

„Einkaufen in Wien – Mit allen Sinnen!“

www.mitallensinnen.wien

DIE KAMPAGNE

„Einkaufen in Wien – Mit allen Sinnen!“ ist die Herbstkampagne der Wirtschaftskammer Wien. Im Zeitraum von **23. Oktober bis 19. November 2017** unterstreicht die Initiative die Vorzüge, Dienstleistungen und Waren von lokalen Anbietern zu beziehen. Konsumentinnen und Konsumenten können dabei auf höchste, gesicherte Qualität mit bester Beratung vertrauen. Und vor allem die Shopping-Metropole Wien garantiert ein Einkaufserlebnis mit allen Sinnen. Am Wirtschaftsstandort Wien werden durch lokalen Einkauf Arbeitsplätze und Wohlstand gesichert.

Über das **Testimonial Conchita** wird neben dem Kampagnen-Titel „Einkaufen in Wien – Mit allen Sinnen!“ der Claim „Wo ich einkaufe, ist mir nicht Wurst!“ kommuniziert, der augenzwinkernd die Verbindung zum Testimonial herstellt.



DIE BOTSCHAFTEN

Lokal einkaufen ist „chic“, „cool“ und „lässig“.

Einkaufserlebnis mit allen Sinnen gibt's nur im stationären Handel.

Durch bewussten Einkauf können Verbraucher etwas bewirken, durch den Einkauf bei lokalen Unternehmen werden Arbeitsplätze gesichert und die heimische Wirtschaft belebt. Dem Staat bringt er Steuereinnahmen.

Einkaufen in Wien macht Sinn, weil es Arbeitsplätze und Wohlstand sichert.

DAS TESTIMONIAL

Conchita, die Kunstfigur des Sängers Tom Neuwirth, muss man nicht vorstellen. Spätestens seit ihrem Sieg beim Eurovision Song Contest 2014 in Kopenhagen (Rise Like a Phoenix...), der von 180 Millionen Menschen verfolgt wurde, ist sie nicht nur in Österreich, sondern auch international ein Star und wird nicht zu Unrecht Queen of Austria genannt. In den letzten Jahren avancierte sie mit ihrer Strahlkraft zur internationalen Botschafterin für Österreich und Wien.

Und Conchita ist nicht zufällig Testimonial der Kampagne „Einkaufen in Wien – Mit allen Sinnen!“ „Ich liebe es“, sagt Conchita, "in Wien shoppen zu gehen. Und ich weiß, dass die Wiener Kaufleute einen großartigen Job machen. Sie schaffen Arbeitsplätze, bilden junge Menschen aus und tragen einen wesentlichen Teil dazu bei, dass diese Stadt so wunderschön glitzert und funkelt, wie sie es tut."

Conchita über das Einkaufen in Wien

"Ich liebe es, in Wien einzukaufen. In den vielen bunten Wiener Geschäften werde ich von netten Verkäuferinnen und Verkäufern begrüßt und wunderbar beraten. Oft zeigen sie mir Sachen, die ich sonst nie gefunden hätte. Und mir ist es wahnsinnig wichtig, Dinge ausprobieren zu können, sie anzugreifen oder dran zu riechen. Shoppen mit allen Sinnen."

"Zu Weihnachten gibt es nichts Schöneres als die Wiener Innenstadt. So viele Shops sind wundervoll gestaltet, alles glitzert und funkelt. Und auf die besten Geschenke komme ich oft dank der Beratung durch nette Verkäuferinnen und Verkäufer."

"Ich versuche, heimische Angebote zu nutzen, wo immer das geht. Nicht nur beim Einkaufen, sondern auch, wenn ich zum Beispiel einen Handwerker brauche. Da kann ich meiner Stadt Wien etwas zurückgeben."

DIE KAMPAGNE

Der Handel und das Einkaufen im lokalen Wiener Handel steht exemplarisch für alle Wirtschaftszweige der Wiener Wirtschaft. Auf den Kampagnensujets ist das Testimonial beim Einkaufen in vier unterschiedlichen Branchen zu sehen (Fashion, Schuhe, Parfum, Elektro). Die Interaktion mit den Verkäuferinnen und Verkäufern auf den Sujets ist neben dem Sehen, Fühlen, Riechen und Schmecken der zentrale Sinn, der nur im stationären Handel angesprochen wird. Neben klassischen, statischen Kampagnenmedien wie Plakaten und Rollingboards wird die Kampagne auch über dynamische Medien wie Videos im Stadtbild (Infoscreen, Digitale Citylights), Social-Media-Bewegt看 und Radiospots getragen. Die Kampagnenwebsite www.mitallensinnen.wien stellt die zentrale Anlaufstelle für Interessierte dar.

Kampagnentitel

EINKAUFEN IN WIEN – MIT ALLEN SINNEN!

Der Claim

„WO ICH EINKAUFE, IST MIR NICHT WURST!“

Out of Home

Statisch

Zwischen 23. Oktober und 19. November werden die vier Kampagnensujets auf 16-Bogen-Plakaten, Rollingboards, Citylights und Megaboards das Stadtbild prägen. Besondere Aufmerksamkeit werden im Kampagnendesign gebrandete Niederflur-Straßenbahnen erzeugen, die auf zentralen Wiener Linien unterwegs sein werden.



Dynamisch

Über Infoscreens in U-Bahn-Stationen, U-Bahnen und Straßenbahnen werden 10-Sekunden-Clips die Wirkung der Kampagne unterstützen.

Radio

In 20-Sekunden-Radiospots erklärt Testimonial Conchita, was für sie das Einkaufen mit allen Sinnen im stationären Handel ausmacht und warum ihr deshalb nicht „Wurst“ ist, wo sie einkauft.

Social Media

Die Social-Media-Kanäle der Wirtschaftskammer Wien werden im Kampagnenzeitraum von 23. Oktober bis 19. November im Kampagnendesign erstrahlen und die Vorzüge des Einkaufens in Wien präsentieren. Zentrale Bewegtbild-Maßnahme mit Testimonial Conchita in der Hauptrolle ist neben einem Kampagnenteaser des Kampagnen-Hauptvideo, in dem Conchita vorzeigt, warum Einkaufen in den Wiener Geschäften genau das Richtige für sie ist.

Kampagnenwebsite

Die zentrale Kampagnenwebsite www.mitallensinnen.wien liefert Infos rund um das Testimonial Conchita, Zahlen und Fakten sowie eine Aufstellung aller Kampagnenmaßnahmen.

FAKTEN UND HINTERGRUND

Branchendaten des Wiener Handels

Unternehmen per 1.9.2017: 28.352

Arbeitgeberbetriebe per Juni 2017: 11.598

Beschäftigte insgesamt (einschl. Lehrlinge) per Juni 2017: 116.673

Ausbildungsbetriebe per 31.12.2016: 458

Ausbildungsstandorte per 31.12.2016: 1.196

Lehrlinge per 31.12.2016: 2.337

Unternehmensgründungen 2016: 1.759

RECHTE-HINWEIS

Sämtliche Rechte für die auf diesem Datenstück enthaltenen Bild- und Videodateien liegen bei der Wirtschaftskammer Wien.

Die Veröffentlichung ist nur im Zusammenhang mit der Berichterstattung über die Kampagne „Einkaufen in Wien – Mit allen Sinnen!“ gestattet.