

NEWS RELEASE

Oslo, 11. januar 2012

Storeslem til Scandic i HSMAI

Scandic Hotels og byrået Concept Communications arbeid med markedsføringen av kjedens nye hotell mellom Grünerløkka og St.Hanshaugen, Scandic Vulkan, ble belønnet med en rekke priser under HSMAI-prisene som gikk av stabelen i går kveld.

HSMAI-prisene skal stimulere til god markedsføring gjennom å løfte frem og belønne nyskapende markedsarbeid. I går kveld var reiselivsbransjen, markedsførere og byråer samlet på Ballroom i Oslo for å feire de beste arbeidene fra året som gikk.

Scandic Hotels, som har nominert arbeidet rundt åpningen av Scandic Vulkan, vant gull i tre av de aller gjeveste kategoriene, "Kampanje flere medier", "Åpen klasse – godt tenkt" og "Årets Reiselivsmarkedsfører og vinner av Ferdaprisen". I tillegg fikk magasinet Vulkan Magasin hederlig omtale fra juryen.

- Å åpne et helt nytt hotell, Norges første hotell i kategorien Miljøklasse A, i et helt nytt – og for mange – ukjent område av Oslo, har vært utfordrende og veldig morsomt. Vi har med Scandic Vulkan forsøkt å tenke nye tanker rundt markedskommunikasjon og promotering rundt et nytt hotell, og derfor er det ekstra hyggelig å få en slik belønning, sier markeds- og PR sjef i Scandic Norge, Kristine Schaug.

Hotellet samarbeider med byrået Concept Communication, og har jobbet konkret med 360 graders kommunikasjon. Scandic har lagt vekt på å kommunisere med den kreative industrien, og samarbeider nært både med Kunsthøyskolen og Westerdals. I tillegg har Scandic Vulkan knyttet til seg noen av Norges beste design- og reklamebyråer ved at de har fått utfolde seg på sin helt egen hotelldør.

- Resultatet er kreativt og nyskapende, og ikke minst underholdende for gjesten. Hotellgangen brytes opp med kreative innspill, forteller Schaug. I tillegg lanserer vi Norges første varemerkerom – Diesel-rommet på rom 201. Her har Diesel fått lov å utfolde seg med sine merkevarer, både innen interiør og livsstil, fortsetter Schaug.
- Det har vært fantastisk morsomt å jobbe med Scandic Norge med åpningen av dette hotellet. De har vært modige og standhaftige hele veien, og gitt oss spillerom til å tenke nytt og utradisjonelt. Vi mener dette bare er starten for å etablere Scandic Norge som blant de mest spennende og innovative hotellkjedene der ute, sier konsulent i Concept Communication, Tine Birkeland.

Filmen om arbeidet med Scandic Vulkan kan du se her:

<http://www.youtube.com/watch?v=bC6Xpp3w7i8>

Scandic er en moderne hotellkjede hvor bevisste mennesker kommer for å få inspirasjon og ny energi. Med over 160 hoteller og 30 000 rom er vi allerede i dag en av de største hotelloperatørene i Europa. Og vi fortsetter veksten – i løpet av noen år vil det være over 200 Scandic å velge mellom. Velkommen til scandichotels.no.

Scandic
Stay smarter

NEWS RELEASE

Jurybegrunnelser:

Kampanje flere medier

Årets gullvinner i kategorien «Kampanje flere medier» bemerker seg med å tenke nytt, kreativt og innovativt. Budskapet er tydelig og bidrar til å befeste selskapets posisjon på en ypperlig måte. Juryen lot seg begeistre av den gode produkt differensiering kombinert med fresh design og flere overraskende og svært kreative produktattributter. Som et pust fra fremtiden setter årets gullvinner en standard mange vil legge merke til.

Gullvinner i kategorien «Kampanje flere medier» er: Scandic Hotels

Åpen klasse – Godt tenkt

Årets gullvinner i kategorien «Godt Tenkt» skiller seg klart ut fra tradisjonell kommunikasjon innen promosjon i norsk reiseliv. Basert på nytenkning, kreativitet og god produkt- og konseptutvikling formidler vinneren sitt produkt mot forbruker på en spenstig og fremtidsrettet måte. Spisset mot klare markedssegmenter skaper kommunikasjonen både nysgjerrighet og en følelsesmessig tiltrekning mot produktet. Basert på dette var juryen klar i sin vurdering.

Gullvinner i kategorien Godt Tenkt er: Scandic Hotels

Årets Reiselivsmarkedsfører og vinner av Ferdprisen

Årets Reiselivsmarkedsfører har bemerket seg med sin evne til å tenke på tvers av tradisjonelle mønstre. Helhetlig tankesett rundt fremtidsrettede er et gjennomgående trekk i arbeidet. Klar differensiering, målrettet markedssegmentering, god konseptutvikling og samkjørt kommunikasjon er andre kjennetegn. Juryen ble imponert over vinnerens evne til å skape god innovasjon, kreativitet og unike elementer i sin markedsføring. Med basis i disse kvalitetene var det ingen tvil hvem som hadde gjort seg best fortjent til hovedprisen.

På vegne av juryen har vi gleden av å formidle at Årets Reiselivsmarkedsfører og vinner av Ferdprisen er: Scandic Hotels

Ansvarlig team

Scandic Norge

Kristine Schaug, Country Marketing & PR Manager

Axel Huus, Director of Sales & Marketing

Stine Eriksen, Markedskordinator

Concept Communication

Tine Birkeland, rådgiver

Kristina Schaathun, prosjektleder

Marina Staubo, prosjektleder

Trygve Lorentzen, PR-ansvarlig

Scandic er en moderne hotellkjede hvor bevisste mennesker kommer for å få inspirasjon og ny energi. Med over 160 hoteller og 30 000 rom er vi allerede i dag en av de største hotelloperatørene i Europa. Og vi fortsetter veksten – i løpet av noen år vil det være over 200 Scandic å velge mellom. Velkommen til scandichotels.no.



NEWS RELEASE

Eivind Platou, kreatør
Bjørnar Westbye, designer og kreativ leder
Petter Nyquist, AD
Lene Jørgensen og Kristian Strømme, kreativt team (Westerdals)

For mer informasjon, bilder eller intervjuer, kontakt:

Kristine Schaug, Pressesjef, Scandic Norge, tlf: 905 02 778

Scandic er en moderne hotellkjede hvor bevisste mennesker kommer for å få inspirasjon og ny energi. Med over 160 hoteller og 30 000 rom er vi allerede i dag en av de største hotelloperatørene i Europa. Og vi fortsetter veksten – i løpet av noen år vil det være over 200 Scandic å velge mellom. Velkommen til scandichotels.no.

Scandic
Stay smarter