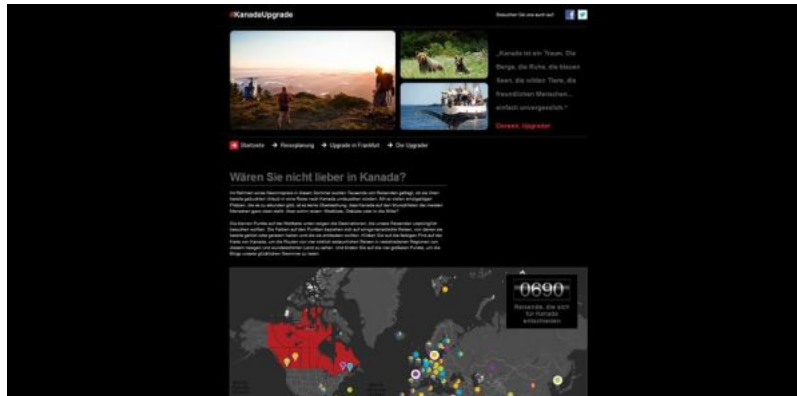


Und die Gewinner sind...

08.03.2013, 08:11 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: *Canadian Tourism Commission*
Presseagentur: *TravelMarketing Romberg TMR GmbH*



CTC-Kampagne "Update to Kanada"

“Upgrade to Kanada“-Kampagne der Canadian Tourism Commission gewinnt Gold bei der Expedia EMEA Partner Award-Verleihung

Mettmann, 07. März 2013 - Die Expedia® Media Solutions Version des Oscars, der EMEA Partner Award, ging heute auf der ITB in Berlin an die “Upgrade to Kanada“- Kampagne der Canadian Tourism Commission. Die einzigartige Kampagne bot Anfang Oktober acht glücklichen und komplett ahnungslosen Reisenden ganz spontan die Möglichkeit an einer Reise teilzunehmen, mit der sie niemals gerechnet hätten.

In der Abflughalle am Frankfurter Flughafen empfing das “Kanada Desk” der Canadian Tourism Commission Flugreisende kurz vor ihrem Abflug und fragte, ob sie ihre Urlaubspläne umdisponieren und stattdessen nach Kanada fliegen wollten. In Zusammenarbeit mit der Reisefirma Expedia bot die “Upgrade to Kanada“-Kampagne die einmalige Option, an Ort und Stelle spontan die bisherigen Urlaubspläne gegen eine Reise nach Kanada einzutauschen bzw. zu „upzugraden“.

Besonders hervorzuheben bei der Upgrade Kanada Kampagne war die Einbindung in soziale Netzwerke wie auch die interaktiven Möglichkeiten, die Reise zu dokumentieren. Die glücklichen Gewinner bekamen ein Smartphone in die Hand gedrückt, mit Hilfe dessen sie ihre Reiseerlebnisse mit Fotos und Videos auf Facebook und Twitter präsentieren konnten. Zusätzlich zu einem Kampagnen-Blog wurden die Gewinner einen Tag lang von einem Kamera-Team begleitet. Zusammengenommen ein völlig neuer Weg, um die Neugier auf Kanada zu wecken.

Wie Paul Hawes, Marketing Manager Core Markets erklärt, konnten “nicht nur die Reisenden, sondern auch diejenigen, die ihrer Reise in den sozialen Netzwerken folgen, sehen, was für packende Reiseoptionen Kanada zu bieten hat.” Laut der Jury vermitteln Erzählungen, Bilder und Videos aus erster Hand viel mehr die Magie eines Landes als ein 30-Sekunden Spot im Fernsehen. Paul Hawes: “Die ‘Upgrade Kanada’-Kampagne ging einen entscheidenden Schritt weiter: Sowohl Reisende, die dorthin aufbrachen, als auch die Nutzer, die die Kampagne verfolgten, wünschten sich dort zu sein. Diese innovative Kampagne richtete einen frischen Blick auf Kanada.”

Informationen für die Redaktion:

Expedia EMEA Partner Award Expedia® Media Solutions ist die Mediendivision der Expedia Inc. Jedes Jahr verleiht die Division den EMEA Partner- Award als Anerkennung für besondere Werbe- und Öffentlichkeitskampagnen. Die

gewinnenden Kampagnen bestechen durch originelle Ideen und wegweisende Ansätze, sowie mit exzellenten Ergebnissen bei der Werbewirksamkeit. Dabei geht Expedia® Media Solutions enge Kooperationen mit Partnern ein, um einen optimalen Rücklauf der Investition wie auch möglichst breite Medienberichterstattung zu erreichen. Der EMEA Partner Award wird von der Jury nach den Kriterien Innovation und Kampagnenerfolg vergeben und funktioniert ebenfalls als Maßstab für die Markendynamik innerhalb der Reiseindustrie.

Portrait

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.

News-ID: 703864 • Views: 1048 (Stand: 07.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/703864/Und-die-Gewinner-sind.html>