

## PRESSEINFORMATION

### Neue Kampagne „MIAMILAND“ weckt Abenteuerlust

Das neue Projekt des Greater Miami Convention & Visitors Bureau richtet sich nach dem zunehmenden Wunsch vieler Reisender, durch Natur und authentische Erlebnisse zu sich selbst zu finden



**Miami/Frankfurt am Main, 4. Februar 2020** – Die größte Stadt an der Südspitze Floridas begrüßt das Jahr 2020 mit einer neuen Marketingkampagne. Das Projekt „MIAMILAND“ ist eine Erweiterung der bestehenden „Found In Miami“-Kampagne, die Besuchern Miamis einzigartige Viertel und das kulturelle Angebot vor Ort näherbringt. Mit der neuen Kampagne zielt das Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB) darauf ab, Reisende für ein modernes Urlaubserlebnis zu begeistern. Die kreativen Teaser-Videos zeigen einen scheinbar neuen Naturpark inmitten der Trendmetropole, der mit zahlreichen Outdoor-Aktivitäten aufwartet. Schon nach wenigen Sekunden wird dem Zuschauer jedoch bewusst, dass es sich nicht um einen neuen Themenpark handelt, sondern Miami selbst ein Ort voller natürlicher Schätze und Abenteuer ist.

„MIAMILAND“ wurde als Antwort auf den zunehmenden Wunsch vieler Reisender konzipiert, sich vom Alltagsstress zu lösen und sich wieder mehr den Themen Natur und Kultur zu widmen. Die neue Kampagne ist auf Abenteuer pur ausgelegt und gliedert sich in drei Phasen. Zu Beginn des Videos erzählt ein kreativer Visionär spannungsvoll von einem geheimnisvollen neuen Themenpark in

## **PRESSEINFORMATION**

Miami. In der nächsten Phase werden die Naturschätze der Reisedestination in einem völlig neuen Licht präsentiert und dem Zuschauer wird offenbart, dass MIAMILAND bereits die ganze Zeit existiert. Denn neben weltberühmten Stränden und Hotels lockt die Sonnenmetropole mit spektakulären Nationalparks, einer atemberaubenden Pflanzen- und Tierwelt sowie vielfältigen Outdoor-Aktivitäten. Die Kampagne endet mit der sogenannten „Sustain“-Phase. Interessierte erfahren hierbei alles rund um neue Reiserouten und Angebote, die es in Miami zu entdecken gibt.

„Wir nutzen unsere natürlichen Ressourcen, um sowohl neue Besucher anzuziehen als auch die Aufenthaltsdauer der Reisenden zu verlängern, die häufig nach Miami kommen“, sagt William D. Talbert, III, CDME, President und CEO des GMCVB. „Der Großraum Miami lockt mit einer Vielfalt an Menschen, Orten und Erlebnissen. Durch unser breit gefächertes Angebot sind wir eine beliebte Destination für Abenteurer und Wellnessuchende zugleich: vom pulsierenden Stadtkern über idyllische Parks bis hin zu weitläufigen Stränden. Mit unseren neuen Kampagne MIAMILAND setzen wir dieses abwechslungsreiche Abenteuerangebot nun noch stärker in den Fokus.“

### **Über Greater Miami Convention & Visitors Bureau**

Das Greater Miami Convention & Visitors Bureau (GMCVB) ist eine anerkannte, gemeinnützige Sales- und Marketing-Organisation mit dem Ziel, den Großraum Miami für Urlauber, Geschäftsleute und Kongresse attraktiv zu machen. Weitere Infos und Broschüren finden Interessierte auf der Website [www.MiamiandBeaches.de](http://www.MiamiandBeaches.de) sowie auf den Social Media Kanälen [Facebook.com/VisitMiamiDE](https://www.facebook.com/VisitMiamiDE), und [Instagram.com/VisitMiamiDE](https://www.instagram.com/VisitMiamiDE).