City of Vienna | International Offices

Saopštenje za medije – Kancelarija Grada Beča u Beogradu

20. novembar 2026.

Čime Beč želi da osvoji Japan

Nova kampanja Bečke turističke organizacije (WienTourismus) predstavlja Beč japanskoj publici kao destinaciju jedinstvenih kulturnih, umetničkih i gastronomskih iskustava. Japanska reč tokusen znači „poseban izbor“ i upravo je to ideja nove kampanje kojom Beč želi da privuče japanske turiste – ponudom pažljivo odabranih doživljaja koji otkrivaju poseban karakter grada.

Kampanja je počela 3. novembra 2026, na japanski državni praznik Dan kulture (Bunka no Hi), a realizuje se u Tokiju do kraja decembra. Kroz seriju video-sadržaja predstavljene su neke od najpoznatijih bečkih znamenitosti: katedrala Svetog Stefana, Zlatna dvorana Musikvereina, Umetničko-istorijski muzej, Klimtova slika „Poljubac“ u Gornjem Belvedereu, kao i dijamantske zvezde carice Sisi. Poseban akcenat stavljen je i na gastronomiju, u skladu sa temom kojom Beč tokom 2026. godine promoviše svoju kulinarsku ponudu: **„Vienna Bites: Kuhinja, kultura, karakter“**.

Japanski gosti predstavljaju značajnu ciljnu grupu za Beč. Posebno su zainteresovani za umetnost i kulturu, često posećuju muzeje, opere i koncerte, a tokom boravka uglavnom biraju hotele sa četiri i pet zvezdica i ostvaruju natprosečnu turističku potrošnju. U poređenju sa prethodnom godinom, broj dolazaka iz Japana povećan je za 11,3 odsto, a broj noćenja za 9,8 odsto.

„Beč u turizmu daje prednost kvalitetu u odnosu na kvantitet, ciljano upravlja turističkim tokovima i štiti javne prostore. Kampanja ‘Vienna Tokusen’ na najbolji način predstavlja ovaj pristup, pozivajući japanske goste da upoznaju grad kroz poseban izbor kulturnih, gastronomskih i carskih znamenitosti“, ističu iz Bečkog turizma.

Kao najgledanija video-platforma u Japanu, YouTube je izabran za glavni kanal komunikacije. Kratki video-formati YouTube Shorts predstavljaju pojedinačne znamenitosti i podstiču publiku da kroz tematske plej-liste otkrije još više o Beču. Kampanju dopunjuju In-Feed oglasi koji zainteresovane korisnike usmeravaju ka dodatnim informacijama o destinaciji.

Izbor termina kampanje povezan je i sa značajem jeseni u japanskoj kulturi. Period Bunka no Aki, odnosno „Jesen kulture“ ili „Jesen umetnosti“, tradicionalno je posvećen posetama muzejima, izložbama, pozorištima i koncertima. Zbog toga je početak novembra posebno pogodan za promociju Beča kao grada bogatog umetničkim i kulturnim sadržajima.

Kampanjom „Vienna Tokusen“ Beč želi da japanskim posetiocima približi svoj prepoznatljivi spoj istorije, umetnosti, muzike, gastronomije i savremenog urbanog života.

City of Vienna | International Offices

Više informacija

mr Cvijeta Radović
Balkanska 2
11000 Beograd
radovic@viennaoffices.rs
T +381 11 205 51 13
M +381 69 72 82 42
www.viennaoffices.rs
https://www.facebook.com/viennaofficeBEG
https://www.instagram.com/viennaofices_belgrade/