

Presseinformation | Wien, 19.10.2018

Im Digitalzeitalter erfolgreich mit Print-Magazinen? „ahoi“ und „fernfreude“ von Ruefa zeigen wie!

Die Österreicher bereiten sich multimedial auf ihre Reisen vor. 80 Prozent der Kunden informieren sich online, doch noch immer nutzen 62 Prozent Reisemagazine und -kataloge für Informationsbeschaffung und Inspiration. Darum schlägt Ruefa eine Parallelstrategie ein, bei der Print-Magazine einen bedeutenden Stellenwert haben.

Bereits 2017 hat Ruefa das **Kreuzfahrten-Magazin „ahoi“** und das **Fernreise-Magazin „fernfreude“** aus der Taufe gehoben. Die Resonanz war extrem positiv und beide Magazine gehen im Oktober 2018 bereits in die dritte Auflage. Jeweils 600.000 Stück der neuen Ausgaben werden den auflagenstärksten österreichischen Tageszeitungen beigelegt und liegen auch in allen 107 Ruefa Filialen in ganz Österreich auf.

Dass gedruckte Reisemagazine und Reisekataloge trotz der steigenden Bedeutung des Internets noch große Relevanz als Informations- und Inspirationsquelle haben, wurde auch durch den Ruefa Reisekompass 2018 bestätigt. Die Magazine überzeugen neben ihrem informativen Inhalt, der größtenteils auf persönlichen Erfahrungen der Ruefa Reiseexperten beruht, vor allem auch durch ihr ansprechendes Design. Die erste Ausgabe der „fernfreude“ erzielte 2018 Bronze beim T.A.I. Werbe Grand Prix und sogar zweimal Gold bei den Fox Awards: den Fox Award für das beste Kommunikationskonzept in der Sparte Tourismus und den Sonderpreis Fox Visuals für die schönste Gestaltung. Die Fox Awards zeichnen jährlich effiziente Lösungen aus Marketing und Kommunikation auf Basis von Crossmedialem Konzept, Reichweite und Qualität von Inhalt und Gestaltung aus.

Harmonisierung der Magazin-Designs und neue crossmediale Elemente

Da das verspielte Design des Fernreise-Magazins sowohl in Fachkreisen als auch bei den Lesern sehr positive Resonanz hatte und um eine Harmonisierung des Look & Feel der beiden Magazine zu erreichen, wurde die neue Ausgabe von „ahoi“ an das Design der „fernfreude“ angepasst. Anstatt in Spalten gegliederten Fließtext gibt es jetzt viele grafische Elemente, Karten und Listicles. Starke Bilder stehen nun bei beiden Magazinen noch mehr im Vordergrund.

Neuer Bestandteil des „ahoi“ Magazins ist auch die Kommunikation des Marken-Hashtags **#ruefamoment**. Auf einer bildstarken Doppelseite werden die Leser dazu aufgefordert, ihre schönsten Urlaubsmomente mit dem Hashtag **#ruefamoment** auf ihren Social Media Kanälen zu teilen. Die besten Bilder werden dann in der nächsten Ausgabe abgedruckt und mit einem 100€ Reisegutschein belohnt.

Unverzichtbar ist bei beiden Magazinen auch eine digitale Präsenz der Inhalte. So gibt es alle Artikel auf der Website von Ruefa zum Nachlesen unter ruefa.at/kreuzfahrten-magazin und ruefa.at/fernfreude. Die attraktive und nutzerfreundliche Gestaltung der Onlinemedien steht den Printproduktionen in nichts nach. Die Artikel sind durch animierte Textbausteine und Bilder sowie Videomaterial sehr interaktiv und verlinken auf das umfangreiche Kreuzfahrten- bzw. Fernreiseangebot von Ruefa. Die aufwändige technische Lösung (Pagestrip) ermöglicht digitales Lesevergnügen auf allen Endgeräten (Desktop, Tablet & Smartphone).

Ruefa Reise Stories als digitale Ergänzung der Print-Magazine

Natürlich setzt auch Ruefa auf die Macht des Bewegtbildes, weshalb im Sommer die YouTube-Serie „Ruefa Reise Stories mit Flo & Wisch“ gelauncht wurde. Auf youtube.com/ruefa findet man inzwischen sechs Folgen zu den beliebtesten Fernreisedestinationen der Österreicher. Auch diese „Branded Entertainment Kampagne“ legt den Fokus auf die Kompetenz und Destinationsexpertise der Ruefa Mitarbeiter und macht spürbar, wie gerne sie ihr Wissen und ihre Erfahrung für ganz besondere Kundenberatung einsetzen. Diese Videos sind eine unterhaltsame, crossmediale Ergänzung zu den Magazin-Inhalten und verzeichnen in Summe bereits über eine Million Views auf YouTube. Die restlichen sechs Folgen werden sukzessive im Laufe der nächsten Monate veröffentlicht.

Weiters werden die Magazine durch umfangreiche, mehrmonatige Marketingkampagnen begleitet, um die redaktionellen Inhalte mit thematisch passenden Reiseangeboten zu verknüpfen. Diese werden auf einer Microsite auf der Website, über Social Media und über den Newsletter ausgespielt. Mit Maßnahmen wie Direct Mailings und Google Ads werden Leads generiert. „Durch die crossmediale Verknüpfung von Print und Digital erreichen wir erstens inhaltliche Konsistenz und schaffen Wiedererkennungswert. Zweitens können wir den Content aus den Zeitschriften mehrmals sinnvoll verwerten. Und drittens holen wir die Kunden an allen Punkten der Customer Journey ab“, so Birgit Wallner, Leiterin Konzernmarketing der Verkehrsbüro Group.

Auf zu neuen Ufern mit „ahoi“

Das neue Kreuzfahrten-Magazin von Ruefa zeigt, wie unterschiedlich Schiffsreisen sein können und liefert spannende Cruise-Ideen für jeden Geschmack. Naturliebhaber erkunden die spektakuläre Küste Norwegens auf der traditionellen Postschiffroute der Hurtigruten. Auf einer Familienkreuzfahrt durch das Mittelmeer sind Spaß und Entspannung für Jung und Alt garantiert. Ruefa zeigt sieben Gründe auf, wieso man mit Kind und Kegel in See stechen sollte. Mit an Bord sind auch Tipps für die schönsten Routen durch das Mittelmeer, eine Traumreise durch die Südsee für Sonnenanbeter auf der Suche nach dem Paradies und eine Flusskreuzfahrt durch Russland für Kulturinteressierte.

Die aktuelle Ausgabe von „ahoi“ erschien Anfang Oktober und ist online unter ruefa.at/kreuzfahrten-magazin abrufbar.

Flucht aus dem Winter mit der „fernfreude“

Die neue Ausgabe der „fernfreude“ lädt ihre Leser vor dem Winterbeginn zum Träumen ein. Neben Insider-Tipps von Ruefa Reiseexperten zu den gefragtesten Fernreisedestinationen werden auch spannende, noch weitgehend unbekanntere Reiseziele aufgezeigt. Auf die Leser warten ein Road Trip entlang der Westküste der USA, Flitterwochen auf Mauritius, Familienurlaub in Dubai, eine kulturelle Entdeckungsreise durch Taiwan und die besten Tipps für Abenteuer in den südamerikanischen Anden.

Die neue Ausgabe der „fernfreude“ liegt den auflagenstärksten österreichischen Tageszeitungen ab 20. Oktober bei und ist ab dann auch online unter ruefa.at/fernfreude verfügbar.

Presstext und druckfähige Fotos finden Sie unter:

www.verkehrsbuero.com/presse/presseinformation/ruefa-magazine-ahoi-fernfreude

Alle Presseausendungen der Verkehrsbüro Group finden Sie unter:

www.verkehrsbuero.com/presse

PRESSERÜCKFRAGEN

Andrea Hansal
Verkehrsbüro Group Konzernkommunikation
Lassallestraße 3, 1020 Wien
Tel.: 01/588 00-172
presse@verkehrsbuero.com www.verkehrsbuero.com



Cover „ahoi“ – Ausgabe 02 | 2018 © Ruefa



Cover „fernfreunde“ – Ausgabe 02 | 2018 © Ruefa

Verkehrsbüro Group

Die Verkehrsbüro Group ist Österreichs führender Tourismuskonzern mit den Geschäftsbereichen Leisure Touristik (Freizeitreisen), Hotellerie und Business Touristik. Der Jahresumsatz 2017 betrug 951 Mio. Euro. Unter dem Dach der Österreichisches Verkehrsbüro Aktiengesellschaft sind die operativen Geschäftsbereiche in Tochtergesellschaften organisiert.

Die Austria Trend Hotels sind der ideale Ausgangspunkt für City- und Geschäftsreisende mit 28 Hotels in Österreich, Slowenien und der Slowakei. Die führende österreichische Hotelgruppe bietet Veranstaltungsflächen für über 10.000 Gäste. Motel One, betrieben im Joint Venture, sind mit dem Konzept „Viel Design für wenig Geld“ im Segment Budget Design Hotels erfolgreich. Palais Events betreibt die historischen Locations Palais Ferstel, Palais Daun-Kinsky, die Wiener Börsensäle sowie das Café Central.

Der Konzern ist Marktführer im Bereich Leisure Touristik (Freizeitreisen) mit 107 Ruefa Reisebüros österreichweit; als Spezialreiseveranstalter bietet er hochwertige Fern-, Studien- und Schiffsreisen. Eurotours ist die größte Incoming-Agentur Zentraleuropas und führender heimischer Reiseveranstalter mit Standorten in Österreich und im Ausland.

Im Bereich Business Touristik sind Verkehrsbüro Business Travel und AX Travel Management führender Anbieter bei Geschäftsreisen. Verkehrsbüro MICE Services organisiert zudem Meetings, Events, Gruppen- sowie Incentive-Reisen. Austropa Interconvention steht für professionelles Kongress-Management. Mit BEasy, der Online-Lösung für KMUs, können Geschäftsreisen einfach und günstig gebucht werden. Weltweiter Service wird als Netzwerkpartner von American Express Global Business Travel in über 120 Ländern angeboten.