

## Erfolgreiches Branding in Zeiten der digitalen Revolution

Dr. Michael Scheuch

Bereichsleiter Brand Management



- Branding Produkt Marketing
- Die digitale Revolution
- Chancen in Marketing und Vertrieb
- Fazit und Ausblick

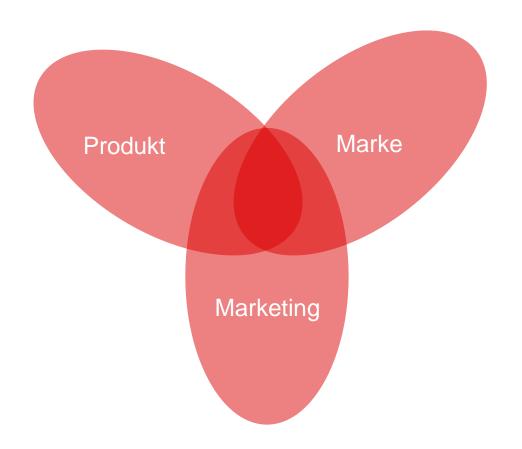
- Branding Produkt Marketing
- Die digitale Revolution
- Chancen in Marketing und Vertrieb
- Fazit und Ausblick



Marke – Produkt – Marketing



## Nur das Zusammenspiel Produkt / Marke / Marketing bringt Erfolg.





### Aufgaben der Österreich Werbung

Führung der Marke "Urlaub in Österreich"
Die Marke macht Österreich als Urlaubsland
unterscheidbar und vermittelt den emotionalen
Mehrwert eines Österreich-Aufenthaltes.

Bearbeitung der erfolgversprechendsten Märkte mittels innovativem, zeitgemäßen Marketing

Partner der österreichischen Tourismusbetriebe und wesentlicher Netzwerkknoten im Tourismus.



#### Netzwerk 2014



Die ÖW ist seit 1955 die internationale Visitenkarte des Landes und Tei der mehr als 100-jährigen Erfolgsgeschichte des österreichischen Tourismus!

#### Zeiten der Dynamik in der Gesellschaft





## Von der Positionierung zur Marktchance

#### Positionierung

- Wofür stehe ich?
- Was macht mich einzigartig?
- Wen kann ich damit erreichen?

Marke (inhaltlich)

#### Trends

- Neue Trends
- Bestehende Entwicklungen







- O Die Markenwerte
- Die natürlichen Gegebenheiten
- Die Storys
- O Die Erlebnisfelder
- Der Markenkern

### Erfolgsfaktoren im Branding



#### Resilienz:

"Resilienz ist die Fähigkeit eines Systems, mit Veränderungen umgehen zu können."



#### Trends im Marketing







Die digitale Revolution



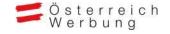
2015 fließen 75% der weltweiten Werbeausgaben in Offline Medien.

Warum sprechen wir dann von einer digitalen Revolution?



### Die Papstwahl 2005





### Die Papstwahl 2013





### Always on: Der Medienbruch ist Geschichte!

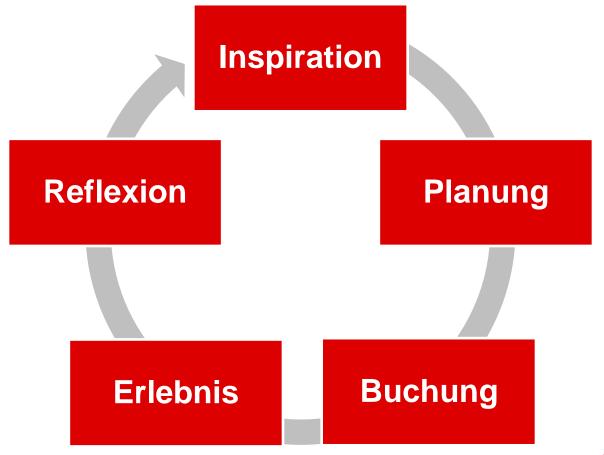


81%: TV und Smartphone

66%: TV und Laptop/PC



# Digitale Medien begleiten den gesamten Customer Lifecycle





#### 60 Sekunden im Internet



1.8 Millionen Likes



72 Stunden neues Videomaterial



571 neue Websites

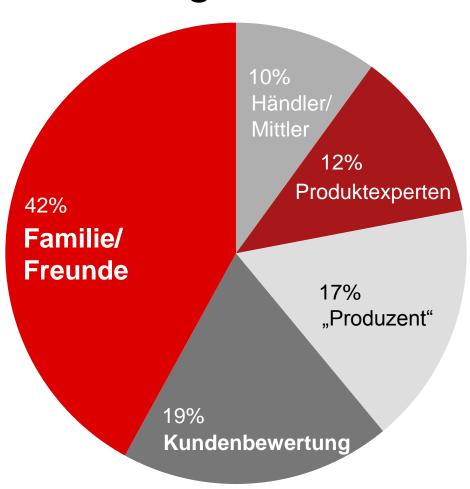


278.000 Tweets



216.000 Fotos

### Auf wen hören wir bei Kauf-/ Buchungsentscheidungen?



Potenzielle
Gäste tauschen
sich digital aus!





"A brand is no longer what we tell the consumer it is

- it is what consumers tell each other it is."



Ist Furcht oder Optimismus angesagt?

Wer wird gewinnen? Wer wird verlieren?





Chancen in Marketing und Vertrieb



### Chance: Dialog mit Opinion Leadern

**Owned Media** 



**Earned Media** 

Strategischer Fokus auf Content und Involvement

Zuhören, verstehen und mitreden!

Spitzenleistungen werden enorm profitieren



# Und nicht jeder im touristischen System muss alles selbst machen!



# Wie unterstützt die Österreich Werbung?



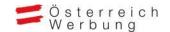


### Internationale E-Marketing-Produkte





**NEU 2014** 



### Beispiel internationale E-Marketing-Produkte



Blick in eines der international einheitlichen E-Marketing-Produkte

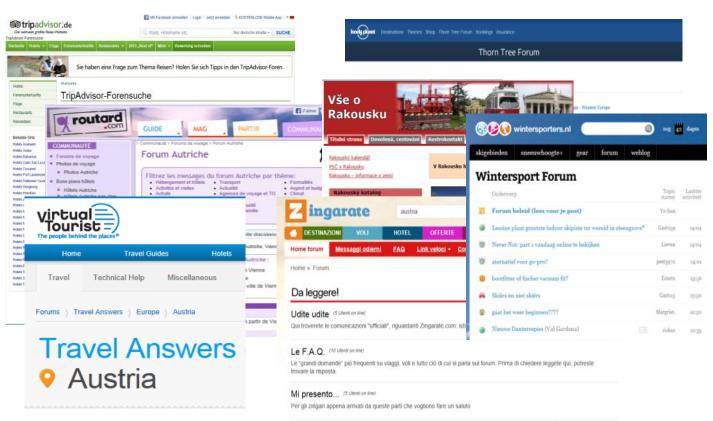


# Beispiel marktspezifische E-Marketing-Produkte





# ÖW gestaltet aktiven Dialog: 32 Plattformen in 7 Sprachen







#### Fazit und Ausblick



#### Fazit und Ausblick

- Kein Produkt ohne Marke. Kein Marketing ohne Produkt.
- Die digitale Revolution verändern Branding, Kommunikation und Vertrieb massiv.
   Spitzenleistungen können enorm profitieren.
- Es bedarf der Kooperation und Arbeitsteilung im touristischen System. Gemeinsam sind wir stärker als einsam.



### Wir begeistern für Österreich!

www.austriatourism.com

