

Pressemitteilung

Oberhausen, 28. Januar 2016

Einsteigen, aussteigen: Hallo Sylt! move:elevator realisiert Kampagne für die Nordseeperle

Sylt ist nur eine Stunde entfernt. Wer dies noch nicht wusste, der weiß es jetzt. Denn die neue Kampagne rund um die Nordseeinsel hat ihren Fokus auf genau diesem Alleinstellungsmerkmal. move:elevator hat die Kampagne realisiert.

Nur einen Katzensprung entfernt

Die 360-Grad-Kampagne hat eine klare Botschaft: Die Urlaubsdestination Sylt ist nur einen Katzensprung entfernt. Von Düsseldorf aus ist sie in einer Stunde, von Nürnberg aus in 90 Minuten erreichbar. Per Direktflug, ohne lästiges Umsteigen. Sylt geht hier mit einem Marketingpotenzial ins Rennen, das es von der direkten Konkurrenz abhebt. Denn die meisten Nordseeinseln können ihren Gästen keinen Linienflug anbieten. Und dieser bedeutet komfortable Anreise, entspannte Abreise, Erholung auf ganzer Linie.

Zwei Zielgruppen, eine gemeinsame Botschaft

Diesen Komfort setzt move:elevator gezielt in Szene und spricht dabei zwei konkrete Zielgruppen an. Der Kampagnenslogan „Von Turm zu Turm in einer Stunde“ zielt auf die direkte Verbindung des Düsseldorfer Fernsehturms mit dem Sylter Leuchtturm ab. Das Motiv zeigt beide Türme, die lediglich von ein klein wenig Meer getrennt werden. Der zweite Slogan „Von Burg zu Burg in 90 Minuten“ spielt mit der Nähe zwischen der Nürnberger Kaiserburg und einer Sandburg auf Sylt. Zwei Flughäfen, zwei Zielregionen, eine gemeinsame Botschaft: Sylt ist näher als Sie denken!

Erfolgreiche Zusammenarbeit

Die Crossmedia-Kampagne wird on- wie offline in den Zielregionen rund um Düsseldorf und Nürnberg gespielt. Via Website und Social Media, Radio und Mailings, Out-of-Home- und Verkehrsmittelwerbung werden die potenziellen Neukunden zu einem Inseltrip eingeladen. Promotionaktionen an den Flughäfen und in den Citys ebnet zusätzlich den Weg auf die Insel, indem im Rahmen von Gewinnspielen Flüge auf die Insel verlost werden. Die Kampagne ist bereits die zweite erfolgreiche Arbeit für die Insel Sylt. Im

vergangenen Jahr hat move:elevator mit der „Abwechslungsreich“-Kampagne der Neukundenakquise einen deutlichen Schub gegeben.

Mit den Augen der Zielgruppe

„Umso mehr freut es uns, dass wir die Insel für unser Kampagnenkonzept begeistern konnten und nun gemeinsam an den Erfolg des letzten Jahres anknüpfen“, sagt move:elevator-Chef Hans Piechatzek. Steffen Jahrmarkt, Leiter Marketing und Vertrieb beim Insel Sylt Tourismus-Service (ISTS): „Als Ruhrgebietsagentur bringt move:elevator den Blick mit, den die Kampagne braucht: den Blick aus der Ferne zur Insel und damit genau die Perspektive unserer Zielgruppe. Nur aus dieser Perspektive lässt sich eine glaubwürdige Kampagne entwickeln, die zeigt, dass die Insel näher ist, als man glaubt. Diese Botschaft hat move:elevator erneut überzeugend in die Welt hinausgetragen.“ „Und was diese Kampagne zusätzlich auszeichnet“, sagt Moritz Luft, Geschäftsführer der Sylt Marketing GmbH (SMG), „ist die Tatsache, dass sich hier alle Inselgemeinden beteiligt haben. Ein echtes Sylter Gemeinschaftswerk, das macht dieses Projekt wirklich zu etwas Besonderem.“

Kampagnen-Website: www.sylt.de/reisen

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 digitale Kommunikation, Direktmarketing, PR und Bewegtbildkommunikation sowie Dienstleistungen im Bereich Events, Promotion, Merchandising und POS-Logistik. move:elevator beschäftigt mehr als 200 Mitarbeiter und generierte im Jahr 2014 einen Umsatz von mehr als 23 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