
> PRESSEMITTEILUNG

Köln, 13. September 2012 / Abdruck honorarfrei / Belegexemplar erbeten

Bewegung im Tourismusmarkt! mirador und Aclewe sichern sich im Pitch den Kunden „Tourismus Flandern-Brüssel“

Die Kölner Werbeagenturen mirador und Aclewe setzten sich im Pitch von Tourismus Flandern-Brüssel gegen elf Wettbewerber durch. Im Rahmen der Ausschreibung gründeten die beiden Agenturen die Arbeitsgemeinschaft „map“ und sicherten sich schließlich den 4 Mio. € Etat für die gesamten Kommunikationsaktivitäten von Flandern-Brüssel bis 2015.

map bietet der Tourismusindustrie maßgeschneiderte Marken- und Kommunikationslösungen. Dabei bringen mirador ihr digitales Kommunikations-Know-how und Aclewe ihre Kompetenz im Hinblick auf Strategie und Markenkommunikation ein.

„Wir haben uns für map entschieden, da sie die DNA Flanderns der außergewöhnlichen Handwerkskunst in einem Kommunikationskonzept überzeugend umgesetzt haben“, erläutert Lothar Peters, Direktor Tourismus Flandern-Brüssel in Deutschland. *„Neben der klassischen Kommunikation gehen wir mit dem Konzept neue Wege, indem wir unsere Zielgruppen durch emotionale Storys aktivieren, die über interaktive Kanäle vermittelt werden“,* so Peters weiter.

Im September 2012 geht es los mit einer ersten, vorgelagerten Online- und Social Media-Kampagne und der neuen Website. Sukzessive werden 2013 weitere Maßnahmen der langfristigen Kommunikationsstrategie umgesetzt. Aus diesem Grund *„bieten Kampagne und Website in 2012 nur ein Vorgeschmack“,* so Andreas Arnold von mirador.

„Die Vielfalt Flanderns wird auf neue Art und Weise in Szene gesetzt. Unsere Maßnahmen werden auf die Marke einzahlen und unsere Positionierungs-idee FLANDERN. ALLES. AUSSERGEWÖHNLICH. aufbauen“, sagt Sven Adam von Aclewe.

Anlass für die Bildung von map war die Herausforderung, für die immer disziplinübergreifender werdenden Ansprüche von komplexen Branchen wie der Tourismusindustrie maßgeschneiderte Markenentwicklung und Werbekommunikation anzubieten und eine für die Kunden effiziente Rundumversorgung zu gewährleisten.

Kontakt:

Für eine persönliche Auskunft oder weitere Informationen kontaktieren Sie bitte Sven Adam, Tel. 0221 913936-32, E-Mail: adam@mapagentur.com
Andreas Arnold, Tel. 0221 998946-61, E-Mail: arnold@mapagentur.com

Anlagen:

- Informationen über map / Factsheet zum Etat Tourismus Flandern-Brüssel
- Logo map und Portraitfotos map Sven Adam, Andreas Arnold

Informationen über map

Die map Tourismus Marketing ist eine Arbeitsgemeinschaft der zwei Kölner Agenturen mirador und Aclewe. Für spezielle Geo-Marketing-Maßnahmen steht map die Expertise der planus media GmbH zur Verfügung.

mirador - agentur für kommunikation: Gegründet 2009 als Agentur für ganzheitliche Kommunikation. Das Team von 12 festen und freien Mitarbeitern weist neben klassischer Markenkommunikation insbesondere Expertise im Design und Umsetzung von digitalen Lösungen wie Web- und Mobileanwendungen, Social Media und Webanalytics auf.

Aclewe Werbeagentur GmbH: Die Fullservice-Agentur mit den Schwerpunkten Strategie, Markenkommunikation und Design setzt disziplinübergreifend auf Marke und Idee als wichtigsten Hebel für kraftvolle Kommunikation. Seit 2007 beständig wachsend mit einem Team von 12 festen Mitarbeitern und einem internationalem Netzwerk an freien Kommunikations-Profis.

map Tourismus Marketing
Sven Adam
Marzellenstraße 43b
50668 Köln
Germany

T +49 (0)221 913936 32
F +49 (0)221 913936 99
adam@mapagentur.com
www.mapagentur.com

Factsheet zum Etat Tourismus Flandern-Brüssel

Kunde: Ausschreibende Behörde Toerisme Vlaanderen, Hauptgeschäftsstelle, Grasmarkt 61, 1000 Brüssel (Belgien). Vertreten in Deutschland durch Tourismus Flandern-Brüssel, Cäcilienstrasse 46, 50667 Köln

Auftrag/Aufgabe: Realisation einer integrierten Werbekampagne in Deutschland zur Vermarktung Flanderns als touristische Destinationen für Städetrips und Kurzurlaube (Städte: u.a. Brüssel, Antwerpen, Brügge; Regionen u.a. Limburg und die belgische Küste)

Zielgruppe: Die Kampagne wendet sich vorwiegend an Touristen, in geringerem Maße auch an die Reisebranche. Der Auftrag umfasst somit primär B2C- und C2C-Aktionen, aber auch B2B-Aktionen

Etat/Zeitraum: 4 Mio. Euro / Kampagnenlaufzeit von 2012 bis 2015

Kommunikationsmix: Neue Medien (SMM, Display, Video, Website, SEA, Mobile), Out of Home, Kino, Radio, Direkt Marketing, Literatur/Broschüren

Markenstrategie: Markenstory: Das bahnbrechende fachliche Können der Flamen; Markenkern: Höchste Handwerkskunst genießen

Idee Positionierung/Claim: FLANDERN. ALLES. **AUSSERGEWÖHNLICH.**