

Kroatien freut sich über starke Tourismus-Bilanz im Mai 2014 nach Spring Jam und Lighthouse Festival in Porec – BILD/ VIDEO

ID: LCG14218 | 20.06.2014 | Kunde: Kroatische Zentrale für Tourismus | Ressort: Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Dieses Jahr reisten insgesamt 4.700 Jugendliche im Mai nach Istrien, um bei den von DocLX organisierten Veranstaltungen mitzufeiern.

Bilder zur Meldung unter http://presse.leisuregroup.at/kroatien/pk_20140519/Fotos_Highlights

Video zur Meldung unter <https://www.youtube.com/watch?v=3gxlduFKj20>

Wien (LCG) – „Wir sind begeistert über die Kooperation mit DocLX und der Pratersauna. Wir wollten Kroatien schon lange als Reiseziel für Jugendliche mehr in den Fokus rücken. Durch diese zwei Veranstaltungen profitiert auch unsere Wirtschaft“, so **Ranko Vlatković**, Direktor der Kroatischen Zentrale für Tourismus in Wien. „Wir konnten im Mai 2014 insgesamt 102.230 Ankünfte aus Österreich und 411.443 Nächtigungen verzeichnen. Auf nationalem Level belegt Österreich mit zwölf Prozent Platz zwei hinter Deutschland.“ **Alexander Knechtsberger**, Geschäftsführer und Mastermind von DocLX, feiert heuer schon sein zehnjähriges Jubiläum mit Spring Jam in Kroatien. „Wir freuen uns, dass beide Veranstaltungen so gut ausgelastet sind: Heuer konnten wir 2.500 Buchungen für Spring Jam und 2.200 Buchungen für das Lighthouse Festival verzeichnen und die Buchungen für das nächste Jahr sind auch schon sehr gut angelaufen“, so Knechtsberger.

Zwtl.: Kroatien ist das neue Ibiza

Laut Knechtsberger gilt Kroatien jetzt schon als das neue Ibiza. Es ist ein sehr beliebter Urlaubsort für Österreicher und wird als das geheime Partymecca für Jugendliche gehandelt. Auch für

Veranstalter von Eventreisen ist es sehr empfehlenswert, da die Organisation und das Handling vor Ort absolut problem- und reibungslos ablaufen. Die Zusammenarbeit ist für beide Seiten von Vorteil: Kroatiens Wirtschaftsmotor und mediale Präsenz werden angekurbelt und DocLX punktet mit einer einwandfreien Abwicklung vor Ort und mit einer mit dem Auto leicht erreichbaren Destination.

Zwtl.: Underground statt Mainstream

Das wunderschöne Porec an der istrischen Riviera mit der vorgelagerten Insel Lanterna eignet sich perfekt für Eventreisen. Dieses Potenzial haben **Hennes Weiss** und **Stefan Hiess**, die Betreiber der Pratersauna, auch erkannt und sich mit DocLX in ein Boot gesetzt, um das elektronische Lighthouse Musikfestival ins Leben zu rufen. So werden nicht nur Studenten zu Spring Jam, sondern auch eine etwas ältere Zielgruppe nach Kroatien gelockt. Auch namhafte Sponsoren wie Red Bull und H&M sind schon mit an Bord. „Für Kroatien sind diese beiden Eventformate eine großartige Plattform, um unsere Nebensaison zu bewerben. Durch DocLX und das Lighthouse Festival kommt ein internationales Publikum ab 25 Jahren in unser schönes Land, um die Musik und Kroatien zu erleben“, zeigt sich VlatkoviÄ# begeistert.

Zwtl.: Über die kroatische Zentrale für Tourismus

Die Kroatische Zentrale für Tourismus ist eine nationale Organisation, die für die Vermarktung und Bewerbung touristischer Angebote in Kroatien zuständig ist. Unter anderem verantwortet sie auch die Planung, Ausführung und Kommunikation einer gemeinsamen Strategie aller Regionen Kroatiens. Die Kroatische Zentrale für Tourismus wickelt sämtliche Werbeaktivitäten im Ausland als auch in Kroatien selbst ab, die zur Verbesserung der Qualität des gesamten touristischen Angebots von Kroatien dienen.

Zwtl.: Über DocLX Holding

Mit dem mittlerweile traditionellen „Tuesday 4 Club“ in der Wiener Kulldiskotheek U4 begann 1991 die Geschichte des Event- und Partylabels DocLX von Mastermind **Dr. Alexander Knechtsberger** . Bereits 1999 legte 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 2,6 Millionen Euro im Jahr machen sie zur Benchmark im Event-Reisesektor. Weitere Travel-Events wie die Studentenreise „Spring Jam“, das Winterevent „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 über 19 Millionen Euro (2012/13) und knapp 310.000 betreuten Gästen an 285 Eventtagen unter anderem in den Clubs „Platzhirsch“, „U4“, im Wiener Rathaus, im Rahmen des Beach Volleyball Grand Slam oder dem Erzbergrodeo ist DocLX Holding die klare Nummer 1 unter Österreichs Jugend- und Eventmarketing-Agenturen. Der Fokus des Unternehmens liegt auf der Zielgruppe der 17 bis 35-Jährigen; die Markenbekanntheit unter Maturanten beträgt 99 Prozent. DocLX Holding wurde mehrfach mit dem Austrian Event Award für die Maturareise „X-Jam“ ausgezeichnet, ist Mitglied des Event Marketing Board Austria (EMBA) und wurde als erste Eventmarketing-Agentur in Österreich TÜV-zertifiziert. Jährlich wird in Kooperation mit dem Marktforschungsunternehmen marketagent.com Europas größte Jugend-Studie, der „Jugend Trend Monitor“, auf Basis eines Panels von 200.000 Respondenten im Alter von 14 bis 29 Jahren publiziert. Knechtsberger ist zudem Lektor an der FH Wien für Marketing und Sales. Weitere Informationen unter <http://www.doclx-holding.com> .

~

Kroatische Zentrale für Tourismus

Website: [http:// www.kroatien.at](http://www.kroatien.at) ~

+ + + 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](http://www.leisure.at). (Schluss)