

"Kroatien 365" -Ein Erlebnis für das ganze Jahr -BILD

ID: LCG14384 | 13.10.2014 | Kunde: Kroatische Zentrale für
Tourismus | Ressort: Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Neue Kommunikationsstrategie präsentiert Kroatien als Europas Top-Destination für alle Jahreszeiten. 22 Destinationen und sechs neue touristische Angebote werben für touristische Vielfalt in der Vor-und Nachsaison.

Bilder zur Meldung unter http://presse.leisuregroup.at/kroatien/Pressepraesentation_Kroatien_365_20141013/

Gesamte Pressemappe unter http://presse.leisuregroup.at/kroatien/Presseunterlagen_Kroatien_365_2014/

Wien (LCG) – Mit einem eigenen Design-Auftritt präsentiert sich Kroatien als Allround-Destination für 365 Tage im Jahr: Die vier Grundfarben stellen die vier Jahreszeiten dar und der zentral positionierte Kreis symbolisiert die Vollständigkeit des Angebotes. Mit dem neuen Claim „Kroatien – Ein Erlebnis für das ganze Jahr“ wirbt die kroatische Zentrale für Tourismus kräftig auf allen Kommunikationskanälen. „Die pointierte Kampagne soll Kroatien als Europas Top-Destination für alle Jahreszeiten besonders in der Vor-und Nachsaison darstellen“, so **Ranko Vlatkovic**, Leiter der Kroatischen Zentrale für Tourismus in Wien. „Dafür haben wir 22 Destinationen ausgewählt und sechs touristische Schwerpunkte gesetzt, die für das perfekte Angebot das ganze Jahr stehen.“ Die neue Kommunikationsstrategie möchte die Marke Kroatien per se stärken und die touristischen Angebote außerhalb der Hauptsaison in die öffentliche Wahrnehmung rücken.

Zwtl.: 22 Destinationen für mehr Kunden in der Vor-und Nachsaison

„Kroatien 365“ befindet sich derzeit in der Pilotphase und soll ein attraktives und wettbewerbsfähiges touristisches Angebot präsentieren, das neue Reismotive und Produkte für spezielle Interessen der Kunden schafft. Dadurch wird die touristische Saison über das ganze Jahr verlängert. Das vollständige Rollout der neuen Strategie ist für das Jahr 2015 geplant. 22 Destinationen nehmen an der Kampagne teil und werden erstmalig unabhängig von ihren administrativen Grenzen zusammenarbeiten. Im Vordergrund der Kommunikationskampagne stehen Sonderpräsentationen für Tourismus- und Reiseveranstalter, Pressereisen für Journalisten, die Landingpage <http://www.croatia365.eu> und eine Sonderwerbekampagne mit Fokus auf PR, on- und offline.

Zwtl.: Sechs touristische Angebote für diversifizierten Tourismus

Sechs Kernprodukte repräsentieren die touristische Vielfalt Kroatiens: Aktiv-, Bike-, Gesundheits- und Wellness-, Gastronomie- und Wein-, Kultur- und Geschäfts-Tourismus. Diese sechs Themenbereiche werden auf der eigens geschaffenen Landingpage attraktiv vorgestellt. Ein neues Aufzeichnungs- und Zertifizierungssystem stellt die klare Positionierung und Transparenz im öffentlichen und privaten Tourismussektor sicher und gewährleistet den nachhaltigen Erfolg der gesetzten Kommunikationsmaßnahmen.

Zwtl.: Kroatien 365 Tage im Jahr genießen

Einzigartig ist die Formation der Tourismusdestinationen außerhalb ihrer administrativen Grenzen. So soll die Umsetzung der Strategie einfach und praktisch funktionieren, wobei die sechs neuen touristischen Kernprodukte im Mittelpunkt stehen. In den teilnehmenden Regionen müssen mindestens 50 Prozent der Hotel- und Gastronomiebetriebe in der Vor- und Nachsaison geöffnet bleiben. „Die Kampagne ‚Kroatien 365‘ zeigt den Facettenreichtum Kroatiens abseits bekannter Bilder und öffnet den Blick auf die Vielfalt der Attraktionen und Angebote. Besonders in der Vor- und Nachsaison eignet sich Kroatien hervorragend für eine kleine Auszeit vom Alltag, in der die Gäste neue Energien sammeln können. Die

Gastfreundschaft Kroatiens ist von individuellen Angeboten für jeden Geschmack geprägt“, so Vlatkovic abschließend.

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. Weitere Informationen unter <http://www.croatia.hr>.

+ + + 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)

