

27. Fremdenführerkongress Graz 3. – 6. 11.2015

Workshop Marketing

Ergebnisse sollen in den Branchensprechersitzungen und in die höchste Ebene der WKO transportiert werden.

ZIEL: BERUFSBILD BEKANNTER MACHEN.....

Umsetzung der Vorschläge soll in Kerngruppe (Mitglieder aus verschiedenen Bundesländern, max. 5 Personen) erfolgen, die mit externen Spezialisten, finanziert von der WKO, zusammenarbeitet.

- **Image/Corporate Identity**

Derzeit gibt es noch 2 Logos: einmal mit staatlich geprüft, einmal ohne, lt. Richtlinie aus 2009 darf man „staatlich geprüft“ nicht mehr verwenden, Richtlinie soll besser kommuniziert werden.

Wiedererkennbares Auftreten ist wichtig, selbst die Verweigerer werden durch starkes Auftreten überzeugt werden.

Logo soll laufend verwendet werden, z. B. Visitenkarten, Rechnung, Email Unterschrift Fanartikel

Bezugsmöglichkeit über die Kammer von Werbematerial zu den „austriaguides“ – Stichwort Webshop, sollen nur „austriaguides“ diese Artikel beziehen können oder auch andere Personen?

Logo soll in über Einschaltungen in Fachzeitschriften, in Form von Bus Branding etc. publik gemacht werden.

Gemeinsamer Slogan, nach Vorschlägen von FF, z. B. Führend in Österreich, Immer gut geführt, Lassen sie sich verführen, Österreich persönlich, Österreich mit Profis erleben oder professioneller Werbetexter, Slogan muss international gut funktionieren (Professionell und erleben muss auch auf englisch gut funktionieren.)

- **Website + Plattformen, war ein großes Thema**

Wer sucht uns? Reisebüros, Incoming Büros, Einzelreisende

Hauptaugenmerk auf Find a guide Seite, gehört gepusht, Logo fehlt auf der Findaguide Seite, mehrere Sprachen für Findaguide Seite Was können die Fremdenführer tun?

Foto, Logo, Spezialgebiete, eigene Website, laufende eigene Wartung der Findaguide Seite

verstärkte Suchmaschinenoptimierung

- **Social Media**

Facebook, gibt es eine offene Seite, wir benötigen einen Verwalter

Videoclips, Fotos von diversen Führungen sollen folgendes vermitteln:

Wissen

Emotionen

Kompetenz

Sicherheit

Sinne befriedigen

Erwartungen erfüllen

Darf man ein Foto von einer Gruppe posten?

Twitter

Xing Profil

Richtlinie wird über WKO, austriaguides Seite herausgegeben: Wie sollen sich die guides auf den sozialen Medien verhalten? Darf man z. B. Fotos von Gruppen posten?

- **Gemeinsame Aktivitäten**

Kontakt zu Österreich Werbung neu definieren, Informationen sollen über Österreich Werbung und Außenhandelsdelegierte verbreitet werden, Messeauftritte über die Österreich Werbung. Informationen über Botschaften und Konsulate, österreich – XY Gesellschaften verbreiten

Welttag der Fremdenführer, Terminfindung ist für die Bundesländer schwierig, Kann man dann eigentlich Welttag der Fremdenführer sagen, wenn nicht einmal alle Bundesländer am gleichen Tag den Tag veranstalten? Österreichweites Welttagthema? – keine Einigung erzielt, Thema könnte ein Überbegriff sein und sehr allgemein formuliert werden, z. B. Schlüsselerlebnisse Mehr Investition in die Bewerbung des Welttags.

Monatlich/vierteljährlich wiederkehrende Aktionstage, um Werbung für die austriaguides zu machen, Spezialführungen an Plätzen, wo man normalerweise gar nicht hinkommt. Beispiel: Gratisführungen in Klagenfurt, sind sehr gut angekommen. Gratisführungen sind eine Investition in die Bewerbung der Marke „austriaguides“, d.h. in die eigene Marke.

Newsletter an Busunternehmen, Reiseveranstalter, Reisebüros, alle, die einen erhöhten Bedarf an Informationen zu diesem Thema haben

Printmagazin oder ansprechender Imagefolder, ähnlich wie das Wiener Magazin am Weltfremdenführertag

Könnte man an interessierte Privatkunden, Busunternehmen, Reiseveranstalter etc. versenden, einmal jährlich für ganz Österreich

Zusammenarbeit mit Fluglinien, Einschaltung in den Bordmagazinen

Bundesländerübergreifende Arbeitsgruppen, um verschiedene Zielgruppen zu erreichen, wie z. B. Pfarrgruppen (gemeinsamer bundesweiter Folder)

Zusammenarbeit mit Journalisten.