

PRESSEINFORMATION

IBEROSTAR LANCIERT NEUE STRATEGIE ZUR MARKENKOMMUNIKATION



Neue Microsite: „INSIDE IBEROSTAR“

Frankfurt/Palma de Mallorca, 30. Mai 2014 – IBEROSTAR Hotels & Resorts startet in dieser Woche mit der Einführung der neuen Mikrosite „**INSIDE IBEROSTAR**“ seine neue Strategie zur Markenkommunikation, die anhand zahlreicher anschaulicher Videos und vielfältiger Informationen über die Marke IBEROSTAR bereithält. Nach dem Erfolg der Kampagne im letzten Jahr hat die spanische Hotelkette 2014 ihre Kommunikations- und Werbestrategie weiterentwickelt, wobei „INSIDE IBEROSTAR“ als Kampagnentitel beibehalten wurde.

„INSIDE IBEROSTAR“ besteht aus zehn interaktiven Sektionen, die auf visuelle Weise hervorheben, was die IBEROSTAR Hotels & Resorts bieten, damit sich Gäste - gemäß des Slogans der Marke *Genießen Sie es, ein Star zu sein* - in ihrem Urlaub rund rum wohlfühlen. Dank der zahlreichen Videos, Fotos und Inhalte, die auf der neuen Mikrosite zur Verfügung gestellt werden, erfährt der Nutzer nicht nur viele relevante Informationen und Vorzüge zur Marke IBEROSTAR, sondern auch zu den unternehmerischen Grundpfeilern: Service, Gastronomie und Animation. Darüber hinaus kann der Besucher spezielle Bereiche zu besonderen Themen wie Spa, Golf, Hochzeiten oder Business Meetings entdecken.

Luis Hérault, Marketing-Direktor der GRUPO IBEROSTAR: *„Die neue Kommunikationsstrategie für die Marke IBEROSTAR entwickelt unsere mediale Zielsetzung von der simplen Mitteilung relevanter Informationen weiter zu einer aktiven Integration in das „IBEROSTAR Kundenbeziehungsmodell“. Uns ist bewusst, dass Kommunikation ein Schlüsselfaktor in der Phase vor der Kaufentscheidung ist und wir möchten unsere gegenwärtigen und potenziellen Kunden bei dieser Entscheidung inspirieren.“*



IBEROSTAR
HOTELS & RESORTS

Die Kampagne wurde durch Sra. Rushmore, eine spanische Kreativ-Agentur die seit 2009 für die Marke IBEROSTAR tätig ist, entwickelt. **Carlos Murillo**, Direktor für Kundenbetreuung und digitale Integration der Agentur: *„Die Einbindung der neuen Kampagne in das IBEROSTAR-Kundenbeziehungsmodell stellte eine große Herausforderung dar. Wir haben uns an das Motto der Kampagne „INSIDE IBEROSTAR“ gehalten und uns von rein werblichen Elementen hin zu informativen Inhalten rund um Produkte und Dienstleistungen, welche das Unternehmen seinen Kunden bietet, entwickelt. Auf der neuen Mikrosite kann man wie durch ein visuelles Fenster entdecken, was IBEROSTAR seinen Gästen während des Urlaubs bieten kann.“*

Die neue Kampagne wurde in drei Versionen für PCs, Handys und Tablets entworfen und umfasst sieben Sprachen (Englisch, Spanisch, Französisch, Deutsch, Portugiesisch, Italienisch und Russisch), womit 95% der gegenwärtigen Kundschaft von IBEROSTAR abdeckt wird und mehr als 100 Länder weltweit erreicht werden.

Die Bekanntmachung der Kampagne erfolgt auf internationaler Ebene und kann sowohl auf der Website Iberostar.com als auch auf den IBEROSTAR-Profilen in den sozialen Netzwerken angesehen werden. Darüber hinaus wird die Kampagne durch Öffentlichkeitsarbeit sowie die gezielte Einsetzung von medialen Werbeflächen im Wert von über sechs Millionen in den USA, Großbritannien, Spanien, Deutschland, Brasilien, Mexiko, Kanada und Russland im Zeitraum von Mai bis Dezember 2014 unterstützt.

Hinweis an den Herausgeber:

- Ein erläuterndes Video in englischer Sprache mit sämtlichen Einzelheiten zur Kampagne steht Ihnen [hier](#) zur Verfügung.

Über IBEROSTAR Hotels & Resorts

Die Urlaubshotelkette IBEROSTAR Hotels & Resorts wurde 1986 von der Familie Fluxá auf Palma de Mallorca (Balearen, Spanien) gegründet. Die GRUPO IBEROSTAR ist eines der wichtigsten spanischen Tourismusunternehmen, das auf eine über 50-jährige Geschichte zurückblickt. Dazu gehört auch IBEROSTAR Hotels & Resorts mit derzeit rund 100 Hotels in 13 Ländern weltweit.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.iberostar.com.

IBEROSTAR Pressestelle:

Edelman

Susanna Conde (susanna.conde@edelman.com)

Tel: +49 69 401 254 669