

**Preiswürdig**

Die EMEA Sabre Awards zählen weltweit zu den wichtigsten Auszeichnungen in der PR- und Kommunikationsbranche; 2017 gab es 2.400 Einreichungen.

Storytelling-Strategie“, so Ratomir Ivicic, Director CNTB.

„Statt einer klassischen Destinations-PR-Aktion setzten wir auf eine kreative Kampagne, die trotzdem tief im Alltag verwurzelt ist. Mit dem Fokus auf Out-of-Office-Notizen nutzte die Kroatische Zentrale für Tourismus den kurzen Moment, in dem Arbeits- und Urlaubswelt aufeinander treffen, und machte Reisende auf Kroatien als ideales Reiseziel aufmerksam. Dadurch konnten wir eine starke Verbindung zwischen Kroatien und dem ultimativen Out-of-Office-Gefühl herstellen und gleichzeitig zu steigenden Buchungsraten beigetragen“, so Sigrid Krupica, CEO Grayling Austria.

PR- & Social Media-Kampagne

Das kreative Konzept und die grafische Gestaltung der Out-of-Office-Kampagne stammt von BBDO Zagreb. Die von Grayling umgesetzte PR- und Social-Media-Kampagne wurde in 12 Ländern in Europa und den USA umgesetzt.

Credits**Grayling**

Auftraggeber Kroatische Zentrale für Tourismus (Croatian National Tourist Board – CNTB)

Kommunikationsleitung Ratomir Ivičić, Director CNTB

Agenturen Grayling Austria, Grayling Croatia und Grayling Germany (+ 9 weitere Märkte) sowie BBDO Zagreb Frank Schönrock (D) – CEO Grayling Deutschland (Client Success Director)

Fabian Lebersorger (A) – Associate Director (Head Digital Hub)

Antje Seebach (A) – Consultant (Coordination Digital Hub)

Nadine van Velzen (D) – Senior Consultant (Coordination Hub)

Natasa Trsljic Stambak (HR) – GM CES Region (Head Coordination Hub)

Reese Maabich (UK) – EMEA Digital Account Director (Digital Hub)

Gruß aus der kreativen Küche

Grayling Austria holt gemeinsam mit deutscher und kroatischer Schwester den internationalen Sabre Award.

WIEN/ZAGREB. Die integrierte, länderübergreifende Kampagne „Out of Office Award“ der Kroatischen Zentrale für Tourismus wurde kürzlich bei einem Gala-Event in London mit dem Gold Sabre Award in der Kategorie „Pan-Europäische Programme“ ausgezeichnet.

Grayling Austria, Grayling Croatia und Grayling Germany entwickelten die Kampagne in Zusammenarbeit mit BBDO Kroatien und implementierten sie in zwölf Ländern.

Für den Out of Office Award lud die Kroatische Zentrale für Tourismus im Mai 2016 Menschen aus aller Welt ein, ihrer Kreativität freien Lauf zu lassen

und eine originelle Abwesenheitsnotiz zu verfassen; Einreichungen konnten via Facebook und auf einer eigenen Kampagnen-Website deponiert werden.

Größtmögliche Abstimmung

„Der völlig integrierte Ansatz dieser Kampagne hat sich als extrem effektiv herausgestellt und zu breiter Medienberichterstattung und großem Engagement in den Social Media-Kanälen geführt. Die Botschaften und Bildwelten der Kampagne waren auf allen Kommunikationskanälen abgestimmt und lieferten nicht nur Inspiration für OoO-Notizen, sondern passten auch perfekt zu unserer übergeordneten



Siegrid Krupica freut sich über internationalen Award für Grayling.