

München, 26. November 2018

Qatar lanciert erste globale Destinationskampagne

Der Slogan „Qatar. Qurated for you.“ lädt Reisende dazu ein, maßgeschneiderte Erlebnisse im Wüstenstaat zu entdecken. Die Kampagne wird in 8 Sprachen durchgeführt und richtet sich an 225 Millionen Reisende in 15 Ländern.

Qatar hat heute seine erste globale Destinationskampagne gestartet, die darauf abzielt, das Land am Arabischen Golf als attraktives Reiseziel für authentische, maßgeschneiderte Erlebnisse zu positionieren. Unter dem Slogan „Qatar. Qurated For You.“ setzt die Kampagne einen Fokus auf Besuchererfahrungen, die an die Wünsche und Bedürfnisse des Reisenden angepasst sind und gleichzeitig das kulturelle Erbe Qatars zelebrieren. Die Werbekampagne wird in ausgewählten Märkten umgesetzt, darunter auch die DACH-Region.

Der Start der Kampagne erfolgt in einer spannenden Wachstums- und Entwicklungsphase für den Tourismussektor Qatars. Erst vor wenigen Wochen wurde die Qatar Tourism Authority in den Qatar National Tourism Council (QNTC) umgewandelt. Die neue Verwaltungsstruktur ebnet den Weg für die Umsetzung von Schlüsselinitiativen im öffentlichen und privaten Sektor, um eine solide Tourismusinfrastruktur zu fördern und außergewöhnliche Besuchererlebnisse zu ermöglichen.



© Bildrechte: Qatar National Tourism Council

Sowohl das überarbeitete Führungsmodell als auch die globale Werbekampagne sind entscheidende Bestandteile der neuesten Strategie des Tourismussektors, die 2017 ins Leben gerufen wurde (The Next Chapter of the National Tourism Sector Strategy). Diese grundlegenden Entwicklungen werden ergänzt durch die vereinfachte Visumpolitik des Landes, die Qatar laut der kürzlich aktualisierten Rangliste der UNWTO zu Visabestimmungen als offenstes Land im Nahen Osten klassifiziert – und weltweit Platz 8 der Rangliste eingebracht hat.

Rashed AlQuresh, Chief Marketing & Promotion Officer beim QNTC, erläutert: „Qurated ist mehr als eine Werbekampagne: Wir haben genau untersucht, was Qatar als Reiseziel bietet, um die Essenz des

Qatar-Erlebnisse in den Mittelpunkt zu stellen. Dabei gehen wir darauf ein, wie diese Besuchererfahrung auf jedes unserer Segmente zugeschnitten werden kann.“ Er fügt hinzu: „Wir freuen uns darauf, den Geist des ‚Qurated‘-Konzepts zum Leben zu erwecken – ob auf den Fernsehbildschirmen der Menschen, an Flughäfen rund um den Globus, und schließlich hier in Qatar, wo wir die Welt willkommen heißen, unser Erbe und unsere zukunftsweisende Vision zu erleben“.

Um Besuchern maßgeschneiderte Erlebnisse anzubieten und gleichzeitig einen tatsächlichen Einfluss auf die Branche zu nehmen, arbeitet QNTC mit einigen der weltweit beliebtesten Reiseplattformen wie TripAdvisor und Lonely Planet zusammen, damit potenzielle Besucher ihren nächsten Besuch in Qatar personalisieren können - von dem Moment an, in dem sie über das Reiseziel lesen, über den Buchungsprozess bis hin zum Bereisen der verschiedenen kulturellen Attraktionen und der Natur der Destination.

Qurated wird über Printmedien, TV und digitale Plattformen in der jeweiligen Landessprache des Marktes ausgestrahlt, wobei auch Partnerschaften mit globalen Fernsehsendern wie CNN, Al Jazeera, BeIN, Digiturk und Sky International genutzt werden. Durch fesselnde Visualisierungen, die Einblicke in die Tourismusangebote Qatars geben, soll die Kampagne den Wüstenstaat in den Köpfen potentieller Reisender an erste Stelle bringen.

Aufgrund seiner strategischen Lage an der Schnittstelle von Ost und West ist Qatar in durchschnittlich sechs bis sieben Flugstunden von verschiedenen Metropolen weltweit erreichbar. Neben der zunehmenden Beliebtheit als Stopoverziel für Besucher, die gen Osten reisen, wächst der Kreuzfahrttourismus des Landes dank seines angenehmen Winterwetters stetig.

In den kommenden Jahren ist Qatar Gastgeber für eine Reihe von internationalen Großveranstaltungen. Diese erzeugen eine hohe Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen und Produkten und bieten somit eine Reihe von Investitionsmöglichkeiten sowohl innerhalb des Tourismussektors als auch in begleitenden Branchen und der Zulieferindustrie. Die Möglichkeiten reichen von Öko-Lodges über Boutiquehotels und Luxusresorts bis hin zu All-Inclusive-Besucherzentren und umfassen eine Vielzahl von Funktionen wie Entwicklung, Betrieb, Management und Naturschutz.

Fotos zu Qatar unter <https://1drv.ms/f/s!AmHIqm4VmmJbgSjjUzLP7MzLsTxv>

© Bildrechte: Qatar National Tourism Council

Kontakt für Presseinformationen:

Qatar National Tourism Council
Lisa Reinshagen
Bavariaring 38, 80336 München
Tel.: +49 89 452186-22
E-Mail: germany-pr@visitqatar.qa

Kontakt für Veranstalter und Reisebüros (auch für Reisebroschüren):

Qatar National Tourism Council
Sarah Zehrlaut
Bavariaring 38, 80336 München
Tel.: +49 89 689 06 38-44
E-Mail: germany@visitqatar.qa

Über Qatar National Tourism Council (QNTC):

Die Mission des Qatar National Tourism Council ist es, Qatar auf der Weltkarte als einen Ort zu etablieren, an dem kulturelle Authentizität und Moderne aufeinandertreffen und wo Menschen aus aller Welt zusammenkommen, um vielseitige Angebote in den Bereichen Kultur, Sport, Geschäftsreisen und Familienunterhaltung zu erleben.

Die Arbeit des QNTC wird von der Qatar National Tourism Sector Strategy (QNTSS) gelenkt, die das touristische Angebot des Landes diversifizieren und den wirtschaftlichen Beitrag dieses Sektors bis zum Jahr 2030 steigern soll. 2017 wurde das nächste Kapitel von QNTSS lanciert, das die darauffolgenden fünf Jahre (2018-2023) des Wachstums im Tourismussektor darstellt.

Seit dem Start von QNTSS hat Qatar über 10 Millionen Besucher begrüßt. Die wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismussektors in Qatar werden mit den Schätzungen für 2016 zunehmend sichtbar und zeigen einen gesamten (direkten und indirekten) Beitrag zum katarischen BIP von 6,7%.

www.visitqatar.qa

@NTC_Corporate