

# IM GESPRÄCH MIT ...



Nicole Kirchmeyr

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

Das Interesse an neuen, noch unbekannteren Destinationen ist groß, allerdings stellt die Anreise oftmals eine Herausforderung dar. Eine gute Anbindung durch öffentliche Transportmittel ist dabei besonders wichtig.

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

Print Material ist trotz der hohen Beliebtheit von Social Media weiterhin sehr gefragt. Ein Mix aus On- und Offline ist daher weiterhin empfehlenswert. Hohes Potential liegt in der Kooperation mit prominenten Persönlichkeiten, die verschiedene Destinationen ihren Fans näher bringen. Kulinarik und Kultur sind weiterhin die wichtigsten Themen.

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

Interessen und Sehnsüchte haben sich während der Covid-Pandemie nicht gravierend verändert. Man will Kunst & Kultur in märchenhafter Kulisse genießen, das „Richtige“ und „Wahre“ erleben, das man in Japan nur aus Filmen oder Replikationen kennt. Authentizität spielt dabei eine wichtige Rolle. Übertriebener Kitsch und extra für Tourist:innen aufbereitete Aktivitäten werden nicht geschätzt.

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

Als Kontrast zum hektischen Alltag und dem permanenten Stress werden verstärkt auch Ruhe und Entspannung im Urlaub gesucht. Österreich bietet beeindruckende Naturkulissen und Erlebnisse in direkter Nähe zur Stadt.

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

- Geschäftsbeziehungen entstehen nicht über Nacht, halten bei Pflege dafür lange Zeit.
- Eine gute Grundlage für neue Geschäftsbeziehungen ist oftmals die Vernetzung über einen bestehenden Kontakt.
- Sollten Japaner:innen einer englischen Konversation nicht folgen können, würden sie sich das nicht anmerken lassen, um nicht das Gesicht zu verlieren. Wir empfehlen eine Übersetzer:in einzuplanen, um zu garantieren, dass das Gespräch gut verstanden wird.

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

- Durch die erstmalige Kooperation mit einem japanischen Prominenten als Österreich Travel Ambassador wird Aufmerksamkeit auch über die Zielgruppe hinaus geschaffen.
- Die enge Zusammenarbeit mit der japanischen Reisebranche wird fortgeführt.
- Der Marketing-Mix mit einer stimmigen Mischung aus B2B und B2C sowie On- und Offline wird beibehalten.
- Unter dem Slogan „Road to Expo“ werden bereits 2024 die ersten Grundsteine für die Expo 2025 in Osaka gelegt.



**Nicole Kirchmeyr**

Market Representative

Japan und Taiwan

(Chinesisches Taipei)

nicole.kirchmeyr@austria.info

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