

## "Schön, dass Sie da sind!" - Kundenbindungsinitiative der ÖW

Utl.: Österreich Werbung geht neue Wege im Marketing =

Wien (OTS) - Den Wintergast auch für den Sommerurlaub gewinnen und damit langfristig Kunden binden - das ist, auf den Punkt gebracht, die Grundidee einer zukunftsweisenden Initiative der Österreich Werbung. Über 500 Betriebe der gehobenen Hotellerie sind bei Schritt Nr. 1 des langfristigen ÖW-Kundenbindungsprogrammes "austria and more" mit von der Partie.

Wintergäste für den Sommerurlaub gewinnen ist das Ziel einer ausgeklügelten Marketingstrategie der Österreich Werbung, die 2002 in Sachen Kundenbindung völlig neue Wege geht. "Austria and more" heißt das langfristige und saisonübergreifende ÖW-Kundenbindungsprogramm. Die Grundidee, die hinter dieser Aktion steckt: Sie soll Gäste, die ihre Winterferien 2002 in Österreich verbringen, motivieren, auch im Sommer wieder auf die Alpenrepublik zu setzen. Und damit in weiterer Folge länger an Österreichs Städte, Berge und Seen binden.

Schritt Nr. 1 rund um "austria and more" ist die Bereitstellung eines ÖW-Präsents in Form einer attraktiven Hüfttasche an Wintergäste in Österreich. Das Echo der heimischen Hotellerie war enorm: Rund 500 Betriebe der Österreichischen Hotelierversammlung und der Urlaubsspezialisten haben bei der ÖW über 200.000 Stück Hüfttaschen bestellt und werden diese an ihre Gäste verteilen. Die ÖW übernimmt die gesamte Finanzierung der Aktion sowie die logistische Abwicklung bis hin zur Lieferung an die einzelnen Betriebe. Die Unternehmen ÖBB, Ford, mobilkom und Intersport unterstützen die ÖW-Initiative als Wirtschaftspartner.

Ab 1. Februar ist es dann soweit: In jenen Häusern, die sich an der Aktion beteiligen, findet der Gast auf seinem Zimmer im Februar die ÖW-Hüfttasche vor, die einen Folder mit Informationen zur Aktion sowie eine Gewinnkarte enthält. Die ausgefüllte Gewinnkarte wirft der Gast in die dazu bereit gestellte Gewinnbox (oder gibt diese an der Rezeption seines Hotels ab) und erhält ein Welcome-Paket. Dieses inkludiert Infos über das Sommerangebot seines Hotels sowie zwei Gutscheine: einen für einen Zusatznutzen während seines Winterurlaubs, einen zweiten für einen Zusatznutzen in der kommenden Sommersaison, sollte er sich entschließen, die Sommerferien wieder in

seinem Hotel zu verbringen. Die Gewinnkarte wiederum nimmt an der Verlosung wertvoller Preise durch die Österreich Werbung teil, Hauptpreis ist der Ford Galaxy.

Die Initiative bringt nicht nur dem Gast, sondern auch den teilnehmenden Betrieben klare Vorteile: Die Hoteliers können im Rahmen dieser Aktion ihre Gäste auch über attraktive Sommer-Packages informieren. Die besten Ideen der Hoteliers zu Kundenbindungs-Initiativen werden durch eine unabhängige Jury bewertet und mit Marketing-Dienstleistungen der ÖW belohnt, z.B. mit PR-Leistungen in einem europäischen Markt. Und für die MitarbeiterInnen des Betriebes, aus dem die prozentual meisten Gewinnkarten stammen, wartet ebenfalls ein attraktiver Preis.

"Mit dieser gezielten Ansprache gehen wir zum ersten mal derart nah an den Gast", erläutert ÖW-Geschäftsführer Dr. Arthur Oberascher die Grundidee, "damit betritt die ÖW national wie international Neuland bei der saisonübergreifenden Kundenbindung", fügt er hinzu.

Rückfragehinweis: Österreich Werbung  
Produktkommunikation  
Andreas Kreiner  
Tel: 01/588 66-365  
mailto:andreas.kreiner@oewwien.via.at

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER  
VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS \*\*\*

OTS0076 2002-01-03/12:29

031229 Jän 02

Link zur Aussendung:

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20020103\\_OTS0076](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20020103_OTS0076)