

PRESSEINFORMATION

Paznaun-Ischgl startet mit emotionaler Kampagne in den Sommer 2021

Der Tourismusverband Paznaun – Ischgl legt bereits seit Anfang März und somit so früh wie noch nie, den Fokus in der Kommunikation auf den Sommer. Diese Woche startete online die großflächige Ausrollung der neuen Sommer-Kampagne.

Mit der diesjährigen – bisher wohl emotionalsten – Sommerkampagne macht der Tourismusverband Paznaun – Ischgl seinen Gästen auf der ganzen Welt Lust auf einen Urlaub in der Destination. Die Kreatividee beinhaltet eine umfangreiche Kampagne die auf einer sehr emotionalen Ebene das Paznaun mit seinen vier Orten Ischgl, Galtür, Kappl und See sowie deren wunderschöne Landschaft darstellt. Verschiedene Slogans unter der Hauptkommunikationslinie „Am Paznaun liebe ich...“, „An Ischgl liebe ich...“, „An Galtür liebe ich...“ usw. rufen prägende Momente und unvergessliche Erfahrungen hervor! Die Slogans fokussieren dabei auf die drei Schwerpunkte: *Aktiv*, *Familie*, sowie *Genuss & Natur*. Die Slogans werden von emotionalen Bildern und Videos flankiert und entführen die Zielgruppen in die vielfältigen Aktivitäten, die Geschichten und die wunderschönen Landschaften im Paznaun.

Flexible Online-Kampagnen mit Fokus Mitteleuropa

„Durch den Einsatz effektiver Online-Werbeträger ist es möglich sehr flexibel in der Kampagnenauspielung zu agieren und laufend auf die neuesten Entwicklungen zu reagieren. So wird die Kampagne sensibel, aber auch kosteneffizient ausgespielt“, erklärt Andreas Steibl, Geschäftsführer des Tourismusverband Paznaun – Ischgl, die heurigen Kampagnenplanungen. Zudem werden Kommunikationskanäle und -formen mit starkem Impact eingesetzt, um die potenziellen Gäste gezielt zu erreichen: Google Ads, Social Ad’s Special Interest Onlineplattformen und Printmagazine, Premium Publisher, Native Ad’s. Radiowerbung u.v.m. Dabei liegt der Fokus auf den Märkten Österreich, Deutschland, Schweiz sowie auf den Niederlanden und Belgien. Die Zielgruppen wurden auf Basis der unterschiedlichen Typologien (Erholungssuchende Familien, Verbundene Natur-Energiebündeln sowie Luxusorientierte Reisefans) definiert. Weiters ist die Kommunikationslinie um die Post-Covid Bedürfnisse (Natur, Erholung, Entschleunigung und Sicherheits- und Gesundheitsmaßnahmen) ergänzt.

Zielgruppenorientierte Landingpages

Diese stellen sowohl die Gesamtdestination Paznaun, aber auch die einzelnen Ortsmarken dar, immer mit Fokus auf die Schwerpunkte: **AKTIV, FAMILIE & GENUSS**

<https://www.paznaun-ischgl.com/lp/de/aktiv>

<https://www.paznaun-ischgl.com/lp/de/familie>

<https://www.paznaun-ischgl.com/lp/de/genuss>

Ischgl: <https://www.ischgl.com/lp/de/aktivurlaub>

Galtür: <https://www.galtuer.com/lp/de/aktivurlaub>

Kappl: <https://www.kappl.com/lp/de/familienurlaub>

See: <https://www.see.at/lp/de/familienurlaub>

(2.766 Zeichen mit Leerzeichen)

Mai 2021

Hier zum direkten Bilder-Download: [Paznaun Sommerkampagne 2021](#)

Bildunterschriften:

Paznaun_Sommerkampagne_2021_2: Banner: Am Paznaun liebe ich... Den Beginn eines Abenteuers © TVB Paznaun – Ischgl

Paznaun_Sommerkampagne_2021_3: Banner: An Ischgl liebe ich... Durchs Leben zu tanzen © TVB Paznaun – Ischgl

Paznaun_Sommerkampagne_2021_4: Banner: An Galtür liebe ich... Das Kino unter freiem Himmel © TVB Paznaun – Ischgl

Paznaun_Sommerkampagne_2021_5: Banner: An Kappl liebe ich... Draußen zu spielen © TVB Paznaun – Ischgl

Paznaun_Sommerkampagne_2021_6: Banner: An See liebe ich... Den Sprung ins kühle Nass © TVB Paznaun – Ischgl

Videos:

Link zum Herovideo für die Online-Integration: [hier](#)

Downloadlink für das Video befindet sich [hier](#). © TVB Paznaun – Ischgl