

22.09.2005 - 08:31 Uhr

Leben Sie schon ein Intercontinental Leben? - InterContinental Hotels & Resorts startet globale Werbe-Kampagne

Windsor, England (ots/PRNewswire) -

InterContinental Hotels & Resorts gab heute bekannt, dass es am 26 September eine neue globale Marken-Werbe-Kampagne starten wird.

Die neue Werbe-Kampagne von InterContinental ist das Ergebnis von Positionierungsarbeit, die bereits seit Ende 2004 unternommen wird. Die neue Schlagzeile der Markenhotelkette fordert das Publikum heraus die folgende Frage zu beantworten: "Leben Sie ein InterContinental Leben?"

"Zu einer Zeit, in der andere Markenhoteles daran arbeiten, Menschen in einer 'Blase' zu halten, möchte InterContinental seinen Gästen einzigartige Erfahrungen vermitteln, die im Gedächtnis bleiben, ihr Leben bereichern und ihre Sehweise ändern," erklärt Jenifer Zeigler, Senior Vize-Präsident für globales Marken-Management bei InterContinental Hotels & Resorts. "Wir glauben, dass die neue soziale Währung das 'kenne ich - weiss ich' ist; und das ist genau das, was wir unseren Gästen durch hervorragende Reise-Erfahrungen vermitteln können."

Die Kampagne beginnt mit einem TV-Spot, der in Sydney, Australien, gedreht wurde und die australische Herausforderer-Yacht, Spirit, zeigt; diese Yacht wurde für den Americas Cup in San Diego im Jahr 1992 gebaut. Die ersten Druck-Motive der Kampagne zeigen Fotos von Stränden und lokalen Märkten; die Aufnahmen stammen aus Bali, Indonesien.

"Wir bei InterContinental glauben, dass Reisen eine grossartige Sache ist," meint Zeigler. "Seit ihrer Gründung im Jahr 1946 wurden die InterContinental Hotels zu einem Symbol für Glanz, Raffinesse und Erfolg und definieren auch Jahre danach das internationale Reisen."

Der TV-Spot wird auf CNN International sowie auf Flügen der British Airways, United, American, Emirates und Singapur Airlines gezeigt. Zum Zeitplan für die Druck-Medien gehören Einlagen in The Wall Street Journal, The New York Times, Newsweek, Time Magazine, Forbes, The Financial Times, Economist, The Times und Business Week sowie in bedeutenden Publikationen in Flugzeugen.

Die Kampagne beginnt am Montag, den 26. September und wird während der gesamten Business Reise-Saison 2005 fortgesetzt.

Anmerkung für Redakteure:

InterContinental Hotels Group PLC of the United Kingdom (LSE: IHG, NYSE: IHG) ist die weltweit grösste Hotel-Gruppe nach Anzahl der Räume. Die InterContinental Hotels Gruppe besitzt, verwaltet, ver-least oder gewährt Franchises, durch verschiedene Tochtergesellschaften, mehr als 3.500 Hotels und über 537.000 Gästezimmer in nahezu 100 Ländern und Gebieten in aller Welt.

Die Gruppe besitzt ein Portfolio von wohl anerkannten und respektierten Hotel-Marken einschliesslich InterContinental(R) Hotels & Resorts, Crowne Plaza(R) Hotels & Resorts, Holiday Inn(R) Hotels and Resorts, Holiday Inn Express(R), Staybridge Suites(R), Candlewood Suites(R) und Hotel Indigo (TM) und verwaltet auch das weltweit grösste Hotel-Loyalty-Programm, Priority Club(R) Rewards, mit über 26

Millionen Mitgliedern weltweit. Zusätzlich besitzt die InterContinental Hotels Gruppe einen 47,5% Anteil an Britvic, einem der zwei führenden Hersteller von Soft-Drinks, nach Wert und Volumen, in Grossbritannien.

Die InterContinental Hotels Gruppe bietet Informationen und Online-Reservierungen für alle seine Hotel-Marken unter www.ichotelsgroup.com und Informationen über das Priority Club Rewards Programm unter www.priorityclub.com.

Für die aktuellsten Nachrichten über die InterContinental Hotels Group besuchen Sie bitte unser Online Pressebüro unter www.ihgplc.com/media.

Pressekontakt:

InterContinental Hotels & Resorts, Jennifer Ploszaj,
+44-1753-410-341, +44-7808-098-724

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100009569/100496700> abgerufen werden.