

DocLX ist neuer Vertriebspartner der Wien-Karte â€" BILD/ VIDEO

ID: LCG15462 | 26.11.2015 | Kunde: DocLX Holding | Ressort:
Wirtschaft Ã-sterreich | Medieninformation

Der WienTourismus hat den Vertrieb der Wien-Karte neu ausgeschrieben, den Zuschlag erhielt die DocLX Travel Events GmbH. Sie wird ab 1. Dezember 2015 als Vertriebspartner für Österreichs beliebteste Gästekarte fungieren. Alle bisherigen administrativen und organisatorischen Abläufe für die Verkaufsstellen des Erfolgsprodukts bleiben unverändert.

Bilder zur Meldung auf http://presse.leisuregroup.at/doclx/wienkarte

Video zur Meldung auf https://www.youtube.com/watch?v=Ym4umtmFtA0

Wien (LCG) - Die DocLX Travel Events GmbH wickelt ab Dezember 2015 den Vertrieb für die Wien-Karte des WienTourismus ab. Sie erhielt nach einer EU-weiten Ausschreibung zur Vergabe der Dienstleistungskonzession den Zuschlag, denn, wie Tourismusdirektor Norbert Kettner erklärt: "Alexander

Knechtsberger und sein Team haben ein überzeugendes
Vertriebskonzept präsentiert, dem die touristische
Branchenerfahrung und das starke Know-how im Online-Bereich
deutlich anzusehen war. Das umfangreiche internationale Netzwerk
von DocLX ist ein zusätzliches Plus, das uns sicher zugutekommen
wird. "Für die Verkaufsstellen der Wien-Karte, die von den Wiener
Hotels über die Wiener Linien und Austrian Airlines bis zu rund 500
in-und ausländische Reisebüros beziehungsweise -veranstaltern
reichen, ändert sich nichts. Alle administrativen und
organisatorischen Abläufe bleiben unverändert. Dies gilt auch für
die "Affiliates" der Wien-Karte - Websites-Betreiber, die sie dort

bewerben und für ihre Verkäufe eine Provision erhalten (Infos dazu auf http://affiliate.wien.info).

Alexander Knechtsberger, Gründer und Geschäftsführer von DocLX zu der neuen Aufgabe: "Wir sind sehr stolz darauf, diese europaweite Ausschreibung gewonnen zu haben, um nun mit der exklusiven Wien-Karten-Konzession die wohl erfolgreichste City Card Europas zu vertreiben. Es ist eine sehr spannende Aufgabe, dieses seit Jahren, auf sehr hohem Niveau agierende Produkt, weiterzuentwickeln und langfristig – beispielsweise mit einer neuen, auf die Interessens-Vielfalt unserer Wien-Besucher abgestimmten Online-Strategie – mit zu gestalten und zu forcieren. Auch unser internationales Netzwerk soll hier einfließen, um noch mehr Touristen zum Kauf der Wien-Karte zu animieren. Als klassischer Event-Touristiker kommt es uns sehr entgegen, dass es dem WienTourismus in den letzten Jahren gelungen ist, Wien nicht nur als imperiale Kultur-Stadt, sondern als moderne, stylische und eventaffine, Topdestination in Europa zu positionieren."

Geschätzt von den Gästen, umweltfreundlich für die Stadt

Heuer ist es genau 20 Jahre her, dass der WienTourismus mit der Wien-Karte die erste Gästekarte Österreichs eingeführt hat. Seither ist sie alljährlich die meistgefragte des Landes und 2012 errang sie in einem Vergleichstest von 16 europäischen Städtekarten den ersten Platz. 2014 wurden 324.000 Stück verkauft, heuer liegen die Verkäufe bis Oktober mit rund 290.000 Stück bereits um 26 Prozent über der Vergleichszahl des Vorjahres. Inhaber der Wien-Karte genießen freie Fahrt mit den öffentlichen Verkehrsmitteln im Stadtgebiet sowie mehr als 210 Vergünstigungen in allen großen Museen, bei diversen Sehenswürdigkeiten, Konzertund Theater-Aufführungen, Geschäften, Restaurants, Heurigen und vielem mehr. Die Karte gibt es in zwei Varianten: als 72-Stunden-Fahr-schein mit Vergünstigungen vier Tage lang (21,90 Euro) sowie als 48-Stunden-Fahrschein mit Vergünstigungen drei Tage lang (18,90 Euro). Zusätzlich zu ihrer Funktion als - wie die Verkaufszahlen zeigen sehr geschätztes - Service für Gäste leistet die Wien-Karte auch einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz und

zur Verkehrsentlastung, bietet sie doch ein Stadterlebnis, bei dem man ohne Auto auskommt.

Über DocLX Holding

Bereits 1999 legte Alexander Knechtsberger den Grundstein für Event-Reisen und öffnete den Markt in Österreich mit der ersten Maturareise nach Griechenland. Bei der Maturareise "X-Jam" konnten in den letzten 15 Jahren knapp 500.000 Nächtigungen verzeichnet werden. Programm-Investitionen von 1,8 Millionen Euro im Jahr machen sie zur Benchmark im Event-Reisesektor. Weitere Travel-Events wie die Studentenreise "University of Snow" und das "Lighthouse Festival" in Kroatien wurden in Folge erfolgreich am Markt positioniert. 2006 wurde die DocLX Holding als Dachmarke für alle Aktivitäten in den Segmenten Jugendmarketing, Eventconsulting und Travel etabliert, unter der die DocLX Event Consulting GmbH und die DocLX Travel GmbH vereint sind. Mit einem Jahresumsatz von knapp 18 Millionen Euro (2014/15) und knapp 310.000 betreuten Gästen an 285 Eventtagen ist DocLX die klare Nummer 1 unter Österreichs Jugend-und Eventmarketing-Agenturen.

Der Fokus des Unternehmens liegt auf der Zielgruppe der 16 bis 29Jährigen; die Markenbekanntheit unter Absolventen beträgt 99
Prozent. Die DocLX Holding wurde mehrfach mit dem Austrian Event
Award für "X-Jam" ausgezeichnet, ist Mitglied des Event Marketing
Board Austria (EMBA) und wurde als eine der ersten EventmarketingAgenturen in Österreich TÜV-zertifiziert. Jährlich wird in
Kooperation mit dem Marktforschungsunternehmen Marketagent.com
Österreichs größte Jugend-Studie, der "Jugend Trend Monitor",
publiziert. Weitere Informationen auf http://www.doclxholding.com.

+++BILDMATERIAL+++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung.

Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter http://www.leisure.at. (Schluss)