

Pressemitteilung

Oberhausen, 15. Mai 2014

Juist-Katalog räumt Gold, Silber und Bronze ab
Der jährlich erscheinende Haupt-Katalog, das zentrale Marketingmedium der Nordseeinsel Juist, ist gleich mehrfach ausgezeichnet worden: Gold bei den Communicator Awards in New York, Silber beim WorldMediaFestival in Hamburg und Bronze beim Tourismus-Award „Das goldene Stadttor“ in Berlin. Realisiert wird der Katalog von der Agentur move:elevator.

Internationales Terrain

Mit diesen Auszeichnungen konnte sich der Juist-Katalog auf internationalem Terrain behaupten; alle drei Awards verzeichnen stets Einreichungen aus allen Ecken der Erde. Die New Yorker Academy of Interactive and Visual Arts sichtet für die Communicator Awards jährlich tausende Medienkonzepte. Das WorldMediaFestival in Hamburg hat sich seit vielen Jahren als globales Branchentreffen etabliert und auch der Tourismus-Award „Das goldene Stadttor“ lockt jährlich Medienschaffende aus aller Welt nach Berlin, um auf der Internationalen Tourismus Börse (ITB) ihre Preise entgegen zu nehmen.

Neues Konzept überzeugt

Umso größer ist die Freude, im weltweiten Wettbewerb überzeugt und gleich drei internationale Fachjurys begeistert zu haben: Die Kunstakademie New York vergab Gold in der Kategorie „Brochure Catalog“, auf dem WorldMediaFestival räumte der Katalog in der Kategorie „Corporate Print: Brochures, Calendars, Catalogues“ Silber ab und die Jury des goldenen Stadtores vergab Bronze in der Kategorie „Print“. „Eine tolle Würdigung unserer Arbeit“, sagt Hans Piechatzek, Geschäftsführer der Full-Service-Werbeagentur move:elevator. „Damit zeigt sich, dass wir mit dem neuen Konzept auf dem richtigen Weg sind.“

Raum für Authentizität

Denn klassische Reisekataloge stellen mit einer Vielzahl von Texten und Fotos Aspekte von Destinationen vor. move:elevator aber hat sich von der reinen Darstellung losgemacht und für Juist die Idee des Storytelling umgesetzt. Echte Juist-Urlauber spielen die Hauptrolle der „Geschichte“ und erzählen Seite für Seite, was sie persönlich auf

Juist am schönsten finden. Auch gestalterisch hebt sich der Katalog von der klassischen Darstellung ab. Sein Imageteil besteht ausschließlich aus großflächigen doppelseitigen Fotos, die die Insel und ihre Gäste zeigen und damit ihre zentrale Bedeutung visuell unterstreichen.

Außergewöhnliche Momente

Gleichzeitig wird subtil das einzigartige Juist-Gefühl transportiert: die wunderschöne Nordseeinsel. Schneeweiße Strände, Robbenbänke, das Weltkulturerbe Wattenmeer direkt vor der Tür und all dies auch noch autofrei. „Um Juist zu vermarkten, braucht es eben keine Inszenierung, sondern ein sensibles Auge, das die Insel in ihren außergewöhnlichen Momenten auffängt“, sagt Hans Piechatzek. „Wirklich schön, dass die Fachwelt dies genauso sieht.“

Über move:elevator

Die Full-Service-Werbeagentur move:elevator bietet ihren Kunden das gesamte Leistungsspektrum der integrierten Kommunikation. Zum Portfolio der Agentur mit den Standorten Oberhausen und Dresden zählen Print- und Onlinekommunikation, Direktmarketing, PR und Bewegtbildkommunikation sowie Dienstleistungen im Bereich Events, Promotion, Merchandising und POS-Logistik. move:elevator beschäftigt mehr als 160 Mitarbeiter und generierte im Jahr 2013 einen Umsatz von mehr als 17 Millionen Euro.

www.move-elevator.de und www.brandnew-entertainment.de

Pressekontakt

move:elevator

Sonja Kustersitz

Pressereferentin

Telefon: 0208 377 11 247

sok@move-elevator.de