

TOURISMUSWERBUNG

# Carl Nann setzt Südtirol in Szene

von Mehrdad Amirkhizi

Montag, 19. Oktober 2020



Was macht Südtirol so einzigartig?

Es sind die Menschen, die sich hier begegnen. So wie Herbert und Manuel, zwei Rüstler, die die Südtiroler Musiktradition wahren und in die Welt tragen, und Julia, eine der zahlreichen außergewöhnlichen Musikerinnen und Musiker im Land. Denn was einen Abend mit dieser unverwechselbaren Live-Musik erfüllt und dazu einen der charaktervollsten Südtiroler Weine genießt, der sagt: So etwas gibt es nur hier - in Südtirol.



Printmotiv aus der Kampagne für Südtirol

**Werbung für Reisedestinationen ist in Zeiten stark ansteigender Corona-Infektionszahlen ja so eine Sache. Dennoch startet Südtirol jetzt die nach eigenen Angaben reichweitenstärkste Kampagne seiner Geschichte. Entwickelt hat den Auftritt die Werbeagentur Carl Nann (früher: FCB Hamburg). Die Mediaumsetzung verantwortet Vivalu.**

Grundgedanke des Auftritts ist, Südtirol als Land der Begegnungen zu inszenieren - und zwar nicht nur touristischer. "Südtirol punktet eben nicht nur im Tourismus, sondern ebenso in den Bereichen Agrar, Handwerk und Industrie mit der klaren Vision, eine der nachhaltigsten Regionen Europas zu werden", sagt Erwin Hinteregger, Chef des Südtirol-Vermarkters IDM. Die Kampagne startet zunächst in Deutschland und Italien und wird bald darauf auch in Österreich und in der Schweiz zu sehen sein.

## Südtirol



Der Auftritt umfasst einen TV-Spot, der hierzulande bei ARD und ZDF sowie bei Pro Sieben und Sat 1 laufen wird (Produktion: Cobblestone, Regie: Joachim Zunke). Hinzu kommen Anzeigen in der "Welt am Sonntag" sowie in Magazinen wie "Spiegel", "Stern" und "Focus" (Fotograf: Finn Beales). Darüber hinaus gibt es begleitende Online-Werbung. Bei Carl Nann kümmert sich unter anderem Co-Gründer und Kreativchef Christoph Nann um das Mandat. *mam*