



09.11.2007

## **Migranten-Kampagne mit Deutschem Tourismuspreis ausgezeichnet Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein gewinnt zum zweiten Mal Tourismus-Oskar**

+++ Magdeburg/Lübeck. Die Urlaubskampagne „Im Norden ist die Welt zu Hause“ der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS) ist mit dem Deutschen Tourismuspreis in der Kategorie „Innovatives Tourismusmarketing“ ausgezeichnet worden. Damit gewannen die schleswig-holsteinischen Städte bereits zum zweiten Mal nach 2005 die höchste Auszeichnung im Deutschlandtourismus. Die festliche Preisverleihung fand zum Abschluss des Deutschen Tourismustages 2007 in Magdeburg statt.

„Mit der Migranten-Kampagne stellen wir unsere Gastfreundschaft für Menschen aus aller Herren Länder unter Beweis,“ so der MakS-Vorsitzende Michael Zeinert (Kiel). „Die Urlaubsangebote sprechen vor allem aufgeschlossene, neugierige und reiselustige MigrantInnen an, die Abstand vom Alltag suchen, Ungewöhnliches erleben wollen und für Genuss- und Wohlfühlmomente offen sind.“ Zu entdecken gibt es bei den bundesweit einmaligen Städtetrips für Einwanderer die Geheimnisse, Besonderheiten, das Kuriose und vor allem das Typische rund um Kultur und Lebensart im hohen Norden. Für den besonderen Freundschaftsbonus sorgt stellvertretend für alle Einwanderergruppen die türkische, russische, polnische, italienische und dänische Übersetzung der Urlaubswebsite [www.sh-geheimnis.de](http://www.sh-geheimnis.de). An der Migranten-Kampagne beteiligen sich die Städte Bad Bramstedt, Bad Segeberg, Flensburg, Friedrichstadt, Glückstadt, Husum, Itzehoe, Kiel, Lübeck, Mölln, Neumünster, Norderstedt, Plön und Rendsburg mit phantasievoll geschnürten Urlaubspaketen.

„Migranten sind in Deutschland eine ganz neue Zielgruppe“, so die Geschäftsführerin und stellvertretende Vorsitzende der MakS, Andrea Gastager (Lübeck). „Für uns ist wichtig, diese Menschen, die in Deutschland leben und aus aller Welt zu uns gekommen sind, mit einer sympathischen und herzlichen Einladung für Schleswig-Holstein zu begeistern.“

Die Verleihung des Tourismuspreises war der Höhepunkt des Deutschen Tourismustages, der vom 7. - 9. November unter dem Motto „Alle Macht der Marke! - Von der Kunst, Marken zu kreieren und zu platzieren“ mehr als 300 Experten aus Tourismus und Politik in Magdeburg versammelte. Mit der Trophäe zeichnet der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV) im dritten Jahr herausragende zukunftsweisende, innovative und anspruchsvolle Projekte, die neue Maßstäbe hinsichtlich Kreativität und Originalität setzen, aus.

Der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. wurde 1999 gegründet und sorgte mit ihren Kampagnen bereits in der Vergangenheit bundesweit für Furore. Die familienfreundliche Urlaubskampagne „Nightlife für Kinder“ wurde im Jahr 2005 mit dem Deutschen Tourismuspreis ausgezeichnet, die Kampagne „Lebensträume“ war im Jahr 2006 für den Deutschen Tourismuspreis nominiert. +++



## **Hintergrund:**

### Deutscher Tourismuspreis:

Ziel des Innovationswettbewerbes ist es, ausgefallene Ideen und unkonventionelle Methoden aufzuspüren. Er soll die Branche motivieren, stärker nach neuen Wegen und mutigen Lösungen zu suchen. Berücksichtigt werden konkrete touristische Angebote und neue Kommunikations- oder Vertriebslösungen von einzelnen Personen, Unternehmen, Vereinen, Verbänden oder Kommunen.

Insgesamt 95 Bewerbungen für den Deutschen Tourismuspreis 2007 sind beim Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV) eingegangen. 79 Bewerbungen ließ der DTV zur Teilnahme am dritten Innovationswettbewerb zu, davon 42 Beiträge in der Kategorie „Innovative Tourismusprodukte“ und 37 Beiträge in der Kategorie „Innovatives Tourismusmarketing“. Nominiert für den Deutschen Tourismuspreis 2007 wurden pro Kategorie vier Wettbewerbsteilnehmer. Anhand der Kriterien „Wie neu ist die Idee? Wie gut ist sie umgesetzt? Wie wirtschaftlich ist sie?“ entschied eine Jury aus Fachleuten der Tourismusbranche, Wissenschaft und Fachmedien, welche Teilnehmer ausgezeichnet wurden.

Finanziell gefördert wird der Deutsche Tourismuspreis durch das Sparkassen-Tourismusbarometer der Sparkassenverbände aus Niedersachsen, Ostdeutschland, dem Saarland und Schleswig-Holstein, Medienpartner ist die fwv.

### ***Deutscher Tourismusverband***

Der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV) ist der freiwillige Zusammenschluss von lokal, regional und landesweit agierenden Tourismusorganisationen in Deutschland. Gegründet wurde er 1902 als „Bund Deutscher Verkehrsvereine“. Der DTV hat koordinierende, tourismuspolitische und beratende Funktionen. Als neutrale, unabhängige Plattform für Facharbeit bündelt der DTV Erkenntnisse und Erfahrungen. Er wirkt als Informationspool und bietet bundesweit Beratungs- und Serviceleistungen für Tourismusorganisationen an. Der Dachverband untermauert die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Deutschland mit Zahlen, Daten und Fakten und weist anhand konkreter Problemstellungen auf Hindernisse und Hemmnisse für eine erfolgreiche touristische Entwicklung in der Zukunft hin. Infos unter [www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de).