News

News: Juist-Katalog räumt Gold, Silber und Bronze ab

Beigetragen von JNN am 17. Mai 2014 - 09:22 Uhr

Der jährlich erscheinende Haupt-Katalog, das zentrale Marketingmedium der Nordseeinsel Juist, ist gleich mehrfach ausgezeichnet worden: Gold bei den Communicator Awards in New York, Silber beim WorldMediaFestival in Hamburg und Bronze beim Tourismus-Award "Das goldene Stadttor" in Berlin. Realisiert wird der Katalog von der Agentur move:elevator.
Internationales Terrain

Mit diesen Auszeichnungen konnte sich der Juist-Katalog auf internationalem Terrain behaupten; alle drei Awards verzeichnen stets Einreichungen aus allen Ecken der Erde. Die New Yorker Academy of Interactive and Visual Arts sichtet für die Communicator Awards jährlich tausende Medienkonzepte. Das WorldMediaFestival in Hamburg hat sich seit vielen Jahren als globales Branchentreffen etabliert und auch der Tourismus-Award "Das goldene Stadttor" lockt jährlich Medienschaffende aus aller Welt nach Berlin, um auf der Internationalen Tourismus Börse (ITB) ihre Preise entgegen zu nehmen.

Neues Konzept überzeugt
Umso größer ist die Freude, im weltweiten Wettbewerb überzeugt und gleich drei internationale Fachjurys begeistert zu haben: Die Kunstakademie New York vergab Gold in der Kategorie "Brochure Catalog", auf dem WorldMediaFestival räumte der Katalog in der Kategorie "Corporate Print: Brochures, Calendars, Catalogues" Silber ab und die Jury des goldenen Stadttores vergab Bronze in der Kategorie "Print". "Eine tolle Würdigung unserer Arbeit", sagt Hans Piechatzek, Geschäftsführer der Full-Service-Werbeagentur move:elevator. "Damit zeigt sich, dass wir mit dem neuen Konzept auf dem richtigen Weg sind."

Raum für Authentizität
Denn klassische Reisekataloge stellen mit einer Vielzahl von Texten und Fotos Aspekte von Destinationen vor. Juist aber hat sich von der reinen Darstellung losgemacht und die Idee des Storytelling umgesetzt. Echte Juist-Urlauber spielen die Hauptrolle der "Geschichte" und erzählen Seite für Seite, was sie persönlich auf dem Töwerland am schönsten finden. Auch gestalterisch hebt sich der Katalog von der klassischen Darstellung ab. Sein Imageteil besteht ausschließlich aus großflächigen doppelseitigen Fotos, die die Insel und ihre Gäste zeigen und damit ihre zentrale Bedeutung visuell unterstreichen.

Außergewöhnliche Momente
Gleichzeitig wird feinfühlig das einzigartige Juist-Gefühl transportiert: die wunderschöne Nordseeinsel. Schneeweiße Strände, Ruhe und Erholung, Entschleunigung, das Weltkulturerbe Wattenmeer direkt vor der Tür und all dies auch noch autofrei. "Um Juist zu vermarkten, braucht es eben keine Inszenierung, sondern ein sensibles Auge, das die Insel in ihren außergewöhnlichen Momenten auffängt", sagt Thomas Vodde, Marketingleiter der Nordseeinsel Juist. "Wirklich schön, dass die Fachwelt dies genauso sieht."

Weitere Informationen:
Kurverwaltung Juist
Thomas Vodde
Strandstr. 5
26571 Juist,
Tel. 04935 809106,
E-Mail:marketing@juist.de.
www.juist.de

Article pictures


die nordsee
DAS GIBT'S NUR AUF JUIST:
FREUNDSCHAFT FÜRS LEBEN.
INSEL JUIST TÖWERLAND