

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

Presseinformation (08/2011)

### Canadian Tourism Commission startet die „Signature Experiences Collection“

***Kanadische Unternehmen und ihre einzigartigen Reiseangebote werden zu Botschaftern der Tourismusmarke „Canada -Keep Exploring“***

Mettmann, 18. Juli 2011 - Die [Canadian Tourism Commission](#) (CTC) hat die [Signature Experiences Collection](#) gestartet: Eine innovative Marketingstrategie, um das Luxus-Segment durch einzigartige Reiseerfahrungen zu erweitern und die Wünsche besser verdienender Gäste nach dem Besonderen und Exotischen zu erfüllen.

Zur Eröffnung des Programms besteht die *Signature Experiences Collection* von Küste zu Küste aus 48 kanadischen Tourismusunternehmen. Laut Marktforschung der CTC bieten diese Unternehmen authentische Erlebnisse an, die den Erwartungen von hochgradig anspruchsvollen Reisenden an ihren Urlaubsort gerecht werden. Die CTC wird die wachsende Signature Experiences-Sammlung mit ihren hochwertigen Tourismusangeboten für Werbekampagnen nutzen und im kommenden Jahr auch über ausgesuchte Veranstalter und Canada Specialist-Reisebüros bewerben. Internationale Reisende können außergewöhnliche Abenteuer aussuchen, buchen und auf eine Art und Weise erleben, an die sie sich ein Leben lang erinnern werden.

„Unser Ziel ist es, die Reiseangebote der Signature Experiences-Mitglieder in all unsere Marketing-Initiativen für Soziale, Print-, Online- und Funkmedien, zu integrieren. Bis zum Ende des Jahres 2011 möchten wir die Sammlung auf 100 Anbieter erweitert haben. Wir werden ständig neue Erlebnisse hinzufügen, damit internationale Gäste die Signature Collection immer frisch und spannend erleben“, erklärt Michele McKenzie, CTC Präsidentin & Chief Executive Officer.

Damit beginnt eine neue Phase der globalen CTC-Strategie, Kanada auf dem wettbewerbsintensiven Tourismusmarkt zu positionieren: Die teilnehmenden Unternehmen der Signature Experience-Sammlung werden als überzeugende Botschafter der Tourismusmarke „Canada. Keep Exploring“ in den [elf Schlüsselmärkten](#) der CTC agieren. Die Kampagne läuft zunächst in Großbritannien, Frankreich, Deutschland und Australien an.

#### Hintergrundinformationen:

- Die [Gründungsmitglieder](#) der *Signature Experiences Collection*.
- Interviews mit *Collection* Mitgliedern in [Innovating to Compete](#).
- Lesen Sie das [Tourism Industry Factsheet](#) um mehr über den kanadischen Reisemarkt zu erfahren.

**Hinweis für Redakteure: Begleitmaterial zu dieser Meldung erhalten Sie hier:**

#### Video:

[Innovating to Compete](#)

#### Bildmaterial:

1. [ICE HOTEL, Québec City, Quebec](#) „Kanada als ein Reiseland voller einzigartiger Erlebnisse zu positionieren, ist eine gewinnbringende Strategie. Als Mitglied dieser Sammlung, die

*außergewöhnliche Erfahrungen bewirbt, können wir internationale Märkte besser erreichen.“ - Jacques Desbois, Chief Executive Officer*

2. [FRONTIERS NORTH ADVENTURES, Churchill, Manitoba](#) „Wir glauben, dass unsere Gäste die Reisen und Abenteuer, die sie bei uns genossen haben, auch persönlich bereichernd finden. Und es sind diese Gefühle, die die Menschen zu uns nach Kanada zurückbringen.“ - John Gunter, General Manager
3. [EDIBLE BRITISH COLUMBIA, Vancouver, British Columbia](#) „Die Signature Experiences Collection bietet der kanadischen Tourismusbranche eine vereinte Stimme, die uns erlaubt das Markenimage von Kanada nachhaltig zu stärken.“ - Eric Pateman, President
4. [SHEDIAC BAY LOBSTER CRUISES, New Brunswick](#) „Eine steigende Flut treibt alle Boote nach oben! Teil der Collection zu sein, ist gut für kleine Reiseunternehmen wie meines, die von der globalen Vermarktung, Verkäufen und Medienpräsenz profitieren können.“ - Ron Cormier, Besitzer
5. [CN TOWER, Toronto, Ontario](#) „Die Signature Experiences werden der Tourismuswelt die Augen öffnen und zeigen, was für eine umfassende Sammlung an authentischen Reiseerlebnissen Kanada zu bieten hat. Wir sind begeistert, dass der CN Tower, ein prägender Teil der Skyline von Toronto und ein einzigartiges Erlebnis für Besucher, darunter ist.“ - Jack Robinson, Chief Operating Officer

## Über die Canadian Tourism Commission

Die [CTC](#) ist das offizielle kanadische Marketingunternehmen für 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 Abo der [CTC News](#), erhältlich als RSS-Feed oder E-Mail. Sie können uns auf [Facebook](#) besuchen, auf [Twitter](#) verfolgen oder unseren [YouTube](#) Kanal abonnieren. Weitere Informationen finden Sie auf: [www.canada.travel/corporate](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)