

INFORMATION

zur Pressekonferenz mit

Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat KommR Viktor Sigl

Mag. Karl Pramendorfer

Vorstand OÖ. Tourismus

Mag. Martin Kroiss

Geschäftsführender Gesellschafter kb-endlos Kroiss & Bichler GmbH,
Idd Communication GmbH

Mag. Sabine Lacher

Geschäftsführerin Idd Communication GmbH

am 3. September 2010

zum Thema

**"Branchenübergreifende Tourismusnetzwerke
stärken den Wirtschaftsstandort Oberösterreich"**

www.viktor-sigl.at, www.oberoesterreich.at, www.kb-endlos.com

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber:
Amt der Oö. Landesregierung
Direktion Präsidium
Abteilung Presse
Klosterstraße 7 • 4021 Linz

Tel.: (+43 732) 77 20-114 12
Fax: (+43 732) 77 20-115 88
landeskorrespondenz@ooe.gv.at
www.land-oberoesterreich.gv.at

DVR: 0069264

Kurzfassung

Branchenübergreifende Tourismusnetzwerke und kreative Vertriebswege

Firmenkooperationen stärken den Tourismusstandort Oberösterreich. Seit fast zwei Jahren bemüht sich der Oberösterreich Tourismus verstärkt um Kooperationen mit heimischen Unternehmen, um deren Mitarbeiter/innen oder Kund/innen gezielt „Urlaubsangebote mit Mehrwert“ anzubieten. Diese profitieren dabei von Pauschalen mit Preisnachlässen oder kostenlosen Zusatzleistungen und erhalten damit umfassendes Freizeitvergnügen ohne lange Anreise. In den vergangenen Monaten wurden bereits neunzehn Projekte realisiert: Für diese Firmenkooperationen wurden insgesamt rund 178 unterschiedliche Pauschalangebote entwickelt und mehr als 2,1 Mio. mögliche Kontakte zu potenziellen Urlaubsgästen hergestellt. Mit der jüngsten Kooperation mit Idd communication, einer der führenden CRM-Agenturen, und kb-endlos Kroiss & Bichler, dem Marktführer im Bereich Direkt Mail, haben sich für die heimische Tourismusbranche weitere Vertriebskanäle aufgetan.

Idd communication. 1989 als Österreichs erste Producing-Agentur für Direkt- und Dialogmarketing gegründet, ist Idd communication heute auf das Management von Kundenbeziehungen (CRM) spezialisiert. Das Leistungsspektrum umfasst Beratung und Planung ebenso wie Kreation / Umsetzung, Datenmanagement und Systemlösungen sowie Produktion und Abwicklung. Mit 23 Mitarbeitern an den Standorten Gmunden und Salzburg erarbeitet Idd communication professionelle Kommunikationslösungen für nationale und internationale Kunden wie PayLife (VISA, MasterCard), Obi, Hervis, Triumph, TUI, der REWE-Group oder Gmundner Milch. Idd communication ist ein 100 % Tochterunternehmen der dpi-Holding.

kb-endlos. Mit 40-jähriger Erfahrung unterstützt kb-endlos, Österreichs größter Druckdienstleister, seine Kunden in den vier Kernbereichen Geschäftsdrucksorten, web2print/Outsourcing-Lösungen, Transaktionsdruck/Business Communication sowie Direct Mailings. 500 Mitarbeiter/innen der Gruppe sind an den Standorten Wien und Vöcklabruck für die mehr als 8.000 Geschäftskunden, die österreichweit flächendeckend betreut werden, im Einsatz. Zu den Kunden von kb-endlos, einem Unternehmen der dpi-Gruppe, zählen unter anderem mobilkom, die Österreichischen Lotterien, Lutz, und alle österreichischen Banken und Ministerien.

Wirtschafts-Landesrat KommR Viktor SIGL

Branchenübergreifende Netzwerke stärken den Wirtschaftsstandort Oberösterreich

Der Tourismus ist in Oberösterreich ein ernst zu nehmender Wirtschaftsfaktor. Mehr als 11.500 Tourismus- und Freizeitbetriebe decken eine breite Angebotspalette für unterschiedlichste Interessen und Geschmäcker ab. Dazu stellt der Tourismus Arbeitsplätze für rund 30.000 Menschen im Land bereit. Sie alle tragen dazu bei, dass sich die in- und ausländische Gästeschar (rund 2,3 Millionen Ankünfte und 6,9 Millionen Nächtigungen im Tourismusjahr 2009) wohl fühlt.

Oberösterreich gilt als die Wirtschaftslokomotive unter Österreichs Bundesländern. Mit Kreativität und Innovationsgeist haben die Oberösterreicher einen dynamischen Wirtschaftsraum geschaffen, der in Sachen Industrie, Technologie und Export tonangebend ist. In diesem starken Wirtschaftsstandort sorgt der Tourismus mit seinen vielfältigen Angeboten für eine rasche Erholung vom Arbeitsalltag, für Entschleunigung und abwechslungsreiche Freizeitmöglichkeiten der Unternehmer und deren Mitarbeiter/innen. Seit gut einem Jahr bemüht sich der Oberösterreich Tourismus deshalb verstärkt um Kooperationen mit heimischen Unternehmen, um deren Mitarbeiter/innen oder Kund/innen gezielt „Urlaubsangebote mit Mehrwert“ anzubieten. Mitarbeiter/innen oder Kund/innen profitieren dabei von Preisnachlässen oder kostenlosen Zusatzleistungen und erhalten umfassendes Freizeitvergnügen ohne lange Anreise.

Vorteile für Mitarbeiter, Unternehmen und den Tourismus

Gesunde Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ihre Batterien rasch auftanken können, sind ein wesentlicher Erfolgsgarant für viele Unternehmen und damit für den Wirtschaftsstandort Oberösterreich. Für die Touristiker wiederum bietet sich die einmalige Chance, ihr abwechslungsreiches Urlaubs- und Freizeitangebot mit einer starken Präsenz ganz gezielt schmackhaft zu machen. Die teilnehmenden

Tourismusbetriebe haben einen zusätzlichen, kostenlosen Vertriebskanal und können so ihre Auslastung erhöhen. Durch die professionelle Abwicklung über den Oberösterreich Tourismus erhalten sowohl Firmen als auch die Tourismusbranche kostenlose Unterstützung. „Damit haben wir eine sinnvolle, branchenübergreifende Vernetzung geschaffen, die allen zu Gute kommt und motivierend wirkt.“ sagt Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Viktor Sigl.

Mag. Karl PRAMENDORFER

Kreativität und Kompetenz für innovative Tourismusprojekte

In den vergangenen Monaten wurden bereits neunzehn „Urlaub mit Mehrwert“-Projekte realisiert. Für diese Firmenkooperationen wurden insgesamt rund 178 unterschiedliche Pauschalangebote entwickelt und abgestimmt und mehr als 2,1 Mio. mögliche Kontakte zu potenziellen Urlaubsgästen hergestellt. Mit der jüngsten Kooperation mit dem CRM-Spezialisten Idd communication und kb-endlos Kroiss & Bichler, dem Marktführer in Sachen Direct Mailing, hat sich für die heimische Tourismusbranche ein weiterer Vertriebskanal aufgetan.

Durch die Kooperation mit Idd und kb-endlos Kroiss & Bichler GmbH erhalten deren Kunden individuell abgestimmte Vorschläge für Urlaubsangebote mit Mehrwert. Der Mehrwert besteht in einer entsprechenden kostenlosen Zusatzleistung, wie zum Beispiel einem Rundflug mit dem Sportflugzeug, einer Fahrt mit der Harley Davidson, Gesundheits- und Wellnessanwendungen, kulinarischen Schmankerln oder einem zusätzlichen Urlaubstag oder in einem direkten Preisnachlass (von bis zu 25 Prozent). „Die ersten Erfahrungen mit den Mehrwert-Urlaubsangeboten sind vielversprechend, eine Ausweitung und Forcierung der Kooperation mit Idd und kb-endlos ist daher

anzustreben“, will Mag. Karl Pramendorfer, Vorstand des OÖ. Tourismus, auch in Zukunft Synergie-Effekte nutzen.

Die attraktiven, maßgeschneiderten Angebote werden über die Verkaufsförderung des Oberösterreich Tourismus mit heimischen Tourismuspartnern (Betriebe, Tourismusverbände, Incomer) abgestimmt und für die Kunden von ldd und kb-endlos aufbereitet. Der OÖ. Tourismus ist also kompetenter Vermittler zwischen den touristischen Leistungsträgern und den Betrieben aus Wirtschaft oder Industrie. „Durch die direkte Präsenz in den Firmen, bei deren Mitarbeitern und Kunden sind wir in unseren Hauptherkunftsmärkten Österreich und Deutschland genau dort, wo Urlaubsentscheidungen getroffen werden. Mit den mehrtägigen Pauschalangeboten bündeln wir attraktive Tourismusangebote und tragen so zur Auslastung der Beherbergungsbetriebe bei. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten können wir damit den Nächtigungstourismus im Land stärken und die Marke Oberösterreich positiv aufladen. Gleichzeitig geben wir ldd communication und der kb-endlos Kroiss & Bichler GmbH ein günstiges Tool zur Kundenbindung an die Hand,“ fasst Pramendorfer die Zielsetzung der Initiative zusammen.

Für einen teilnehmenden Tourismusbetrieb ergeben sich durch diese Kooperation ebenfalls wesentliche Vorteile: der Betrieb erspart sich einerseits Kosten für Werbung und gewinnt andererseits einen zusätzlichen, risikolosen Vertriebsweg. Durch die Möglichkeit zur zeitlichen Befristung eines Angebotes beispielsweise kann ein Betrieb seine Auslastung gezielt zu Randzeiten steigern. Und, die für Reisemittler übliche Provision erhält in diesem Fall der Gast als Preisnachlass. „Es muss allerdings nicht immer die monetäre Ermäßigung sein: Oft sind es auch nur kleine Aufmerksamkeiten, die dem Gastgeber nicht viel kosten und beim Gast große Wirkung erzeugen“, weiß Pramendorfer.

Mag. Martin KROISS

Wenn 1 + 1 gleich 3 ergibt:

Idd communication & kb-endlos setzen auf Cross-Marketing

Von gemeinsamen Aktionen bei Cross-Promotions bis hin zu Cross-Selling, dem Verkauf ergänzender Produkte, oder Cross-Advertising, der gemeinsamen Werbung verschiedener Marken: Cross-Marketing ist in vielen Bereichen möglich - und immer gilt $1 + 1 = 3$. Bei kb-endlos und Idd communication setzt man deshalb verstärkt auf Kooperationen - als Mehrwertangebot für Kunden. „Diese Partnerschaften rechnen sich für alle beteiligten Unternehmen“, ist Martin Kroiss, Eigentümerversorger von kb-endlos und Idd, überzeugt, „eine klassische Win-win-Situation.“ Voraussetzung für erfolgreiches Cross-Marketing ist die Partnerschaft zweier ähnlich starker Marken und eine gemeinsame Zielgruppe, die angesprochen werden soll.

Mag. Sabine LACHER

Musterbeispiele für Win-win-Situationen

Ein mustergültiges Beispiel ist diesbezüglich die Kooperation des Idd-Kunden Gmundner Milch mit OÖ Tourismus. „Beide sind bekannte Marken mit starkem Oberösterreichbezug und beide sprechen qualitätsbewusste Kunden an“, erklärt Mag. Sabine Lacher, Geschäftsführerin bei Idd communication. „Durch die Kooperation verstärken sich die Marken gegenseitig.“ Konzipiert ist die gemeinsame Kampagne als Vorteilsaktion, bei der Oberösterreichs Ausflugsziele - ob Naturerlebnis, sportliche Herausforderung oder Kulturgenuss - mit zumeist 1+1 gratis Eintritten besonders günstig entdeckt werden können.

Mag. Sabine Lacher kann auf zahlreiche weitere gelungene Cross-Marketing-Projekte verweisen. Noch ein Erfolgsbeispiel aus jüngster Zeit ist die Kooperation des Idd-Kunden Domino Haarkosmetik mit OÖ Tourismus. Ob positiver Markentransfer oder Kostenersparnis bei Kommunikationsmaßnahmen: „Die Zusammenarbeit bringt enorme Mehrwerte, für die Unternehmen ebenso wie für die Kunden“, freut sich Mag. Sabine Lacher. Jetzt gelte es, diese Cross-Marketing-Potenziale langfristig zu nutzen und auszubauen.