



Die ERGEBNISSE

Zur Sommerzeit 2007 (April/September) erscheinen in den Kernmärkten ca. 1.200 Berichte und Beiträge über die Urlaubsregion Sellaia-Fis-Ladis, knapp 1/3 davon ausschließlich zum Thema „Abenteuerverberge“. Beteiligt an diesem Ergebnis waren alle relevanten Medienkategorien, also Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen und Internet. Statistisch gesehen entspricht das 6,7 Beiträgen pro Tag, der erreichte Leser-, Hörer- und Seherkreis beträgt 62,9 Millionen, der mediale Gegenwert 4,4 Millionen Euro. Sellaia-Fis-Ladis verzeichnete im Sommer 2007 einen Wichtigkeitszuwachs von 16,5 %, davon aus Deutschland 15,2 %, aus der Schweiz 16,7 % und aus Österreich 37,4 %. Dieses Ergebnis liegt deutlich über dem Durchschnitt in Tirol und Österreich. Der Erfolg ist einem Angebot zu verdanken, das punktgenau die Urlaubswünsche der Kinder trifft. Einen angemessenen Erfolgsbeitrag leistete sicher auch die intensive und ideenreiche Einführungs-kommunikation.

An Klein 8 - 81241 München
Deutschland
Fax ++49-89-547118-0
Fax ++49-89-547118-10
maro@maropublic.com
www.maroundpartner.com

Beispiele der aktuellen Preisinformationen
unserer Kunden finden Sie auf der Pressepattform:
www.maropublic.com/touristik

MARO::PARTNER
WERBUNG UND PUBLIC RELATIONS

Jetzt lieben Kinder DIE BERGE



MARO::PARTNER
WERBUNG UND PUBLIC RELATIONS

Fallbeispiel

Ausgangs- PUNKT

Der LÖSUNGSANSATZ

Der Berg- und Wanderurlaub ist wieder im Kommen. Allerdings hat sich diese fröhe Botschaft noch nicht bis zu den Kindern der Bergregion herumgesprochen. Die Mitteilung der Eltern „im nächsten Urlaub geht's zum Wandern“ verursacht bei den meisten Kindern noch wie vor lange Gesichter. Die Tourismusregion Serfaus-Fis-Ladis, die bereits im Winter mit innovativen Familienangeboten sehr erfolgreich ist, analysierte diese unbefriedigende sommerliche Urlaubsbefindlichkeit und kam zu dem Schluss: Bergurlaub ist für Kinder mindestens so attraktiv wie für Erwachsene, vorausgesetzt er wird richtig inszeniert. So wurde der bekannte österreichische Kinderbuch-Autor Thomas Brzina damit beauftragt, unter dem Motto „Abenteuerberge“ drei Erlebniswege für Kinder in der Berglandschaft der Tiroler Sommerresorte zu gestalten, jeder in seiner Art einzigartig. Es entstand eine Kinderepedition mit dem Titel „Sturzflug“ in Serfaus, ein Abenteuerverpfad namens „Hexenweg“ in Fis und ein Entdeckerweg mit Namen „Forschergfad“ in Ladis.

MAROUXPARTNER, seit mehr als 20 Jahren mit der Presse- und PR-Arbeit für Serfaus und in späterer Folge für die ganze Region beauftragt, entwickelte das strategische Kommunikationskonzept, um die neue Art des Bergurlaubs für Kinder in die Medien in Deutschland, Österreich, der Schweiz, in Holland, Belgien, Luxemburg und Italien zu bringen. Das Instrumentarium umfasste Pressesitzungen, Einzelrecherchen, Presereisen, Beitragplatzierungen, Medienkooperationen und thematische Presseinformationen. Alle Maßnahmen waren abgestimmt auf Special Interest-Medien im Bereich Familie und Kinder sowie auf reichweitenstarke General Interest-Medien. Auf den Hauptmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz wurden für die Inszenierung der Einführungsveranstaltungen Umfeldler gewählt, die speziell auf eines der drei Themen der Abenteuerberge abgestimmt waren. So fand die Pressepremiere in München in der Flugzeughalle des Deutschen Museums statt, in Wien gab das Naturhistorische Museum den passenden Rahmen ab und in Spreitenbach bei Zürich erlebten die Schweizer Medien im „Bruno Weber Skulpturenpark“ erstmals die „Abenteuerberge“.



Zwischen Hexen-Vergnügen und Drachen-Abenteuern

