in Form von Reportagen, Veranstaltungstipps oder Infokasten) über Deutschland dargestellt.		
<b><u>Schwerpunktthemen:</u></b>	Kulturstädte Deutschland, Städtereisen, Aktivurlaub, Events, Ausstellungen, Freizeitparks, Küstengebiete		
<b><u>Erscheinungstermin:</u></b>	07. Oktober 2009, Heft 10		
<b><u>Format:</u></b>	210 x 297mm		
<b><u>Druckauflage:</u></b>	65.000 Stück		
<b><u>Zielgruppe:</u></b>	<b><u>Golden Age:</u></b> 50+ interessiert an Kurzreisen mit kulturellem Hintergrund ins	<b><u>Familien</u></b> interessiert an Urlaub in den Feriengebieten, sowie Frei-	<b><u>New Generation-</u></b> <b><u>Dinks**/ Yuppi***</u></b> interessiert an Städte- und Eventreisen
*vorläufige Arbeitstitel **Double Income No Kid			

***Junge Erwachsene der städtischen oberen Mittelschicht	europäische Ausland	zeitparks	mit kulturellem Hintergrund
<b>Leserkreis:</b>	296.000 regelmäßige	Leser pro Ausgabe	

Empfehlenswert für deutsche Tourismus-Organisationen, Städte und Regionen, Hotels, Freizeitparks, Museen, Anbieter im Transport- und Hotelbereich, Eventagenturen, etc.

**Anschließerpreise:**

Preise für Publi-Reportage pro Ausgabe (zzgl. 5 % Werbeabgabe, zzgl. 20 % MwSt.)	
1/1 Seite 4c	1.500 Euro
1/2 Seite 4c	850 Euro
1/4 Seite 4c	500 Euro

Bestellformular 2 im Anhang!

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
Daniela Weihbrecht  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-12  
E-Mail: [daniela.weihbrecht@d-z-t.com](mailto:daniela.weihbrecht@d-z-t.com)

**Medienkooperation mit dem Bahnreisemagazin BAHNmax**

Das ÖBB-Bahnreisemagazin erscheint 5 x im Jahr mit einer Auflage von 100.000 Stück/Quartal und wird in allen Fernreisezügen (und tw. auch im Nahverkehr im Ballungsraum Wien) der ÖBB verteilt. 2009 wird BAHNmax 5x erscheinen – Ende Februar, Ende April, Ende Juni sowie Mitte September und Mitte November 2009.

Zusätzlich erscheint Anfang 2009 eine Sondernummer „Historisches Reisen“, auch hier ist die Auflage 100.000 Stück. Die Verteilung erfolgt über die Ferienmessen in Wien und Salzburg sowie als Beilage zum normalen Magazin im Frühjahr und Herbst.

Kurzbeschreibung der Jahreskooperation 2009:

6x 4 Seiten jeweils zu einem Thema unserer Wahl im ÖBB-Bahnreisemagazin.

**Erscheinung & Schwerpunktthema:**

- Ende Januar „Historisches Reisen“ (bereits belegt)
- Ende Februar „Städte und Kultur“
- Ende April „Aktivurlaub in Deutschland: Lifestyle, Wandern und Radfahren“
- Ende Juni „20 Jahre Mauerfall“
- Mitte September „Genießerland Deutschland“
- Mitte Dezember „Weihnachtsmärkte“

Gerne bieten wir unseren deutschen Partnern die Möglichkeit durch die DZT-Wien Flächen im BAHNmax zu buchen. Die Abwicklung (Gestaltung, Freigabe) erfolgt direkt von BAHNmax. Die

Auswahl eines speziellen Themas für den Artikel oder die Vorstellung Ihrer Produkte und Angebote kann natürlich durch Sie erfolgen.

2/1 Seite	2000 Euro
1/1 Seite	1000 Euro
(zzgl. 20 % MwSt.)	

Bestellformular 3 im Anhang!

Ihr DZT-Ansprechpartner  
Ulrike Frauscher  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792 -11  
E-Mail: [ulrike.frauscher@d-z-t.com](mailto:ulrike.frauscher@d-z-t.com)

### 5.1.2 Das Internet und andere neue Medien

Die Durchdringung des Internets hat sich in Österreich in den letzten Jahren überdurchschnittlich entwickelt. 67 % der österreichischen Bevölkerung benutzt regelmäßig das Internet. Die Deutschlandzielgruppen sind äußerst internetaffin: Junge Menschen (14-19 Jahre) 94 %, Familien (30-49 Jahre) 80 % und die für Deutschland wichtigen Bestager (50-59 Jahre) nutzen noch zu 63 % das Internet.

Seit 2007 besteht die Webadresse [www.deutschland-tourismus.at](http://www.deutschland-tourismus.at) für den österreichischen Markt. Die Website profitiert von dem umfangreichen deutschen Gesamtauftritt, kann jedoch in allen Menüpunkten außer dem ersten „Reiseland Deutschland“ individuell belegt werden.

Die DZT Wien wird zur intensiven Bewerbung dieses Auftritts interessante Online-Marketingaktionen durchführen.

#### Online-Marketing-Aktionen

Um den Österreich-Auftritt [www.deutschland-tourismus.at](http://www.deutschland-tourismus.at) in den kommenden Jahren zu stärken und die Adresse österreichweit bekannt zu machen, plant die DZT-Wien ständige Online-Marketing-Aktionen in ihren Aktionsplan ein. Wir arbeiten hierbei mit der professionellen Agentur AdLink zusammen, die für uns die optimalen Werbepartner zusammenstellt, die Kampagne beobachtet und die Erfolgskontrolle auswertet.

Sie können hierbei unsere Aktionen nutzen und gerne unser Partner sein. Ob als Exklusivpartner, Juniorpartner oder im Bereich Sponsoring als Gewinnspielpartner. Gebündelte Aktionen erhöhen die Attraktivität für unsere User.

Exklusivpartner:	ab 20.000 Euro
Juniorpartner:	ab 2.000 Euro
Gewinnspielpartner:	Aufenthalt, Transport, Eintritt, Übernachtungen, etc.

#### Coop.-Bannerwerbung

Im November 2008 hat die DZT-Wien mit einer Online-Kampagne in Form von Banner-Werbung im Internet gestartet und konnte bereits in den ersten beiden Monaten 7.613 Clicks auf die eigene Ho-

mepage generieren. Auch in diesem Jahr ist bereits eine weitere Online-Kampagne für den Zeitraum März bis Juni 2009 in Planung, in der Sie sich mit Ihrem Logo und einer Verlinkung auf Ihre Homepage beteiligen können.

Kurzbeschreibung:

<b>Werbeform:</b>	Skyscraper und Content Ads auf zielgruppenspezifisch ausgewählten Homepages in Österreich
<b>Schwerpunktthemen:</b>	- Aktivurlaub in Deutschland: Lifestyle, Radfahren, Wandern - Metropolen/ Kultur
<b>Erscheinungstermin:</b>	März bis Juni 2009
<b>Zielgruppe:</b>	Individualreisende - in der internetaffinen Gruppe der 50+ Generation - mobile Gruppe der 35-54jährigen - Familien mit Kindern - Paare - Singles - Gruppen, Freunde
<b>Preis:</b>	ab € 10.000,-

Bestellformular 4 im Anhang!

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
Daniela Weihbrecht  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-12  
E-Mail: [daniela.weihbrecht@d-z-t.com](mailto:daniela.weihbrecht@d-z-t.com)

Interneauftritt [www.deutschland-tourismus.at](http://www.deutschland-tourismus.at)

Hier können Sie Ihre eigene Werbung in Form von Logo/ Button, Bannern, Skyscrapern, Content Ad, etc. auf unserer Homepage [www.deutschland-tourismus.at](http://www.deutschland-tourismus.at) schalten.

Die DZT-Wien bietet diverse Anschließergebote an:

	einmalige Bearbeitungsgebühr	TKP-Preis		
		Hauptseite	Themenseite	Themenunterseite
Logo Button	50 Euro	TKP 15 Euro	TKP 20 Euro	TKP 25 Euro
Skyscraper	50 Euro	TKP 30 Euro	TKP 35 Euro	TKP 40 Euro
Content Ad	80 Euro	TKP 45 Euro	TKP 50 Euro	TKP 55 Euro
Redaktionelles Special	100 Euro	TKP 60 Euro	TKP 65 Euro	TKP 70 Euro
Inhaltsseite	150 Euro	TKP 75 Euro	TKP 80 Euro	TKP 85 Euro

Ausführliche Informationen finden Sie in der Anlage 5, oder unter [www.deutschland-extranet.de](http://www.deutschland-extranet.de)

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
 Lars Dehne  
 Tel: +43 (0) 1 513 2792-17  
 E-Mail: [lars.dehne@d-z-t.com](mailto:lars.dehne@d-z-t.com)

## Newsletter

Die DZT-Wien verschickt ab 2009 sechsmal pro Jahr (Feb, Apr, Jun, Sep, Nov, Dez) E-Mail-Newsletter, welche Sie als Kommunikationsplattform nutzen können, um Ihre Produkte oder Veranstaltungen vorzustellen. Drei verschiedene Verteiler werden angeschrieben:

- Reisewirtschaft und MICE
- Endverbraucher
- (Fach-) Presse

Sie können folgende Leistungen in Verbindung mit den Newslettern buchen:

<p><b>Newsletter Reisewirtschaft und MICE</b></p> <p>Redaktioneller Kurzbeitrag im E-Mail-Newsletter und Kurzarartikel auf der Unterseite des österreichischen Internetauftritts der DZT für die Reisewirtschaft</p>	<p>Artikel: 500,- €                  Textbox / Bild: 350,- €                  Logo / Button: 300,- €</p>
<p><b>Newsletter Konsumenten</b></p> <p>Redaktioneller Kurzbeitrag im E-Mail-Newsletter und Kurzarartikel auf der Unterseite des österreichischen Internetauftritts der DZT für Konsumenten</p> <p>Die Preise für Endkundennewsletter werden AB SOFORT anders und besser nachvollziehbar ermittelt, die Berechnung erfolgt jetzt nach Adressen (Anmerkung - Bereits bestätigte Buchungen werden nach wie vor zu den alten Preisen berechnet)</p>	<p>Die Berechnung erfolgt nach Anzahl der Adressen.</p> <p>Preis pro Adresse: 0,15,- €                  Bearbeitungsgebühr: 150,- €                  Es gibt durchschnittlich 4 Artikel pro Newsletter.</p> <p>Preisberechnung:  <math>150 + (0,15 \times \text{Adressbestand}) / 4</math></p> <p>Bild / Textbox: 100,- €                  Logo / Button: 80,- €                  Bis zu 6 Textboxen haben Platz.</p> <p>Preisberechnung:  <math>100 + (0,15 \times \text{Adressbestand}) / 6</math>                  bzw.  <math>80 + (0,15 \times \text{Adressbestand}) / 6</math></p>
<p><b>Newsletter Presse</b></p> <p>Redaktioneller Kurzbeitrag im E-Mail-Newsletter und Kurzarartikel auf der Unterseite des österreichischen Internetauftritts der DZT oder Artikel als PDF-Dokument.</p>	<p>Artikel: 500,- €                  Textbox / Bild: 350,- €                  Logo / Button: 300,- €</p>

Bestellformular 6 im Anhang!

## Partner-Exklusiv-Newsletter

Ergänzend zum oben angegebenen Erscheinungszyklus gibt es die Möglichkeit, im Wechsel, DZT-Partner-Exklusiv-Newsletter zu schalten.

Diese E-Mail-Newsletter können exklusiv von Ihnen belegt werden (Jan, Mär, Mai, Jul, Aug, Okt).

Umfang:	4 Themen á 600 Textzeichen + 50 Textzeichen für die Überschrift und jeweils ein Bild (100x100 Pixel)
---------	--

Die Inhalte sollten auf den österreichischen Markt abgestimmt sein. Wir beraten Sie hierzu gerne.

### Empfehlenswert für

Städte, Museen, Ausstellungen, Eventveranstalter, Hotels, Freizeitparks, etc.

Zur Bekanntmachung von großen Events wie Ausstellungen, Festen und sonstigen Veranstaltungen besonders geeignet. Die Events sollten jedoch von überregionaler bzw. internationaler Bedeutung sein. Auch Sonderangebote zu bestimmten Anlässen kommen sehr gut an.

Die Kosten hierfür:

Newsletter Reisewirtschaft/Fachpresse und MICE	1.800,- €
Newsletter Konsumenten	700,- €
Newsletter Presse	1.800,- €

Bestellformular 6 im Anhang!

Ihre DZT-Ansprechpartner: Daniela Weihbrecht (Newsletter Reiseindustrie und Fachpresse)

Tel.: +43 (0) 1 513 2792-12

E-Mail: [daniela.weihbrecht@d-z-t.com](mailto:daniela.weihbrecht@d-z-t.com)

Lars Dehne (Newsletter Endverbraucher)

Tel.: +43 (0) 1 513 2792-17

E-Mail: [lars.dehne@d-z-t.com](mailto:lars.dehne@d-z-t.com)

Ulrike Frauscher (Newsletter Presse)

Tel.: +43 (0) 1 513 2792-11

E-Mail: [ulrike.frauscher@d-z-t.com](mailto:ulrike.frauscher@d-z-t.com)

## Infoscreens

In den U-Bahnstationen in Wien gibt es eine Vielzahl von Infoscreens. Hier besteht die Möglichkeit sehr kurze (ca. 10-15 Sekunden) Beiträge mit kombinierten Bild-Text-Einschaltungen als sehr effiziente Endverbraucherwerbung durchzuführen. Der Spot wird auf insgesamt 42 Screens gezeigt, darunter die zehn am stärksten frequentierten U-Bahn-Stationen sowie in vier Zügen der Linie U3

und den Wiener-Linien-Bussen. Pro Tag wurden bei der letzten Aktion 638.000 Kontakte mit einer Nettoreichweite für die einwöchige Kampagne von 54,3 % erzielt. Es besteht die Möglichkeit, diese Aktion mit Rail-Tours-Austria (für die Städte Berlin, Dresden, Hamburg, Frankfurt und München) oder alleine durch die DZT durchzuführen.

<b>Bildfläche:</b>	ca. 4m <sup>2</sup> große Screens
<b>Sendezeit:</b>	19,5 Std. (täglich von 05:00 Uhr bis 0:30 Uhr)
<b>Techn. Reichweite:</b>	ca. 638.000 Kontakte pro Tag
<b>Spotfrequenzen/ Tag:</b>	Alle 7 min.

Preisübersicht:

<b>In Kooperation mit Rail Tours Austria (fünf Tage Schaltung)</b>	550 Euro (zzgl. 5% Werbeabgabe, zzgl. 20 % MwSt)
<b>Alleine durch die DZT (fünf Tage Schaltung)</b>	ca. ab 6.000 Euro (zzgl. 5% Werbeabgabe, zzgl. 20 % MwSt)

Bestellformular 7 im Anhang!

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
 Daniela Weihbrecht  
 Tel.: +43 (0) 1 513 2792-12  
 E-Mail: [daniela.weihbrecht@d-z-t.com](mailto:daniela.weihbrecht@d-z-t.com)

Auf Wunsch führt die DZT-Wien für Sie publikumswirksame und innovative Werbemaßnahmen entweder gemeinsam oder exklusiv für Ihr Produkt durch. Eine Abwicklung über uns erspart Ihnen Zeit und Arbeitsaufwand. Außerdem kennen wir die Partner vor Ort, haben die entsprechenden Kenntnisse und können die Werbewirksamkeit besser prüfen.

**City Light Vitrinen & Säulen**

City Lights sind effiziente Werbeträger an hochfrequentierten Standorten in urbanen Zentren: Einkaufsstraßen, Fußgängerzonen, an belebten Plätzen, in Wartehallen. Zu den Vorteilen des City Lights zählen neben seiner optimalen Positionierung die lange Betrachtungsdauer der Passanten und die Hinterleuchtung, die eine hohe Wahrnehmung erzielt. Es besteht die Möglichkeit City Light Vitrinen & Säulen in den Städten Wien, Graz, Linz, Salzburg sowie in den Landeshauptstädten in St. Pölten, Eisenstadt, Bregenz, Innsbruck, Klagenfurt zu buchen.

Alleine in Wien gibt es ca. 6.000 City Light Vitrinen, die Netzweise gebucht werden können. Die Netze können Österreichweit individuell kombiniert werden, um Streuoptimierung zu erreichen.

<b>Format:</b>	Uneingeschränkte Sichtbarkeit 115x171 cm (Hochformat)
<b>Papierformat:</b>	118,5x175 cm
<b>Preis pro Fläche und Woche</b> (für die Städte Wien, Graz, Linz, Salzburg)	74 Euro (zzgl. Montage- und Druckkosten)
<b>Preis pro Fläche und Woche</b> (für die Städte St. Pölten, Eisenstadt, Bregenz, Innsbruck, Klagenfurt)	64 Euro (zzgl. Montage- und Druckkosten)

Weitere Informationen hierzu erhalten Sie bei:

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
Daniela Weihbrecht  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-12  
E-Mail: [daniela.weihbrecht@d-z-t.com](mailto:daniela.weihbrecht@d-z-t.com)

## Verkehrsmittelwerbung

Eine besonders aufmerksamkeitsregende Werbemaßnahme direkt an den Endverbraucher kann in Form von Verkehrsmittelwerbung umgesetzt werden. Werbung auf Straßenbahnen oder in der U-Bahn erzeugt hohe Kontaktchancen, denn 34 % aller in Wien zurückgelegten Wege werden mit den öffentlichen Verkehrsmitteln absolviert. Verkehrsmittelwerbung eröffnet damit neue Möglichkeiten für österreichweit geplante Werbekampagnen.

Preisbeispiele: (Preise pro Wagen und Monat)

<b>Vienna Tram- Seite des Triebwagens</b>	597 Euro (zzgl. Montage- und Produktionskosten)
<b>U-Bahn- Single Traffic Board</b>	1.019 Euro (zzgl. Montage- und Produktionskosten)
<b>U-Bahn- Double Traffic Board</b>	1.429 Euro (zzgl. Montage- und Produktionskosten)
Weitere Werbemöglichkeiten auf Anfrage	

Weitere Informationen hierzu erhalten Sie bei:

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
Daniela Weihbrecht  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-12  
E-Mail: [daniela.weihbrecht@d-z-t.com](mailto:daniela.weihbrecht@d-z-t.com)

---

## 5.2 Messen, Workshops, Roadshows

---

### 5.2.1 Messen

Im Individualreisemarkt Österreich sind die B2C-Messen wichtige Kommunikationstools.

Ein gemeinsamer Auftritt am DZT-Stand fördert das Image Ihres Produktes und vermittelt neue Reise- und Urlaubsideen.

Die bekannteste Messe in Österreich ist die „Ferien“ in Wien. Diese DZT-Leitmessen bietet Ihnen zahlreiche Vorteile, um optimal für Ihre Destination zu werben und Kontakte aufzubauen. An den ersten beiden Tagen kommen zahlreiche Trade- und Pressevertreter aus ganz Österreich. Das Wochenende ist den Endverbraucher gewidmet.

Ferien-Messe Wien 2010			
<b>Zeitraum:</b>	Januar 2010	<b>Anmeldeschluss:</b>	Auf Anfrage
<b>Art:</b>	Internationale Messe für Urlaub, Reisen und Freizeit für Privat- und Fachbesucher	<b>Zahl DZT-Anschließer:</b>	unbegrenzt
<b>Ort/Region:</b>	Wien	<b>Preis Einzelaussteller pro Koje</b>	3.500 Euro
<b>Fläche (qm):</b>	DZT-Stand ca. 300 (2009)	<b>Preis Mitaussteller pro Koje</b>	1.500 Euro
Preise unter Vorbehalt			
<b>Besucher:</b>	150.000 (davon 9 % Fachbesucher)	<b>Kontakt:</b>	DZT-Wien
<b>Aussteller:</b>	ca. 900	<b>Ansprechpartner:</b>	Daniela Weihbrecht
<b>Email:</b>	<a href="mailto:daniela.weihbrecht@d-z-t.com">daniela.weihbrecht@d-z-t.com</a>		
<b>Hinweis:</b>	Voraussetzung für die Beteiligung an der Messe: mind. 10 Counter.		

Anmeldeformular 8 im Anhang!

## 5.2.2 Workshops und Roadshows

### Deutschland Workshop Deutsche Reisebörse

Die Deutsche Reisebörse in Wien ist wichtigstes Tool zur B2B-Kommunikation. Als etablierte Kontaktbörse können Sie Ihre wichtigen Geschäftspartner treffen und die Highlights der nächsten Jahre vorstellen.

Der 2-Jahresrhythmus hat sich bewährt und wird beibehalten.

Deutschland Workshop Deutsche Reisebörse			
<b>Datum:</b>	Frühjahr 2010	<b>Preis Einzelaussteller pro Koje:</b>	ca. 1.600 Euro
<b>Art/Ziel:</b>	Verkauf / Verkaufsanbahnung von/für touristische Leistungen nach/in Deutschland	<b>Preis Mitaussteller pro Koje:</b>	ca. 650 Euro
<b>Ort/Region:</b>	Location in Wien	Preise unter Vorbehalt. Alle Preise netto zzgl. MwSt.	
<b>Besucher:</b>	ca. 300 Fachbesucher (2008) aus A, CZ, H, SK, SLO		
<b>Aussteller:</b>	65 (2008)	<b>Mindestaussteller:</b>	30
<b>Zielgruppe:</b>	Reiseveranstalter, Reisemittler, Firmenreisestellen, Bildungs- und Kulturstätten, Vereine aus A, CZ, H, SK, SLO, Fachpresse		
<b>Vorteil:</b>	Die DZT bietet jeweils mit der von ihr durchgeführten Vorbereitung und Organisation den deutschen Ausstellern Fachkontakte und optimale Voraussetzungen für Verkaufsförderungsaktivitäten.		

Anmeldeformular 9 im Anhang!

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
Daniela Weihbrecht  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-12  
E-Mail: [daniela.weihbrecht@d-z-t.com](mailto:daniela.weihbrecht@d-z-t.com)

Weitere Informationen finden Sie in der DZT-Broschüre „Starke Partner weltweit“ und unter [www.deutschland-extranet.de](http://www.deutschland-extranet.de).

---

## 5.3 Studienreisen

---

In enger Abstimmung mit der DZT-Zentrale und unter Berücksichtigung der DZT-Jahresthemen sowie auch von Themen, die für den Markt relevant sind, führen wir Studienreisen für die österreichische Reisewirtschaft und Presse durch.

Diverse Formen der Kooperation sind möglich. Gerne beraten wir Sie zu diesem Thema.

### 5.3.1 Studienreisen für Vertreter von Reiseveranstaltern

In Zusammenarbeit mit Transportunternehmen organisiert die DZT-Wien Studienreisen für Reisefachleute nach Deutschland. Der Schwerpunkt liegt bei den Einkäufern der Reiseveranstalter, Reisebüroangestellten sowie bei Vertretern von Incentiveagenturen, denen neue Themen, Routen und Incentivemöglichkeiten vorgestellt werden sollen. Diverse Formen der Kooperation sind möglich. Gerne beraten wir Sie zu diesem Thema und merken Ihre Stadt/Region für eine LMO-Reise vor. Für 2009 sind bereits alle LMO-Reisen vergeben.

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
Daniela Weihbrecht  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-12  
E-Mail: [daniela.weihbrecht@d-t-z.com](mailto:daniela.weihbrecht@d-t-z.com)

### 5.3.2. Studienreisen für Pressevertreter

Die Präsentation der Reisedestination Deutschland in den Medien ist von besonderer Bedeutung. Um dies zu erreichen, sind Pressereisen von höchster Priorität und ihr Stellenwert wird in der nächsten Zeit noch größer werden. Im Rahmen der von der DZT-Wien geplanten und organisierten Pressereisen in kleinen Gruppen (4-6 Journalisten) werden jährlich wechselnde Schwerpunktthemen und -regionen nach marktspezifischen Auswahlkriterien gemeinsam mit den wichtigsten Verkehrsträgern im Markt (Lufthansa, DB, ÖBB, Air Berlin) durchgeführt. Gerne beraten wir Sie zu diesem Thema und merken Ihre Stadt/Region für eine LMO-Reise vor. Für 2009 sind bereits alle LMO-Reisen vergeben.

Außerdem erfolgen zahlreiche Journalisteneinzelreisen, wenn von allen beteiligten Partnern das entsprechende Interesse vorliegt und die Qualität des/der Journalisten/Journalistin bzw. des Mediums (Print, TV, Radio) durch die DZT sichergestellt ist.

Wir empfehlen dringend, bei direkter Kontaktaufnahme durch die Journalisten die Einschaltung der DZT-Wien, um die Qualität der Berichterstattung zu garantieren.

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
Ulrike Frauscher  
Tel.: +43 (0) 1 531 2792-11  
E-Mail: [ulrike.frauscher@d-z-t.com](mailto:ulrike.frauscher@d-z-t.com)

---

## 5.4 Pressearbeit

---

Die DZT-Wien verfügt über hervorragende Beziehungen zu der österreichischen Fach- und Konsumentenpresse. Wenn Sie Presseaktionen durchführen möchten, empfehlen wir Ihnen, unsere Angebote zu nutzen. Individuell veranlasste Aktionen haben wenig Sinn, die Mailings landen häufig direkt im Papierkorb. Unsere Adressdatenbank wird ständig aktualisiert, wir wissen, was die Journalisten wollen und beraten Sie gerne.

### 5.4.1 Pressekonferenzen/Pressegespräche

Die von der DZT-Wien jährlich durchgeführte Pressekonferenz informiert die österreichischen Medien über aktuelle Themen aus Deutschland sowie über neue Produkte im Deutschland-Tourismus.

Angebote für Partner: In Zusammenarbeit mit der DZT-Wien bieten wir Ihnen die Möglichkeit, eigene PR-Konferenzen in Österreich durchzuführen. Ihr Vorteil: Sie können kompetente Medienvertreter vor Ort ausschließlich über Neuigkeiten zu Ihrem Produkt/Unternehmen informieren. Lassen Sie sich hierzu von uns umfassend beraten, damit der gewünschte Erfolg erzielt werden kann. Wir empfehlen Ihnen eine Vorausplanung von mindestens sechs Monaten. Pro Jahr können wir maximal zwei Pressekonferenzen für Partner durchführen, um Qualität und Interesse bei den Journalisten garantieren zu können.

Für 2009 sind bereits alle Plätze belegt. Lassen Sie sich für 2010 vormerken!

<b>Kosten für die Koordination und Organisation einer Pressekonferenz durch die DZT:</b>	1.500 Euro zzgl. MwSt. und aller Veranstaltungskosten
--	---

Bestellformular 10 im Anhang!

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
Ulrike Frauscher  
Tel.: +43 (0) 1 531 2792-11  
E-Mail: [ulrike.frauscher@d-z-t.com](mailto:ulrike.frauscher@d-z-t.com)

### 5.4.2 Bildmaterial

Die DZT bietet Reiseveranstaltern und Medien weltweit die Möglichkeit, geeignete Bilder in druckfertiger Qualität digital und online kostenlos über die DZT Bilddatenbank unter [www.deutschland-motive.de](http://www.deutschland-motive.de) zu beziehen.

Unsere Tourismus Partner in Deutschland können dieses Angebot für sich und ihre Werbung nutzen, indem sie der DZT geeignetes Bildmaterial zur Verfügung stellen, auf das Veranstalter und Verlage bei Bedarf zurückgreifen können. Voraussetzung: Die Bilder müssen für diesen

Zweck rechtfrei sein und in digitaler Form (mind. DIN A 5, 300 dpi) oder als Dia zur Verfügung gestellt werden. Dieser Service ist für deutsche Anbieter kostenfrei. Die technischen Kosten für Einstellung, Datenerfassung, Übersetzungen, Datenlieferungen etc. übernimmt die DZT.

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
Rita Adler  
Tel.: +49 (0) 69 9 74 64-224  
E-Mail: [rita.adler@d-z-t.com](mailto:rita.adler@d-z-t.com)

---

## 5.5 Sonstige Marketingmaßnahmen

---

### 5.5.1 Mailings

Gerne führen wir für Sie Mailings durch. Wir können Ihnen eine zielgruppengerechte Aussendung sowie Qualität und Aktualität der Adressen garantieren. Die DZT-Wien steht für kompetente Marktbearbeitung und unsere Kunden im B2B- als auch im B2C-Bereich kennen uns. Ihre Mailingaktion hat somit mehr Erfolg, wenn die Abwicklung über uns erfolgt. Von direkten Einzelaktionen raten wir ab.

Die DZT-Wien bietet folgende Basismailings an:

**a) Mailingaktion an Reiseveranstalter**

Die DZT-Wien verfügt über ungefähr 330 Adressen von österreichischen Reiseveranstaltern, die Deutschland-Programme anbieten.

**b) Mailingaktion an Reisebüros/Filialbüros**

Unsere Datenbank umfasst ca. 2400 österreichischen Reisebüros/Filialbüros.

**c) Mailingaktion an Firmenreisestellen**

Derzeit umfasst die Adressendatei der DZT-Wien ca. 130 Adressen von Firmenreisestellen in führenden österreichischen Unternehmen.

**d) Mailingaktion an Medien**

In der Presseliste der DZT-Wien sind momentan ca. 500 Medien vertreten.

Bei den o.g. Mailingaktionen berechnet die DZT-Wien eine Bearbeitungspauschale pro Adresse von 2,00 Euro inklusive sämtlicher Versandarbeiten (max. 3 Broschüren/Flyer zum Einkuvertieren, insges. max 2000g) zzgl. Versandkosten und MwSt.: Portokosten auf Anfrage. Selbstverständlich ist es bei jeder der o.g. Mailingvarianten möglich, Adressen zu selektieren z.B. nach Bundesländern, PLZ, etc.

Die Mailingaktionen a), c) und d) führen wir für Sie auch gerne als E-Mailing durch. Für ein Mailing per E-Mail fallen ebenfalls Kosten in Höhe von € 2,00 zzgl. MwSt. pro E-Mail Adresse an.

**e) Beilage zum DZT-Broschürenversand**

Beilage Ihres Flyers an alle Kundenanfragen der DZT-Wien. Der verteilte Prospekt darf max. 20 g wiegen und das Format max. DIN A4 betragen.

<b>Zielgruppe:</b>	Endverbraucher/potenzielle Deutschlandbesucher
<b>Anfragen pro Monat:</b>	200-300
<b>Anschließerpreis:</b>	230 Euro pro Monat zzgl. MwSt.

**Empfehlenswert für:**

Deutsche Tourismus-Organisationen, Hotels, Freizeitparks, Museen, Events, etc.

TIPP: Buchbare Angebote sind besonders empfehlenswert.

**f) Mailing von Broschüren an Adressen aus Kundendatei KIS – DZT-Wien**

Gerne führen wir für Sie ein Mailing an Adressen aus unserer Kundendatei durch: max. 8.000 Adressen, Gewichtslimit 2.000 g, Bearbeitungspauschale: 2,00 Euro pro Adresse zzgl. MwSt und Porto inklusive sämtlicher Versandarbeiten und Materialkosten.

**g) Umschlagwerbung (für 2009 ausgebucht)**

Exklusive Werbefläche im A5 Querformat auf der Frontseite der A4-formatigen Versandumschläge (Klarsichtfolie) für Postsendungen an DZT-Kunden (durchschnittlich 300 Aussendungen pro Monat). Zusätzlich besteht die Möglichkeit einer Flyerbeilage im A4-Format. Dafür steht die gesamte Rückseite als Werbefläche in den Klarsichtumschlägen zur Verfügung. (Die Blattdicke darf handelsübliches bedruckbares Papier nicht übersteigen, d. h. keine Kartonagen)

**Belegungsdauer:**

Mindestwerbezeitraum 3 Monate, danach kann monatsweise dazu gebucht werden.

**Kosten für den Besteller:**

Die Kosten für den Mindestwerbezeitraum von 3 Monaten betragen 1.200,00 Euro zzgl. MwSt., jeder weitere Monat kostet 400,00 Euro zzgl. MwSt.

Druck und Produktion der Umschlagwerbung sind in den o.g. Preisangaben nicht enthalten. Die Herstellung und Bereitstellung dieser Werbebeilage obliegt dem Auftraggeber.

Bestellformular 11 im Anhang!

Ihr DZT-Ansprechpartner:

Lars Dehne

Tel.: +43 (0) 1 513 2793-17

E-Mail: [lars.dehne@d-z-t.com](mailto:lars.dehne@d-z-t.com)

## 5.5.2 Reiseführer

Im deutschsprachigen Raum können die Reiseinteressenten ohne Hilfe der DZT im Buchhandel die breite Palette der Reiseführer über Deutschland erhalten.

### 5.5.3 Empfänge/Essen – PR-Veranstaltungen

#### PR-Veranstaltungen

Zu bestimmten Anlässen, z.B. bei der Vorstellung neuer Produkte oder der DZT-Themen, werden marktspezifische PR-Veranstaltungen durchgeführt, um zusätzliche positive Impulse im Quellmarkt auszulösen. Sie können sich über uns an diesen PR-Aktionen beteiligen oder eigene Veranstaltungen mit Unterstützung der DZT organisieren. PR-Veranstaltungen bieten sich in der Regel auch als kostengünstige flankierende Maßnahmen zu anderen Marketingaktivitäten an.

PR-Veranstaltungen Kosten für die Koordination und Organisation durch die DZT: 1.700 Euro (zzgl. MwSt. und aller Veranstaltungskosten bzw. Kostenteilung bei Partnerveranstaltungen). Maximal eine Veranstaltung pro Jahr für Partner möglich!

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
Beatrix Haun  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-10  
E-Mail: [beatrix.haun@d-z-t.com](mailto:beatrix.haun@d-z-t.com)

### 5.5.4 Geschenke/Giveaways

Kleine typische Giveaways für Geschäftspartner werden bei der Durchführung von Aktionen empfohlen.

---

## 5.6 Kooperationen und Partnerschaften

---

### Marketingkooperation mit DB/ÖBB

Um der Finanz- und Wirtschaftskrise entgegen zu wirken, startet die DZT Wien dieses Jahr eine große Marketingkooperation mit unserem Partner DB/ÖBB. Das gemeinsame Ziel ist die aktive und intensive Bewerbung von ausgewählten Bahn-Strecken von Österreich nach Deutschland mit dem Thema „Metropolen/Kultur in Deutschland“. Durch den Einsatz eines markt- und zielgruppenspezifischen Marketing-Mix werden ausgewählte Metropolen und das reichhaltige Kultur- und Veranstaltungsangebot der jeweiligen Region penetrant und aktiv durch verschiedene Marketingaktivitäten (Online-Marketing, Printanzeigen, City Light Vitrienen, Infoscreens...) ganzjährig vermarktet. Des Weiteren werden alle Aktionen mit unserem neuen DZT-Claim „Value for money“ versehen, um das hervorragende Preis-Leistungs-Verhältnis Deutschlands als Urlaubsziel zu forcieren.

Nutzen Sie die Möglichkeit und seien Sie als Partner dabei, in dem wir auch Ihre Stadt/Region/Veranstaltung/Kulturangebot bei unserer Marketingkooperation mit bewerben.

Weitere Details zu den geplanten Aktionen und Preisen erhalten Sie auf Anfrage. Bestellformular 12 im Anhang!

Ihr DZT-Ansprechpartner:  
 Daniela Weihbrecht  
 Tel.: +43 (0) 1 513 2792-12  
 E-Mail: [daniela.weihbrecht@d-z-t.com](mailto:daniela.weihbrecht@d-z-t.com)

## 5.7 Aktionsplan 2009

- „+“ eigene bzw. durch AV/VA organisierte Maßnahme,
- „#“ AV/ VA-Maßnahme mit Anschlussmöglichkeit für Partner und
- „0“ Anschluss bzw. Beteiligung der AV/VA an fremd organisierter Maßnahme

Marketing- /Kooperationsaktivitäten '09	M o n a t											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>5.1 Medienwerbung</b>												
<b>5.1.1. Printmedien</b>												
<i>Kundenzeitung „Treffpunkt Deutschland“</i>	#			#			#			#		
<i>DHK-Aspekte</i>		#		#			#		#		#	
<i>Medienkooperation mit dem VORMAGAZIN</i>										#		
<i>Medienkooperation mit dem BAHNmax</i>		#		#		#			#		#	
<b>5.1.2 Internet und andere neue Medien</b>												
<i>Elektronische Übersicht „Deutschland buchen leicht gemacht“</i>	+											
<i>Online-Marketing-Aktionen</i>	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
<i>Coop.-Bannerwerbung</i>			#	#	#	#						
<i>Werbung auf <a href="http://www.deutschland-tourismus.at">www.deutschland-tourismus.at</a></i>	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
<i>E-Mail-Newsletter (an Reisewirtschaft, Presse oder Endverbraucher)</i>		#		#		#		#		#		#
<i>Partner-E-Mail-Newsletter (an siehe oben)</i>	#		#		#		#		#		#	
<i>Infoscreens</i>	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
<i>City Night Vitrinen &amp; Säulen</i>	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
<i>Verkehrsmittelwerbung</i>	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
<b>5.2 Messen, Workshops und Roadshows</b>												
<b>5.2.1 Messen</b>												
<i>FERIEN Wien 2010</i>	#											
<b>5.2.2 Workshops und Roadshows</b>												
<i>Deutsche Reisebörse 2010</i>				#								
<b>5.3 Studienreisen</b>												
<b>5.3.1 Studienreisen für Reiseindustrie</b>												
<i>Studienreisen</i>	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
<b>5.3.2 Studienreisen für Pressevertreter</b>												
<i>Studienreisen</i>	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
<b>5.4 Pressearbeit</b>												
<b>5.4.1 Pressekonferenzen</b>												
<i>DZT-Jahres Pressekonferenz 2010</i>		+										
<i>Pressekonferenzen für deutsche Partner</i>	#		#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
<b>5.4.2 Bildmaterial</b>												
<i>Bildmaterial von der DZT Bilddatenbank</i>	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
<b>5.5 Sonstige Marketingmaßnahmen</b>												
<b>5.5.1 Mailings</b>	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
<b>5.5.3 PR-Veranstaltungen</b>	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#

---

## 6. DZT AUSLANDSVERTRETUNG

---

---

### 6.1 Sitz

---

Das Büro der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. in Wien befindet sich seit dem 01.05.09 in der Mariahilferstraße 54 in der Wiener Innenstadt. Das Büro ist für den Besucherservice geschlossen.

Wir werden jedoch weiterhin für unsere Kunden über ein Call-Center, mittels eines Voice-Response-Systems 24h erreichbar sein. Außerdem steht der österreichische Internetauftritt [www.deutschland-tourismus.at](http://www.deutschland-tourismus.at) allen Kunden zur Verfügung.

Für deutsche Partner stehen wir während unserer Geschäftszeiten jederzeit gerne zur Verfügung.

---

### 6.2 Mitarbeiter

---

**Leiterin für Österreich**  
**Regional Manager Südosteuropa**  
Beatrix Haun  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-10  
E-Mail: [beatrix.haun@d-z-t.com](mailto:beatrix.haun@d-z-t.com)

**Manager Marketing**  
Daniela Weihbrecht  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-12  
E-Mail: [daniela.weihbrecht@d-z-t.com](mailto:daniela.weihbrecht@d-z-t.com)

**Manager Presse & Öffentlichkeitsarbeit**  
Ulrike Frauscher  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-11  
E-Mail: [ulrike.frauscher@d-z-t.com](mailto:ulrike.frauscher@d-z-t.com)

**Manager Vertrieb**  
Simon Bopp  
Momentan Vertretung durch Simon Bopp  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-16  
E-Mail: [simon.bopp@d-z-t.com](mailto:simon.bopp@d-z-t.com)

**Manager Onlinemarketing**  
Lars Dehne  
Tel.: +43 (0) 1 513 2792-17  
E-Mail: [lars.dehne@d-z-t.com](mailto:lars.dehne@d-z-t.com)

### **Manager Finanzen**

Svea Strahl

Tel.: +43 (0) 1 513 2792-15

E-Mail: [svea.strahl@d-z-t.com](mailto:svea.strahl@d-z-t.com)

---

## **6.3 Adressen**

---

### **Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.**

Vertretung für Österreich und Regionalleitung Südosteuropa (Österreich, Ungarn, Tschechien, Slowakei, Slowenien, Griechenland und Türkei)

Mariahilfer Str. 54

A-1070 Wien

### **Büroleitung:**

Tel.: +43 (0) 1 513 27 92-12

Fax: +43 (0) 1 513 27 92-50

E-Mail: [gntovie@d-z-t.com](mailto:gntovie@d-z-t.com)

### **Information:**

Tel.: +43 (0) 1 513 27 92

Fax: +43 (0) 1 513 27 92-22

E-Mail: [deutschland.reisen@d-z-t.com](mailto:deutschland.reisen@d-z-t.com)

[www.deutschland-tourismus.at](http://www.deutschland-tourismus.at)

---

## **6.4 Regionalmanagement**

---

Südosteuropa

Beatrix Haun

Tel.: +43 (0) 1 513 279 2-10

E-Mail: [beatrix.haun@d-z-t.com](mailto:beatrix.haun@d-z-t.com)

---

## **6.5 Destinationsmanagement Hauptverwaltung**

---

Südosteuropa

Birgit Dittmar

Tel.: +49 (0) 69 97 464 139

Fax: +49 (0) 69 97 464 313

E-Mail: [birgit.dittmar@d-z-t.com](mailto:birgit.dittmar@d-z-t.com)

## Verpackungsvorgaben für DZT-Printprodukte (Richtlinien für die Druckerei)

**Einzelexemplare:** 10-, 20-, 25-, 50-, 100-er weise einschweißen oder kartonieren  
Einlegeblatt oder Label mit folgenden Angaben:

1. Stückzahl
2. Titel
3. Sprachfassung
4. KIS-Artikelnummer

**Paletten:** Abpacken auf Holz-Einwegpaletten bzw. Werzalitpaletten  
Einschweißen  
Holzdeckel  
Bandagieren  
Palettenhöhe höchstens 100 cm  
Palettengewicht max. 450 Kg  
Palettenzettel mit folgenden Angaben:

1. Gesamtstückzahl pro Palette
2. Titel
3. Sprachfassung
4. KIS-Artikelnummer

**Ausnahmen:** Bei unseren Ausnahmeländern **China, Australien, USA, Kanada, Südkorea, Japan, Brasilien, Indien, Norwegen** muss auf **Werzalitpaletten** abgesetzt werden, da eine Einfuhr von Holzpaletten inkl. Holzdeckel verboten ist.

**Vorgehensweise:** Beim Absetzen seitens der Druckerei bitten wir folgendes zu beachten:  
Pro Sprache muss die Gesamtauflage in zwei Mengen geteilt werden „Ausnahmeländer und Rest“.  
Mengen der Ausnahmeländer sind grundsätzlich auf Werzalitpaletten abzusetzen und der Rest auf Holz-Einwegpaletten.

**Vor dem Verpackungsvorgang unbedingt den DZT-Versand, Herrn Stahl, Tel. 069-9730730 oder Herrn Maiworm, Tel. 069-97464284 kontaktieren, um auch die Lieferungsmodalitäten (Anlieferungsadresse!) zu besprechen.**

zurück an:  
Deutsche Zentrale für Tourismus  
Daniela Weibrecht  
Mariahilfer Str. 54  
A-1070 Wien  
FAX: 0043/1/513 27 92-50  
E-Mail: gntovie@d-z-t.com

**Bestellformular 1**

**PREMIUM PARTNERSCHAFT**

**bei der Deutschen Handelskammer in Österreich – Kooperation Anzeigenschaltung in  
DHK Aspekte**



Format	Anzeigen-Preise in €
1/1 Seite	1.500,--
(zzgl. 5 % Werbeabgabe, zzgl. 20 % MwSt.)	

zutreffendes bitte ankreuzen:

- Ich möchte in folgender Ausgabe als Kooperationspartner eine Anzeigenschaltung aufgeben:
- Ausgabe 2, Erscheinungstermin 30.04.
  - Ausgabe 3, Erscheinungstermin 08.06.
  - Ausgabe 4, Erscheinungstermin 29.09.
  - Ausgabe 5, Erscheinungstermin 09.12.

Firma: .....  
 Straße: .....  
 PLZ/ORT .....  
 (Rechnungsadresse, falls anders):.....  
 Telefon/Telefax: .....  
 E-Mail: .....  
 Ansprechpartner/in: .....

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift

**zurück an:**  
Deutsche Zentrale für Tourismus  
Daniela Weihbrecht  
Mariahilfer Str. 54  
A-1070 Wien  
FAX: 0043/1/513 27 92-50  
E-Mail: gntovie@d-z-t.com

**Bestellformular 2**

**MEDIENKOOPERATION „Deutschland-Spezial“ (siehe Punkt 5.1.1)**

(Bsp.)



zutreffendes bitte ankreuzen:

- Publi-Reportage
  - a) 1/1 Seite 4c € 1.500,--
  - b) 1/2 Seite 4c € 850,--
  - c) 1/4 Seite 4c € 500,--

Firma: .....

Straße: .....

(Rechnungsadresse, falls anders: ).....

PLZ/Ort: .....

Telefon/Telefax: .....

E-Mail: .....

Ansprechpartner/in: .....

Zahlungsbedingungen: Angegebene Preisangaben sind Nettopreise zzgl. 5 % Werbeabgabe, zzgl. 20 % MwSt.

---

Ort, Datum Stempel, Unterschrift

---

zurück an:  
Deutsche Zentrale für Tourismus  
Ulrike Frauscher  
Mariahilfer Str. 54  
A-1070 Wien  
FAX: 0043/1/513 27 92-50  
E-Mail: gntovie@d-z-t.com

### Bestellformular 3

### B A H N M A X



zutreffendes bitte ankreuzen:

Ich möchte in folgender Ausgabe als Kooperationspartner eine Anzeigenschaltung aufgeben:

- Ausgabe 1, Erscheinungstermin Ende Feb.
- Ausgabe 2, Erscheinungstermin Ende Apr.
- Ausgabe 3, Erscheinungstermin Ende Jun.
- Ausgabe 4, Erscheinungstermin Mitte Sep.
- Ausgabe 5, Erscheinungstermin Mitte Nov.

Firma: .....

Straße: .....

(Rechnungsadresse, falls anders:): .....

PLZ/Ort: .....

Telefon/Telefax: .....

E-Mail: .....

Ansprechpartner/in: .....

Zahlungsbedingungen:      Angegebene Preisangaben sind Nettopreise, zzgl. 20 % MwSt.

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift

**zurück an:**  
Deutsche Zentrale für Tourismus  
Daniela Weihbrecht  
Mariahilfer Str. 54  
A-1070 Wien  
FAX: 0043/1/513 27 92-50  
E-Mail: gntovie@d-z-t.com

### Bestellformular 4

## ONLINE - MARKETING - AKTION Banner Werbung

Bsp. (Rotierender Content Ad)

(Rotierender Skyscraper)



Hiermit melde ich mein Interesse an einer Online-Marketing-Aktion als:

- Exklusivpartner
- Juniorpartner
- Gewinnspielpartner

Firma: .....

Straße: .....

PLZ/ORT .....

(Rechnungsadresse, falls anders:)

Telefon/Telefax: .....

E-Mail: .....

Ansprechpartner/in: .....

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift

**zurück an:**  
Deutsche Zentrale für Tourismus  
Lars Dehne  
Mariahilfer Str. 54  
A-1070 Wien  
FAX: 0043/1/513 27 92-50  
E-Mail: gntovie@d-z-t.com

## Bestellformular 5

### ONLINE - MARKETING auf [www.deutschland-tourismus.at](http://www.deutschland-tourismus.at)

**Platzierung auf einer der Hauptseite:**  
  
Homepage/ Kultur & Erlebnis/ Natur, Aktiv, Erholung/ Infocenter auf der gewünschten marktspezifischen Website Ihrer Kernquellmärkte

**Platzierung auf einer der Themenseiten/ Themenunterseiten:**  
Die Frequentierung ist hier zwar geringer als auf den Hauptseiten, aber die User haben ein höheres Interesse am gewählten Thema. Da die Anzeige qualifizierte Kontakte liefert, ist der KP höher als bei den Hauptseiten

	einmalige Bearbeitungsgebühr	TKP-Preis		
		Hauptseite	Themenseite	Themenunterseite
Logo Button	50 €	TKP 15 €	TKP 20 €	TKP 25 €
Skyscraper	50 €	TKP 30 €	TKP 35 €	TKP 40 €
Content Ad	80 €	TKP 45 €	TKP 50 €	TKP 55 €
Redaktionelles Special	100 €	TKP 60 €	TKP 65 €	TKP 70 €
Inhaltsseite	150 €	TKP 75 €	TKP 80 €	TKP 85 €

*Bitte beachten Sie: Die Mindestbuchungsdauer beträgt 3 Monate.*

Hiermit melde ich mich für folgende Werbeform an:

- |  |     |  |
|--|-----|--|
| <input type="checkbox"/> Logo Button<br><input type="checkbox"/> Skyscraper<br><input type="checkbox"/> Content Ad<br><input type="checkbox"/> Redaktionelles Special<br><input type="checkbox"/> Inhaltsseite<br>Gewünschter Zeitraum _____ | auf | <input type="checkbox"/> Hauptseite<br><input type="checkbox"/> Themenseite<br><input type="checkbox"/> Themenunterseite |
|--|-----|--|

Firma: .....  
 Straße: .....  
 PLZ/ORT: .....  
 (Rechnungsadresse, falls anders:): .....  
 Telefon/Telefax: .....  
 E-Mail: .....  
 Ansprechpartner/in: .....

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift

zurück an:  
Deutsche Zentrale für Tourismus  
Mariahilfer Str. 54  
A-1070 Wien  
FAX: 0043/1/513 27 92-50  
E-Mail: gntovie@d-z-t.com

**Bestellformular 6**

**NEWSLETTER (siehe Pkt. 5.1.2)**

Hiermit bestellen wir (bitte ankreuzen):

**1. Redaktioneller Kurzbeitrag im Newsletter**

- Reisewirtschaft und MICE
- Konsumenten
- Presse

Redaktioneller Kurzbeitrag im E-Mail-Newsletter und Kurzartikel auf der Unterseite des österreichischen Internetauftritts der DZT für die Reisewirtschaft.

Reisewirtschaft / Fachpresse und MICE: Artikel: 500,- ; Textbox / Bild: 350,- ; Logo / Button: 300,-

Konsumenten: Adresse: 0,15,- ; Bearbeitungsgebühr: 150,- ; Bild / Textbox: 100, - ; Logo / Button: 80,-

Presse: Artikel: 500,- ; Textbox / Bild: 350,- ; Logo / Button: 300,-

**2. Schaltung eines DZT-Partner-Newsletters für**

- Reisewirtschaft/Fachpresse und MICE
- Konsumenten
- Presse

4 Themen á 600 Textzeichen + 50 Textzeichen für die Überschrift und jeweils ein Bild (100x100 Pixel)

Reisewirtschaft / Fachpresse und MICE: 1800,- ; Konsumenten: 700,- ; Presse: 1800,-

**Wichtiger Hinweis:** Die Preisangaben sind netto, für Partner mit Geschäftssitz in Österreich zzgl. Mwst., Preisänderungen vorbehalten.

Firma: .....

Straße: .....

PLZ/ORT .....

(Rechnungsadresse, falls anders: ).....

Telefon/Telefax: .....

E-Mail: .....

Ansprechpartner/in: .....

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift

zurück an:  
 Deutsche Zentrale für Tourismus  
 Daniela Weihbrecht  
 Mariahilfer Str. 54  
 A-1070 Wien  
 FAX: 0043/1/513 27 92-50  
 E-Mail: gntovie@d-z-t.com

## Bestellformular 7

### INFOSCREENS (siehe Pkt. 5.1.2)

#### Schaltung eines Infoscreen-Werbespots

- mit Rail-Tours-Austria
  - KW 8
  - KW 22
  - KW 26
  - KW 28
  - KW 40
  - KW 43
- alleine durch die DZT (Termin nach Absprache)

#### Leistungen:

Bildfläche:	ca. 4m <sup>2</sup> große Screens
Sendezeit:	19,5 Std. (täglich von 05:00 Uhr bis 0:30 Uhr)
Techn. Reichweite:	ca. 638.000 Kontakte pro Tag
Spotfrequenzen/ Tag:	Alle 7 min.

#### Preisübersicht:

In Kooperation mit Rail Tours Austria (fünf Tage Schaltung)	€ 550,-- (zzgl. 5. Werbeabgabe, zzgl. 20 % Mwst)
Alleine durch die DZT (fünf Tage Schaltung)	ca. ab € 3.000,- (zzgl. 5% Werbeabgabe, zzgl. 20 % Mwst)

Firma: .....  
 Straße: .....  
 PLZ/ORT .....  
 (Rechnungsadresse, falls anders: ).....  
 Telefon/Telefax: .....  
 E-Mail: .....  
 Ansprechpartner/in: .....

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift

**zurück an:**

Deutsche Zentrale für Tourismus  
Mariahilfer Str. 54  
A-1070 Wien, Österreich  
Fax: 0043/1/513 27 92-50

**Anmedeformular 8**

**F E R I E N 2010 Wien, Januar 2010**  
**Publikumsveranstaltung**

Hiermit melden wir unser Interesse an o.g. Veranstaltung an und fordern weitere Informationen sowie ein Bestellformular an.

**Aussteller:**

Firma: \_\_\_\_\_  
Straße, Nr.: \_\_\_\_\_  
PLZ, Ort: \_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
E-Mail: \_\_\_\_\_  
Internet: \_\_\_\_\_  
Standbetreuung: \_\_\_\_\_

**Mitaussteller:**

Firma: \_\_\_\_\_  
Straße, Nr.: \_\_\_\_\_  
PLZ, Ort: \_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
E-Mail: \_\_\_\_\_  
Internet: \_\_\_\_\_  
Standbetreuung: \_\_\_\_\_

---



zurück an:

Deutsche Zentrale für Tourismus  
Mariahilfer Str. 54  
A-1070 Wien, Österreich  
Fax: 0043/1/513 27 92-50

**ANMELDEFORMULAR 9**

**1 3. DEUTSCHE REISEBÖRSE in Wien, Frühjahr 2010**  
**Fachveranstaltung**

Hiermit melden wir uns zur Teilnahme an obiger Veranstaltung an und buchen folgende Leistungen:

<input type="checkbox"/>	Einzelaussteller pro Koje	ca. € 1.600,--	Kojenanzahl: _____
<input type="checkbox"/>	Ein Mitaussteller pro Koje	ca. € 650,--	
Mindestausstellerzahl: 30			

**Rechnungsanschrift:**

Firma: \_\_\_\_\_  
 Ansprechpartner: \_\_\_\_\_  
 Straße, Nr.: \_\_\_\_\_  
 PLZ, Ort: \_\_\_\_\_  
 Telefon: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_ E-Mail: \_\_\_\_\_  
 Mitaussteller: \_\_\_\_\_

**Ausstellerkorrespondenz (bitte unbedingt ausfüllen!!!):**

**Aussteller:**

Firma: \_\_\_\_\_  
 Straße, Nr.: \_\_\_\_\_  
 PLZ, Ort: \_\_\_\_\_  
 Telefon: \_\_\_\_\_  
 Fax: \_\_\_\_\_  
 E-Mail: \_\_\_\_\_  
 Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

**Mitaussteller:**

Firma: \_\_\_\_\_  
 Straße, Nr.: \_\_\_\_\_  
 PLZ, Ort: \_\_\_\_\_  
 Telefon: \_\_\_\_\_  
 Fax: \_\_\_\_\_  
 E-Mail: \_\_\_\_\_  
 Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

Zahlungsbedingungen:

Angegebene Preise sind Nettopreise zzgl. 20 % MwSt. Zahlung sofort nach Rechnungserhalt.

Stornierungsfristen:

Bei Stornierung bis zu 2 Monate vor Messebeginn kostenlos, danach wird der volle Betrag erhoben. nen wir diese an.

zurück an:  
Deutsche Zentrale für Tourismus  
Ulrike Frauscher  
Mariahilfer Str. 54  
A-1070 Wien  
FAX: 0043/1/513 27 92-50  
E-mail: gntovie@d-z-t.com

**Bestellformular 10**  
**PRESSEKONFERENZ**

Hiermit gebe ich mein Interesse an der Koordination und Organisation einer Pressekonferenz durch die DZT Wien in 2010 bekannt:

- Datum \_\_\_\_\_
- Thema \_\_\_\_\_
- Budget \_\_\_\_\_
- gewünschter Veranstaltungsumfang \_\_\_\_\_

Firma: .....  
Straße: .....  
(Rechnungsadresse, falls anders:) .....  
PLZ/Ort: .....  
Telefon/Telefax: .....  
E-mail: .....  
Ansprechpartner/in: .....

---

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift

zurück an:  
Deutsche Zentrale für Tourismus  
Lars Dehne  
Mariahilfer Str. 54  
A-1070 Wien  
FAX: 0043/1/513 27 92-50  
E-mail: gntovie@d-z-t.com

## Bestellformular 11

### MAILINGAKTIONEN (siehe Pkt. 5.5.1)

1. Prospektbeilage zum DZT-Broschürenversand

2. Mailing an Adressen aus unserer Kundendatei

#### 3. Umschlagwerbung

Mindestwerbezeitraum 3 Monate, Monate: \_\_\_\_\_ bis \_\_\_\_\_

Weitere Monate: \_\_\_\_\_

#### 4. Exklusive Mailings an österreichische

- Reiseveranstalter
- Reisebüros/Filialbüros (Buchungsstellen)
- Firmenreisestellen
- Medien

Firma: .....  
Straße: .....  
PLZ/ORT .....  
(Rechnungsadresse, falls anders: ).....  
Telefon/Telefax: .....  
E-mail: .....  
Ansprechpartner/in: .....

---

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift

zurück an:  
Deutsche Zentrale für Tourismus  
Daniela Weihbrecht  
Mariahilfer Str. 54  
A-1070 Wien  
FAX: 0043/1/5132792-50  
E-Mail: [gntovie@d-z-t.com](mailto:gntovie@d-z-t.com)

## Bestellformular 12

### MARKETINGKOOPERATION MIT DB/ÖBB „Metropolen / Kultur in Deutschland“

(Bsp. Skyscraper für Online Marketing)



zutreffendes bitte ankreuzen:

- Ja, ich habe Interesse an der Kooperation mit DB / ÖBB als Partner teilzunehmen.  
Bitte nehmen Sie umgehend mit mir / uns Kontakt auf.

Firma: .....  
Straße: .....  
(Rechnungsadresse, falls anders:)  
.....  
PLZ/Ort: .....  
Telefon/Telefax: .....  
E-mail: .....  
Ansprechpartner/in: .....

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift



Sand-Yachting in St. Peter Ording © Engel & Orlsen / Look



Jasmund / Rügen: Kreidefelsen © DZI / Fritz Mader



Helgoland, Steilküste Lange Anna © Huber / Grafenhein



Rügen: Seebad Sellin © Huber / R. Schmid

Frischen Wind einatmen.

# Willkommen im Meerland Deutschland.

[www.deutschland-tourismus.de](http://www.deutschland-tourismus.de)

© Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. Gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

**Deutschland**  
Einfach freundlich



# Allgemeine Teilnahmebedingungen für Messen und Workshops der DZT

## 1 Geltungsbereich

Diese Teilnahmebedingungen gelten für eine Beteiligung an Messeauftritten und Workshops der DZT.

## 2 Vertragsschluss

### 2.1 Zulassungsvoraussetzungen

Teilnehmen können Organisationen und Unternehmen, die für den Reiseverkehr nach und innerhalb Deutschland(s) tätig sind. Diese sind: Tourismusverbände und Tourismusmarketingorganisationen auf Landes-, regionaler und kommunaler Ebene, Reiseveranstalter, Verkehrsträger (Flug, Bahn, Bus, Schiff, etc.), Autovermietungsunternehmen, Veranstaltungs- und Kongresszentren, Beherbergungsbetriebe sowie sonstige Leistungsanbieter im Reiseverkehr nach und innerhalb Deutschland(s).

### 2.2 Anmeldung

Die Anmeldung erfolgt schriftlich und verbindlich über Anmeldeformulare der DZT. Dabei gelten die auf den Formularen angegebenen Beteiligungspreise.

### 2.3 Teilnahmebestätigung

Die zur Teilnahme zugelassenen Anschließter/Workshopteilnehmer erhalten eine schriftliche Teilnahmebestätigung durch die DZT.

### 2.4 Beschränkung der Aussteller, Mindestteilnehmerzahl

Aus sachlich gerechtfertigten Gründen, insbesondere bei begrenzten räumlichen Kapazitäten, kann die Teilnehmerzahl eingeschränkt werden. Eine Veranstaltung kann durch die DZT abgesagt werden wenn die erforderliche Mindestteilnehmerzahl nicht erreicht wird.

### 2.5 Zahlung

Voraussetzung für eine Teilnahme ist die fristgerechte Zahlung des Teilnehmerbetrages. Das Zahlungsziel wird dem Anschließter/Workshopteilnehmer per Rechnung bekanntgegeben. Im Falle des Verzugesintritts können Zinsen in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz berechnet werden.

### 2.6 Stornierung

Eine Teilnahmebestätigung bedarf der Schriftform. Stornierungsfristen und Stornierungsgebühren der einzelnen Veranstaltungen sind auf dem jeweiligen Anmeldeformular angegeben.

### 2.7 Rücktritt der DZT

Die DZT ist zum Rücktritt berechtigt, wenn:

- die vollständige Zahlung des Teilnahmebetrages nicht bis zu dem in der Rechnung festgelegten Zeitpunkt eingegangen ist und der Anschließter/Workshopteilnehmer auch nicht nach Ablauf einer ihm gesetzten Nachfrist zahlt, oder
- der Anschließter/Workshopteilnehmer gegen das Hausrecht verstößt und sein Verhalten auch nach Abmahnung nicht einstellt, oder
- die Voraussetzungen für die Erteilung der Zulassung in der Person des angemeldeten Anschließters/Workshopteilnehmers nicht mehr vorliegen oder der DZT nachträglich Gründe bekannt werden, deren rechtzeitige Kenntnis eine Nichtzulassung gerechtfertigt hätte. Dies gilt insbesondere für die Eröffnung eines Insolvenzverfahrens sowie den Eintritt der Zahlungsunfähigkeit des Teilnehmers. Die DZT muss über den Eintritt dieser Ereignisse unverzüglich durch den Teilnehmer unterrichtet werden.

Die Ausübung des Rücktrittsrechts schließt die Geltendmachung von Schadenersatzansprüchen nicht aus.

## 3 Standzuteilung

### 3.1 Grundsatz

Die Standzuteilung durch die DZT erfolgt unter Berücksichtigung des Themas, der Gliederung der jeweiligen Veranstaltung und der zur Verfügung stehenden Räumlichkeiten. Standwünsche werden nach Möglichkeit berücksichtigt.

### 3.2 Auf- und Abbaueiten, Standgestaltung

Dem Anschließter/Workshopteilnehmer werden die Auf- und Abbaueiten der/des jeweiligen Messe/Workshops durch die DZT mitgeteilt. Workshop- und Messestände werden durch das von der DZT beauftragte Unternehmen aufgebaut. Die Aufbauten können in ihren grundsätzlichen Elementen durch den Anschließter/Workshopteilnehmer nur in Absprache mit der DZT geändert werden.

### 3.3 Angrenzende Stände

Die Lage angrenzender Stände kann sich bei Beginn der Veranstaltung gegenüber dem Zulassungszeitpunkt ändern, diese Änderungen schließen Ersatzansprüche aus.

### 3.4 Austausch, Überlassung an Dritte

Ein Austausch des zugewiesenen Standes mit einem anderen Anbieter sowie eine teilweise oder vollständige Überlassung des Standes an Dritte bedarf einer entsprechenden Vereinbarung mit der DZT.

## 4 Haftung, Versicherung

Die verschuldensunabhängige Haftung der DZT für anfängliche Mängel der Mietsache (Garantiehafte) ist ausgeschlossen. Jedoch haftet die DZT unbeschränkt für Vorsatz, grobe Fahrlässigkeit sowie die schuldhafte Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. Zur Absicherung möglicher Schadensrisiken wird der Abschluss einer Ausstellungsversicherung empfohlen.

## 5 Genehmigungserfordernis

Lautsprecherwerbung, Diapositiv- oder Filmvorführungen bedürfen einer schriftlichen Vereinbarung mit der DZT. Dies gilt auch für die Verwendung anderer Geräte bzw. Einrichtungen, durch die auf optische oder akustische Weise eine gesteigerte Werbewirkung erzielt werden soll. Eventuell anfallende Zusatzkosten können bei der jeweils zuständigen Auslandsvertretung/Vertriebsagentur angefragt werden. Politische Werbung, z. B. durch politische Parteien, ist nicht zulässig.

## 6 Behördliche Genehmigungen, gesetzliche und technische Bestimmungen

Sämtliche erforderlichen behördlichen Genehmigungen sind durch den Anschließter/Workshopteilnehmer eigenverantwortlich einzuholen. Er ist verpflichtet, die GEMA-Bestimmungen bzw. vergleichbare im jeweiligen Land geltende Regelungen, die jeweils geltenden gewerbe-, polizei- und gesundheitsrechtlichen Bestimmungen sowie sonstige gesetzliche Regelungen einzuhalten. Dies gilt auch für das Gerätesicherheitsgesetz.

## 7 Bild- und Tonaufnahmen

Die DZT ist berechtigt, Fotografien, Zeichnungen sowie Film- und Videoaufnahmen vom Messe- und Workshopgeschehen, von den Ausstellungsbauten und -ständen sowie den Ausstellungsobjekten anfertigen zu lassen und für Werbung und Presseveröffentlichungen zu verwenden.

## 8 Verwendung der Daten von Anschließtern/Workshopteilnehmern

Der Anschließter/Workshopteilnehmer erklärt sich einverstanden, dass mitgeteilte Daten zum Unternehmen/zu Personen im Rahmen der Veranstaltung öffentlich zugänglich gemacht

werden können. Die Nutzung der Daten erfolgt u. a. durch den Eintrag in das Ausstellerhandbuch /den Ausstellerkatalog.

## 9 Werbung

Werbung ist nur innerhalb des vom Anschließter/Workshopteilnehmer gemieteten Standes für das eigene Unternehmen und nur für die von ihm hergestellten oder vertriebenen Ausstellungsgüter zulässig.

## 10 Höhere Gewalt

### 10.1 Ausfall der Veranstaltung

Kann die DZT aufgrund eines Umstandes, den der Anschließter/Workshopteilnehmer nicht zu vertreten hat, die Veranstaltung nicht abhalten, so entfällt ihr Anspruch auf die Standmiete bzw. Teilnehmergebühr. Die DZT kann dem Anschließter/Workshopteilnehmer jedoch bei ihr in Zusammenhang mit der Veranstaltung in Auftrag gegebene Arbeiten in Höhe der entstandenen Kosten in Rechnung stellen, sofern dieser nicht nachweist, dass das Ergebnis dieser Arbeiten für ihn nicht anderweitig von Nutzen ist.

### 10.2 Nachholen der Veranstaltung

Sollte die DZT in der Lage sein, die Veranstaltung zu einem späteren Zeitpunkt durchzuführen, so wird sie die Anschließter/Workshopteilnehmer hiervon unverzüglich unterrichten. Die Anschließter/Workshopteilnehmer sind berechtigt, innerhalb einer Woche nach Zugang dieser Mitteilung ihre Teilnahme zu dem veränderten Zeitpunkt abzusagen. In diesem Falle entfällt der Anspruch auf die Standmiete.

### 10.3 Begonnene Veranstaltung

Muss eine begonnene Veranstaltung aufgrund des Eintritts höherer Gewalt verkürzt oder abgebrochen werden, entfällt für den Anschließter/Workshopteilnehmer der Anspruch auf Rückzahlung/Erlass der Standmiete.

## 11 Hausrecht, Abfallentsorgung

Während der gesamten Veranstaltungsdauer gilt an allen Veranstaltungsorten das Hausrecht des Veranstalters und ggf. Vermieters der Räumlichkeiten. Soweit diesbezügliche Regelungen am Veranstaltungsort bestehen, sind Anschließter/Workshopteilnehmer zur sortentrennen Trennung der anfallenden Abfälle nach Wert- und Reststoffen verpflichtet.

## 12 Schlussbestimmungen

### 12.1 Schriftform

Änderungs- und Nebenabmachungen bedürfen der Schriftform.

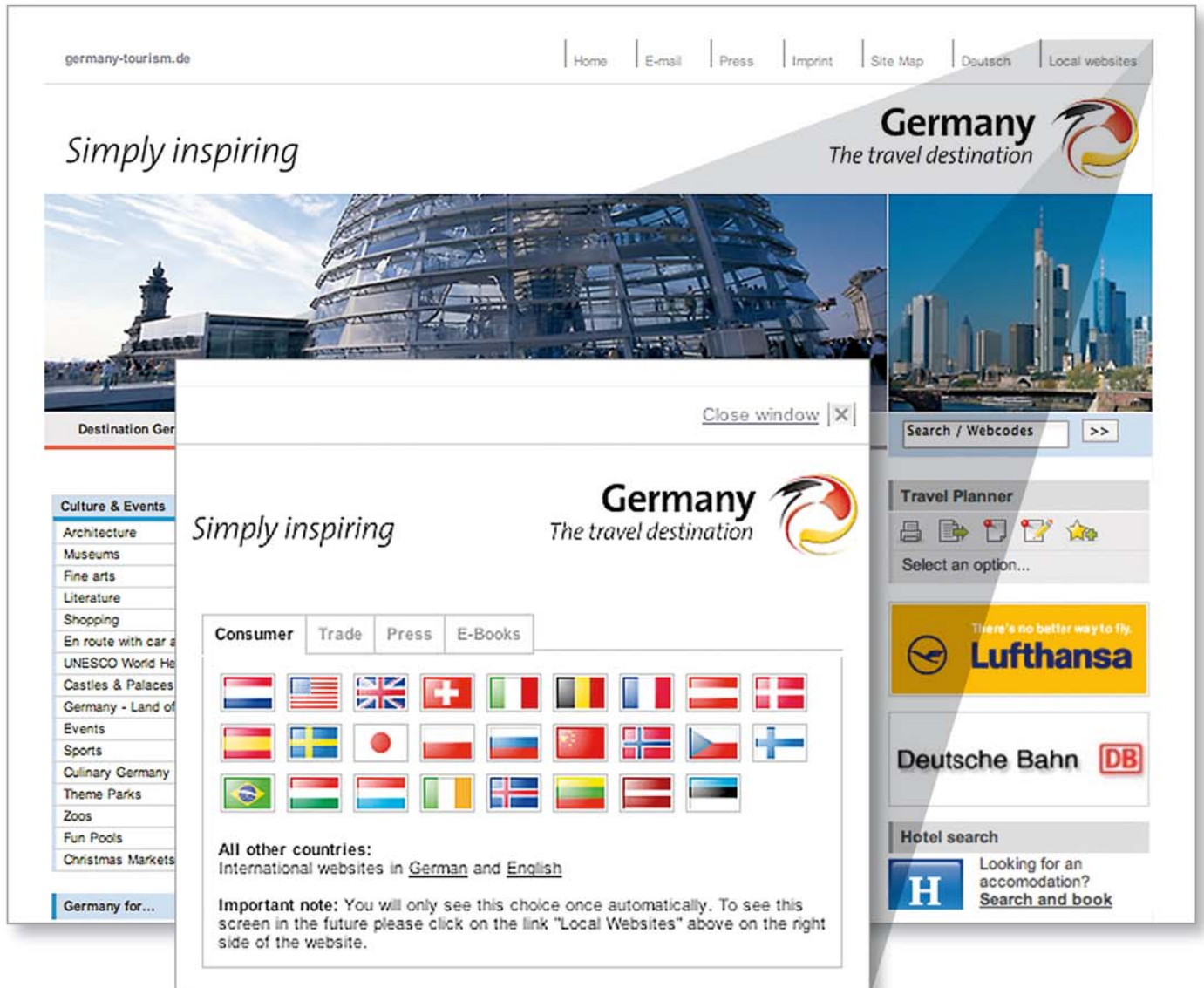
### 12.2 Anerkennung der Teilnahmebedingungen

Mit Unterzeichnung der Anmeldung erkennt der Anschließter/Workshopteilnehmer die allgemeinen Teilnahmebedingungen an.

### 12.3 Salvatorische Klausel

Sollten eine oder mehrere Bestimmungen dieser Teilnahmebedingungen ganz oder teilweise rechtsunwirksam sein oder werden, oder sollten die Teilnahmebedingungen eine Regelungslücke enthalten, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen oder fehlenden Regelungen treten die jeweiligen gesetzlichen Regelungen.

# Deutschland auf einen Klick



The screenshot shows the website [germany-tourism.de](http://germany-tourism.de) with a navigation bar (Home, E-mail, Press, Imprint, Site Map, Deutsch, Local websites) and a main header with the slogan "Simply inspiring" and "Germany The travel destination". A large banner image features a modern glass building. A pop-up window titled "Germany The travel destination" is open, displaying a "Consumer" tab and a grid of 23 national flags for language selection. Below the flags, it states: "All other countries: International websites in [German](#) and [English](#)". An "Important note" explains that the choice is automatic and that users should click "Local Websites" for more options. The background website shows a sidebar menu for "Culture & Events" (Architecture, Museums, Fine arts, Literature, Shopping, etc.), a search bar, a "Travel Planner" section, and logos for Lufthansa and Deutsche Bahn.

**Willkommen bei [www.deutschland-tourismus.de](http://www.deutschland-tourismus.de).** Nur ein Klick und Deutschland ist für Sie da. In 23 Sprachen können Sie nach Herzenslust surfen und sich über Ihr Reiseland informieren. Ob lebendige Metropolen oder romantische Landschaften, ob Wellness- oder Aktiv-Urlaub, ob einladende Ferienstraßen oder faszinierende Events – Sie werden begeistert sein vom **Reiseland Deutschland**.