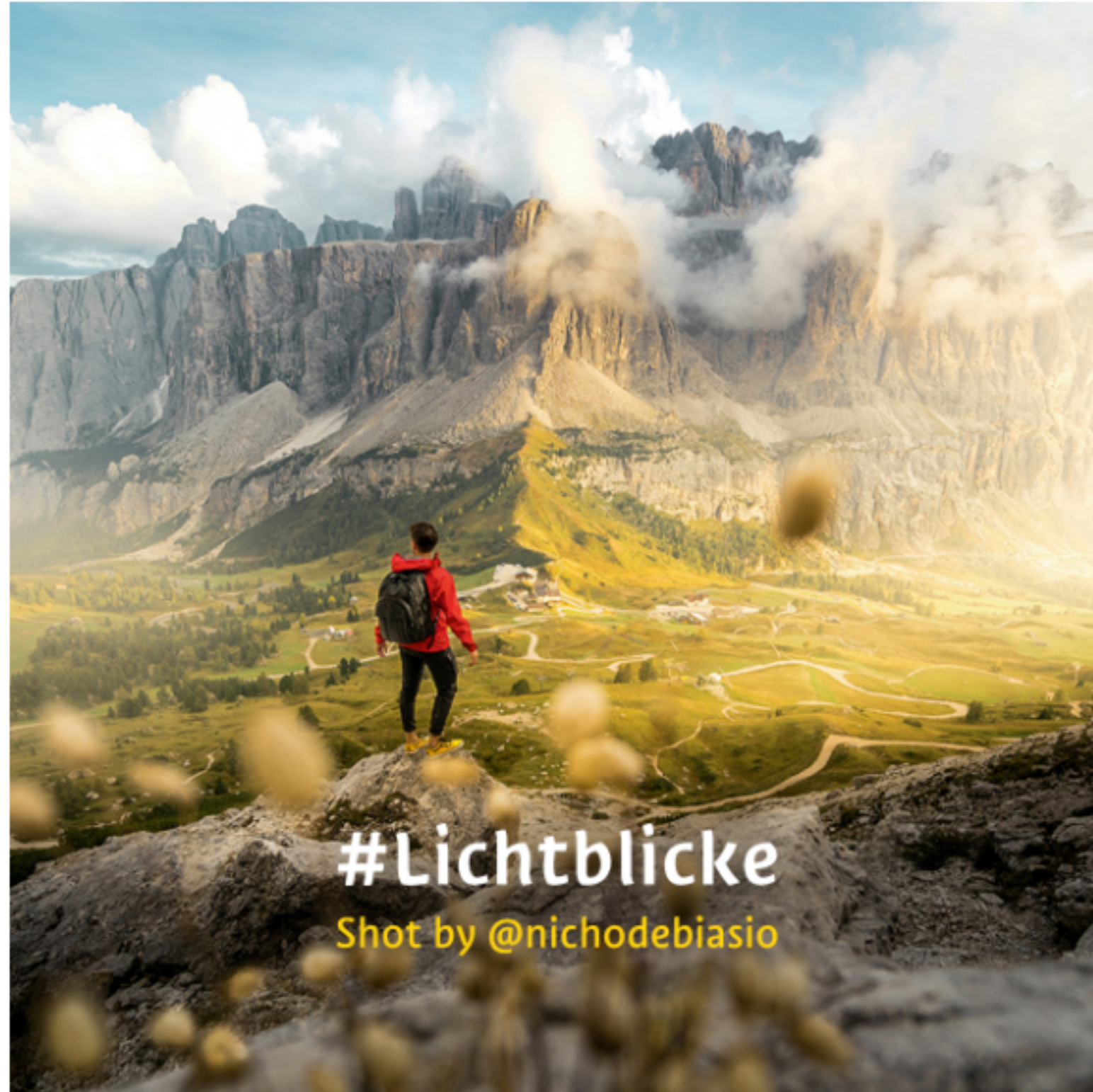


## Südtirol setzt mit neuer Kampagne auf Lichtblicke

Bozen, 12. Mai 2021. Südtirol schickt Lichtblicke in die Welt und macht die italienische Alpenregion einmal mehr zum Sehnsuchtsort. Mit der neuen Kampagne „Lichtblicke“ will die verantwortliche Vermarktungsorganisation IDM Südtirol den Kontakt zu Südtirol-Liebhabern weiter intensivieren, berg- und reiseaffine Menschen begeistern sowie Energie und Optimismus verbreiten.



© nichodebiasio

Mit der breit angelegten Publikuskampagne „Lichtblicke“ startet die Vermarkter-Organisation der Region Südtirol IDM (Innovation Development Marketing) ihre diesjährige Kommunikationsoffensive. Professionelle Content-Creators aus Südtirol haben ihre ganz persönlichen Lichtblicke in Bildern festgehalten. Daraus entstand eine beeindruckende Bilderwelt, die ab heute Online, ab dem 15. Mai in Printtiteln und ab Juni in DOOH (Digital Out of Home/ Digitale Außenwerbung) ausgespielt wird. Mit der Kampagne schafft Südtirol eine breite Aufmerksamkeit für seine Lichtblicke in der Kernzielgruppe, zu der nicht nur ehemalige Gäste und Südtirol-Liebhaber gehören, sondern auch grundsätzlich reise- und bergaffine Menschen.

„Unsere Kampagne #Lichtblicke macht Südtiroler Gastgeber und Influencer zu Botschaftern des Südtiroler Frühlings. Wir gehen damit ausnahmsweise weg von der klassischen Werbesprache hin zu authentischen, user-generierten Bildern und sind überzeugt, dass die Zielgruppen diesen Mut belohnen werden“, so der IDM-Marketingdirektor Wolfgang Töchterle.

Die aktuelle Kampagne läuft in Deutschland, der Schweiz und Österreich sowie in Italien, Belgien und den Niederlanden. Vorab lief in den Sozialen Medien bereits eine Dialogphase, die seit April Südtiroler selbst zu Botschaftern ihrer Heimat machte: Ein ganzes Land schickte positive Botschaften und Bilder hinaus in die Welt. Gastronomen, Hoteliers, touristische Anbieter und Südtiroler Persönlichkeiten teilten in den sozialen Netzwerken unter #Lichtblicke ihre persönlichen Highlights und Glücksmomente, die man selbst gerne wieder so erleben möchte.

Mit diesem Kampagnenelement wollte Südtirol alle Entdecker, Gäste, Freunde und Fans mit spannenden Insidertipps inspirieren und Lust auf die Destination wecken. Die zentrale Botschaft war der Zusammenhalt, ganz nach dem Motto: „Alle zusammen, statt jeder für sich.“ Die Bildsprache der ersten Kampagnenphase legte das Hauptaugenmerk auf Sonne und Licht, die als fester Bestandteil jedes Bildes dienten. Die besonderen Lichtblick-Momente waren und sind authentisch und vermittelten wie die nun anlaufenden Publikuskampagne ein positives Grundgefühl und sorgen für Nähe zur Destination.

Entwickelt und umgesetzt wurden beide Kampagnen von der Kreativagentur CarlNann in Hamburg, die seit Mai 2020 als Leadagentur von IDM Südtirol für den gesamten Auftritt sowohl strategisch als auch kreativ verantwortlich ist. „Das Schöne an der Kampagne ist, dass sie die Menschen verbindet: Die besten Botschafter für die Südtiroler Gastfreundschaft sind die Südtiroler selbst – und sie treten mit den Menschen, die hoffentlich bald wieder kommen können, in den Dialog“, erklärt Christoph Nann, Kreativchef und Co-Owner der Werbeagentur CarlNann. Den klassischen Mediapart verantwortet das Frankfurter Medianetwork phd aus der Omnicom-Gruppe. Für den programmatischen Mediateil ist wiederum die Düsseldorfer und Hamburger Mediaagentur VIVALU zuständig.

Die Werbemittel für die Kampagne stehen als hochauflösendes Video- und Bildmaterial [hier](#) zum kostenlosen Download bereit.

Mit freundlichen Grüßen

Franziska Christl

**CORBERLIN**

suedtirol@cor-berlin.com

T: +49-30-3982068-24

-

COR Berlin Kommunikation GmbH  
Brückenstraße 1  
10179 Berlin

www.cor-berlin.com

-

Geschäftsführung / Managing Director: Kristina Mele  
AG Charlottenburg (Berlin) HRB 154938 B | Sitz/Seat: Berlin, Germany

