



„In fünf Jahren wird es keine Website ohne Individualisierung geben.“

Gregor Wolf, Vice President Business Development beim Dienstleister Smart Digital, in „Horizont“ zur digitalen Personalisierung.

BTW-Kampagne für Award nominiert

Der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) ist mit der Initiative „Auf Zukunft gebucht – die Tourismuswirtschaft“ für den Politik-Award nominiert worden. Er wird vom Fachportal „Politik & Kommunikation“ und dem Netzwerk Quadriga ausgelobt. Die BTW-Kampagne läuft im Umfeld der Bundespolitiker mit dem Ziel, sie für den Tourismus als Wirtschaftsfaktor zu sensibilisieren. In ihrer Kategorie „Gesellschaftliche Kampagne“ tritt die Initiative unter anderem gegen den Nabu, Terre des Hommes, die Konrad-Adenauer-Stiftung und die DAK an.

Lastminute.com will Erinnerungen löschen

Auf Youtube macht derzeit ein Video von Lastminute.com die Runde, das es in sich hat. Dort zeigt die Travel Website eine Laborsituation, in der ein Experiment mit Menschen von der Straße durchgeführt wird. Sie tragen eine Haube mit Elektroden und werden nach ihren **schönsten Reiseerlebnissen** gefragt. Der Clou: Die Forscherin bietet ihnen Geld an, wenn sie diese Erinnerungen jetzt in ihren Gehirnen löschen kann. Nach dem ersten Schock lehnen die Probanden einhellig ab – und werden vom Regisseur des Videos erlöst. Die Botschaft: Schöne Erinnerungen sind nicht mit Geld aufzuwiegen. Und der Plan dahinter: Reiseerlebnisse gehören zu den schönsten Erinnerungen – und die gibt es bei Lastminute.com. Die Kampagne stammt von der Agentur Don't Panic.



„Wissenschaftliches Experiment“ von Lastminute.com.

Kärnten geht in die Luft



GOBPE

Die Agentur Global Onboard Partners Europe (GOBPE) vermarktet Werbeplätze bei Fluglinien.

Die Ferienregion Kärnten wirbt jetzt in vier Eurowings-Maschinen auf den Klapp-tischen. So sollen die Motive von Mölltaler Gletscher, Turracher Höhe oder Katschberg innerhalb von drei Monaten von **270.000 Fluggästen** wahrgenommen werden. Flankiert wird die Aktion von einem digitalen Gewinnspiel, an dem die Gäste direkt an Bord teilnehmen können. Partner ist die Agentur GOBPE.

2018
(Fitur)
 Internationale Tourismusmesse
Madrid, 17. - 21. Januar
 9.900 Ausstellerfirmen
 136.000 Fachleute
 7.600 Journalisten
 109.200 allgemeines Publikum
 fituronline.com

WE ARE TOURISM

FITUR FÄHRT AN

MITGLIED VON

OFFIZIELLER CARRIER

IBERIA

VERANSTALTER:

IFEMA FERIA de Madrid