



Lifestyle Serbien

Die Jahreskampagne der Nationalen Tourismus Organisation Serbiens (NTOS) für 2014 richtet sich an europäische Individualreisende und bringt diesen den Lebensstil der jungen, urbanen Generation Serbiens näher.

Als bestens gelaunt, energiegeladen und entspannt bezeichnen viele Touristen die Serben. Die Lifestyle Jahreskampagne der NTOS greift dieses positive Lebensgefühl der jungen Serben auf, und gibt Einblicke in deren aktiven Lebensstil und die beliebtesten Orte der jungen, gebildeten, weltoffenen Bevölkerungsschicht. Dabei liegt ein großer Fokus auf der Visualisierung des serbischen Lifestyles mit einer Social Media Verbreitung durch den Gebrauch des Hashtags #LifestyleSerbia.

2 Monate lang hat ein Team von rund 130 Serben an der Kampagne gearbeitet: 12 verschiedene serbische Destinationen wurden besucht, 120 Serben wurden fotografiert und über 6700 Fotoaufnahmen wurden gemacht. Das Resultat wurde erstmals im November 2013 auf der internationalen Reisemesse World Travel Market in London vorgestellt. Die Kampagne konzentriert sich primär auf online Medien. Eine **interaktive Webseite** (www.lifestyle.serbia.travel) die mit Instagram, Facebook, G+, Pinterest, Foursquare, Twitter und Youtube verlinkt ist, wird von einem Team aus drei jungen Serbinnen betreut, die aus den Bereichen Mode, Lifestyle, Tourismus und Fotografie kommen. Die Webseite stellt das Lifestyle Motto durch eine Vielzahl an zeitgenössischen, dynamischen Aufnahmen der serbischen Natur, Stadtgeschehen, kulinarischen Spezialitäten, Events und Menschen vor. Jedes Foto liefert eine kurze Beschreibung und einen direkten Link zur Webseite der NTOS für weitere Informationen. Der User kann verschiedene Städte und Tourismusattraktionen aufrufen, von Belgrad über Kopaonik bis Zlatibor. Neben den bekannteren Attraktionen, berichtet Lifestyle Serbien auch über die **serbische Underground Szene**, Innovationen im Bereich Design und Wissenschaft und Abenteuerurlaub. Jungen Reisenden soll vor allen Dingen das hippe, kreative und coole Belgrad vermittelt werden. Der Savamala Stadtteil in Belgrad ist dafür ein idealer Ort. Das internationale Mikser Design Festival findet dort jedes Jahr im Kulturzentrum Grad statt und bringt Künstler aus Architektur, Graphikdesign und Kunst zusammen. Neben Kunst und Kultur ist Belgrad zunehmend auch für die wachsende Modeszene um den Belgrad Čumić Design Stadtteil bekannt, in dem junge serbische Designer ihre Mode präsentieren.

Als lebenshungrig, kreativ und innovativ, modern, aber mit Verbundenheit zu alten Traditionen werden die jungen Serben in der Lifestyle Kampagne in einer Reihe von Kurzfilmen präsentiert. Insgesamt 5 Videos (www.youtube.com/user/serbia) stellen fünf **stolze junge Serben** vor, die von Ihrem Studium, ihren Träumen und Lieblingsbeschäftigungen erzählen. Zum Beispiel Branko, der in München, in Hamburg und Wien studiert hat und nach seinem Studium zurück nach Belgrad gekommen ist. Er berichtet von dem Besuch seiner besten Freunde aus dem Studium die er, ganz im Sinne von Soulfood Serbien, mit den kulinarischen Highlights Serbiens überrascht.

Das Ziel der Kampagne ist es, so viele junge Menschen wie möglich für Serbien zu begeistern und zu involvieren, um über Social Media von ihren Serbien Erlebnissen zu berichten und diese mit dem **Hashtag #LifestyleSerbia zu teilen**. Seit Beginn der Kampagne sind damit schon mehr als 7.770 Fotos (Stand Juli 2014) auf Instagram verlinkt worden. Die besten Bilder werden zudem auf der Webseite Lifestyle Serbia veröffentlicht.

Allgemeine Serbien-Informationen sind erhältlich bei der
NATIONALEN TOURISMUS ORGANISATION SERBIENS (NTOS)
Čika Ljubina 8, 11000 Belgrad, Serbien Telefon: 00381/11/6557134 · Telefax: 00381/11/2632233
E-Mail: office@serbia.travel Web: www.serbien.travel www.facebook.com/serbientourismus 3.509 Anschläge

Pressekontakt:

mascontour, Diana Körner, Schwiebusser Str. 9, D-10965 Berlin
Tel. +49 (0)30 / 3472 5989, Fax +49 (0)3212/ 1157 289, Skype serbien-pr, E-Mail serbien-pr@mascontour.de,
Internet www.mascontour.de