

## M E D I E N I N F O R M A T I O N

### Presseinformation (3/2014)

#### PRESSEMITTEILUNG

### „And the winner is ...!“

**Auf der ITB verlieh die CTC zum zweiten Mal den „Canadian-Signature-Experiences“-Award für die kreativsten Marketing-Konzepte der Reiseveranstalter**

Mettmann, 18.03.2014 – *Es beginnt, ein Klassiker zu werden. Bereits zum zweiten Mal hat die Canadian Tourism Commission (CTC) während der ITB den „Canadian-Signature-Experiences (CSE)“-Award an die pfiffigsten Reiseveranstalter verliehen, die auf die Wettbewerbsfrage: „Wie würden Sie ihre liebste kanadische Signature-Experience bewerben?“ die überzeugendsten Konzepte eingereicht hatten. Die Gewinner des „CSE“-Awards 2014 sind: Dertour, Canusa, Amerika Unlimited und CRD-International!*

#### Der Wettbewerb

Alle Reiseveranstalter, die Kanada verkaufen und bestimmte Kriterien erfüllen, wurden von der CTC eingeladen, drei unterschiedliche „Canadian-Signature-Experiences“ auszuwählen und eine innovative Kampagnen-Idee zu entwickeln, die Kanada und die „CSE“ multimedial bekannt macht.

Kreativität war der Schlüssel zum Erfolg. Das Maximal-Budget lag bei 20.000 Dollar pro Kampagne. Zielgruppen mussten benannt („Free Spirits“ oder „Cultural Explorers“), potenzielle Kooperationspartner gefunden und Vermarktungs-Konzepte erstellt werden. Eine unabhängige Jury, bestehend aus Vertretern namhafter Airlines, einer Media-Agentur sowie einem Fachjournalisten, wählten aus insgesamt zwölf eingereichten Konzepten die vier besten aus.

Während der ITB-Canada-Night, am 6. März 2014 überreichte die Canadian Tourism Commission in der Kanadischen Botschaft in Anwesenheit von über 100 Journalisten, 100 Kanadiern und 100 Reiseveranstaltern den mit einem hochwertigen Inukshuk dotierten „Canadian-Signature-Experiences“-Award 2014 an die Gewinner.

#### Die Gewinner-Konzepte

Die Gewinner des „Canadian-Signature-Experiences“-Awards lagen alle dicht beieinander. So dicht, dass gleich zweimal der „CSE“-Award in Bronze verliehen wurde: an CRD International und Amerika Unlimited. Den Award in Silber erhielt der Reiseveranstalter Canusa. Gold ging in diesem Jahr an das Konzept von Dertour.

#### Gold für Dertour

Das Konzept: Gemeinsam mit dem Radio-Sender hr3 kreiert Dertour ein Zuhörer-Gewinnspiel, über das die „Canadian-Signature-Experiences“ durch Teaser, Trailer und kurze Spots bekannt gemacht werden. 10 Zuhörer können eine Reise nach Kanada gewinnen. Der Sender hr3 installiert zudem auf der sendereigenen Website eine eigene Landing-Page, die ausführlich und anschaulich über die kanadischen Signature-Experiences informiert.

#### Silber für Canusa Touristik

Das Konzept: Der Reiseveranstalter entwirft eine interaktive Landkarte fürs Web, auf der drei ausgesuchte „Canadian-Signature-Experiences“ vorgestellt werden. Der Web-Besucher wählt seine favorisierte Signature-Experience – und kann eine Reise dorthin gewinnen. Seine Aufgabe: In einem möglichst außergewöhnlichen 90-sekündigen Video-Clip soll er für seine Lieblings-„CSE“ werben. Die besten Clips werden auf YouTube präsentiert. Die Produzenten der drei Clips mit den meisten Aufrufen gewinnen die Reise. Ihre individuelle „CSE“-Abenteuer halten sie mit einer GoPro-Kamera fest und posten sie in einem Online-Vlog auf der Website von Canusa.

### **Bronze für America Unlimited**

Das Konzept: Auf der Website des Veranstalters findet sich eine extra Landing-Page, auf der die „Canadian-Signature-Experiences“ präsentiert und individuelle Reise-Pakete vorgestellt werden. Die Web-Besucher werden dazu aufgefordert, Fotos von sich zu machen, die in Zusammenhang mit den „Canadian-Signature-Experiences“ stehen. Aus allen eingesendeten Fotos wird eine Collage erstellt, die einen „Kanada-Explorer-Van“ branden wird. Über die Website des Reiseveranstalters wird der gebrandete „Kanada-Explorer-Van“, nachdem er auf einer Promotion-Tour durch die größten Städte Deutschlands getourt ist, verlost.

### **Bronze für CRD-International**

Das Konzept: Drei Blogger reisen nach Kanada, bestehen drei „Canadian-Signature-Experiences“ und schreiben darüber. Täglich, in ihrem Online-Blog. Außerdem drehen sie Videos, machen Fotos und posten ihre Beiträge in zahlreichen Social-Media-Kanälen wie Facebook und Pinterest. Auch in klassischen Print-Medien berichten die Reise-Blogger breitgestreut über ihr Kanada-Abenteuer.

## **Die Realisation der Gewinner-Konzepte 2014**

Alle vier Gewinner-Konzepte werden von den Reiseveranstaltern in enger Zusammenarbeit mit der Canadian Tourism Commission (CTC) im Laufe des Jahres umgesetzt. Die CTC beteiligt sich an den Kosten. Auch unterstützt die CTC die Gewinner als Multiplikator, indem sie über die einschlägigen Fachkanäle die Kampagnen bewirbt.

Dank des Innovationspotenzials, der Kreativität und Qualität der eingereichten Wettbewerbsbeiträge sowie der große medialen Resonanz beabsichtigt die CTC im nächsten Jahr nicht nur eine Fortsetzung, sondern eine Internationalisierung des „Canadian-Signature-Experiences“-Awards!

### **Über die „Canadian-Signature-Experiences“**

*Die meisten Reisenden suchen nach außergewöhnlichen Erfahrungen und unvergesslichen Erlebnissen abseits ausgetretener Pfade. Die „Canadian-Signature-Experiences-Collection“ kommt genau diesem Bedürfnis entgegen. Die „CSE“-Collection der Canadian Tourism Commission versammelt einzigartige, von Locals kreierte und maßgeschneidert Reise-Highlights, die herausfordern, überraschen und begeistern – vom Adrenalinrausch in den Wolken Kanadas, wenn der Aufzug mit dem gläsernen Boden 131 Stockwerke hoch auf den CN-Tower rast, bis hin zur beschaulichen Bären-Beobachtung in der freien Natur oder einem Lady-Surf-Kurs in den Wellen Tofinos. Neben unvergesslichen Signature-Erlebnissen bietet die „CSE“-Collection immer wieder neue Story-Ideen für Journalisten.*

Weitere Infos zu den „Canadian-Signature-Experiences“ finden Sie [hier](#)! Oder unter:

<http://de-keepexploring.canada.travel/travel-info/what-canadian-signature-experiences-collection>

### **Über die Canadian Tourism Commission (CTC)**

*Die CTC ist das offizielle kanadische Marketing-Unternehmen für den Tourismus. Wir möchten die Welt dazu inspirieren, Kanada zu entdecken. Gemeinsam mit unseren Partnern in der Tourismusbranche und den Regierungen der Territorien und Provinzen von Kanada bewerben und vermarkten wir Kanada in elf Ländern weltweit, führen Marktforschungen durch und fördern die Entwicklung der Branche und ihrer Produkte.*

*Regelmäßige Neuigkeiten zu unseren Initiativen erhalten Sie mit einem Abonnement unserer ‚CTC-News‘, erhältlich als RSS-Feed oder E-Mail. Besuchen Sie uns auf Facebook, verfolgen Sie das Neueste von uns auf Twitter oder abonnieren Sie unseren YouTube-Kanal.*

Weitere Informationen warten auf Sie unter: <http://www.canada.travel/corporate>

**Pressekontakt:**

**Canadian Tourism Commission**

*proudly [re]presented by*

**TravelMarketing Romberg TMR GmbH**

**BARBARA ACKERMANN**

DIRECTOR PR & MEDIA

Schwarzbachstrasse 32, D-40822 Mettmann near Düsseldorf, Germany

Phone: +49 (0) 2104 - 9524112, Fax: +49 (0) 2104 - 91 26 73

[b.ackermann@travelmarketing.de](mailto:b.ackermann@travelmarketing.de), [www.kanada-presse.de](http://www.kanada-presse.de)

**Find us on Facebook:** [www.facebook.com/entdeckekanada](http://www.facebook.com/entdeckekanada)

**Follow us on Twitter:** [www.twitter.com/entdeckekanada](http://www.twitter.com/entdeckekanada)

**Canada Videos on Youtube:** [www.youtube.com/entdeckeKanada](http://www.youtube.com/entdeckeKanada)