



## BERMUDA

### **Bermuda startet Marktoffensive in Deutschland Umfassende Marketingkampagne für Reisebüros – viele Aktionen mit Partnern geplant – PR-Etat geht an Karin Neumeier**

Hamilton/München (kn) – Rosafarbene Sandstrände, eine unverwechselbare Natur, über 500 Jahre Kultur, eine lebendige Kunstszene und vieles mehr – Bermuda bietet auf gerade mal 54 Quadratkilometern viele Highlights. Dass mit dem Namen meist als erstes die Bermuda Shorts oder das berühmte Bermuda Dreieck assoziiert werden, ist dem Bermuda Department of Tourism zu wenig. Jetzt startet das „Pink Paradise“ mit einer groß angelegten Marketingkampagne auf dem deutschen Markt: Ab sofort werden exklusiv die Expedienten der QTA-Kooperationen sowie ausgewählte Partner in über 3.000 Reisebüros umfassend über das Produkt Bermuda informiert. Es finden Produktschulungen statt, Gewinne werden ausgelobt, Road Shows veranstaltet, Kooperationen mit exklusiven Partnern eingegangen und PR-Maßnahmen ergriffen. Im Mittelpunkt der Kampagne steht eine kleine rosa Ente in einem Online-Spiel, die von München aus nach Bermuda fliegt und dabei viele Abenteuer zu bestehen hat.

Die Verantwortung für den Gesamtauftritt und die Projektleitung für alle Aktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz liegt bei André Brenner und seiner Firma Connect AB Ltd. in London, die sich auf Marketing und Management von Hotellerie und Destinationen spezialisiert hat. Ziel ist es, die Marke Bermuda neu zu positionieren und mehr Gäste aus dem deutschsprachigen Raum für den Archipel mitten im Atlantik gewinnen zu können. Flüge dorthin sind ab dem 29. März täglich mit British Airways über London-Gatwick buchbar; ab Juni wird ein Flug von München aus direkt nach Bermuda starten. Das Verkaufsteam von Thomas MacDonald, Regionaldirektor Europa für Bermuda mit Sitz in London, wird demnächst auch in Deutschland verstärkt präsent sein.

Als exklusiven Vertriebspartner konnte die Destination die Quality Travel Alliance (QTA) gewinnen, die aus den insgesamt ca. 5.000 zugehörigen Reisebüros 2.500 Fernreisespezialisten aus ihren Kooperationen RTK, Neckermann Reisen Partner, TUI TRAVELStar, BEST/RMG AG und Schmetterling ausgesucht hat. Sie sollen das Produkt intensiv kennen lernen und die Kunden entsprechend beraten. „Bermuda und die QTA passen hervorragend zueinander“, so Thomas Bösl, Geschäftsführer der RTK und Sprecher der QTA, „denn keine andere Vertriebsorganisation in Deutschland kann der aufstrebenden Destination auf einen Schlag mehr ausgebildete Fernreiseprofis mit hoher Fach- und Beratungskompetenz und eine breitere Verteilung bieten.“ Bermuda setzt auf die „Power of Partnership“: Enge Kooperationen mit weiteren starken Partnern werden derzeit entwickelt.



## BERMUDA

-2-

„Bermuda genießt auf dem deutschen Markt zwar einen exklusiven Ruf, ist aber insgesamt zu wenig bekannt oder mit Klischees besetzt“, so Cherie Whitter, Director des Bermuda Department of Tourism mit Sitz in Hamilton. Dem will Bermuda jetzt begegnen und zeigen, was der Archipel zu bieten hat: Spannende Geschichte mit vielen heute noch erhaltenen historischen Bauten, viel Kunst und Kultur, die pulsierende Hauptstadt Hamilton, ausgezeichnete Hotels mit insgesamt rund 6.200 Betten, eine hervorragende Gastronomie und viele Angebote rund um Wellness, Sport und Lebensfreude. Autos gibt es keine zu mieten; jeder fährt mit dem Roller über die Inseln oder erkundet sie vom Boot aus. Bermuda ist eine der sichersten Destinationen der Welt – zu jeder Tages- und Nachtzeit kann man bedenkenlos auch alleine am Strand spazieren gehen. Die beliebtesten Sportarten sind Golf und Cricket neben tauchen, segeln, reiten, wandern, angeln und anderem. Die Bermudianer sind absolute Sportfans, und sie feiern ausgesprochen gerne. Somit können auch die Gäste das ganze Jahr über bei verschiedenen Events mitfeiern.

Bermuda ist selbstbewusst und kann es auch sein, hat der Archipel doch eine florierende Wirtschaft und das zweithöchste Pro-Kopf-Einkommen der Erde vorzuweisen. Starke Branchen sind beispielsweise Rückversicherung, Internationale Finanzen, Grundstücke & Immobilien und natürlich der Tourismus. Derzeit verzeichnen die Inseln etwa 520.000 Besucher jährlich. Die Kernzielgruppe sind anspruchsvolle Urlauber zwischen 35 und 55, die ihren Urlaub als ein echtes Stück Lebensqualität und –gefühl begreifen und in den besonderen Lifestyle Bermudas eintauchen möchten.

Um diese Zielgruppe auch über die Medien zu erreichen, wurde Karin Neumeier aus München für die Pressearbeit beauftragt. Die frühere Inhaberin von mondo media PR verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung in der PR für Tourismus, Hotellerie und Luftfahrt. Nach einer Familienpause von knapp drei Jahren meldet sich die PR-Beraterin mit ihrem neuen Kunden Bermuda wieder in der Branche zurück.

Hamilton/München, 08. Februar 2006

Für weitere Presseinformationen:

Karin Neumeier  
PR- und Pressebüro  
Kunstmannstr. 13, 80997 München  
Tel. 0151-12257004  
Mail: Karin.Neumeier@bit-muc.de