

Ferienregion Engadin Samnaun Val Müstair setzt auf ASMR-Trend und gewinnt Publikumsaward der APG | SGA AG

Scuol, 7. Juni 2024. Die Ferienregion Engadin Samnaun Val Müstair setzt in ihrer diesjährigen Sommerkampagne erfolgreich auf Lieblingsgeräusche ihrer Gäste, Einheimische, Zweitheimische und Leistungspartner und stösst damit auf grossen Anklang. Diese innovative Herangehensweise eröffnet einzigartige sensorische Einblicke in die Vielfalt und Schönheit der Region. Dabei wird auch der ASMR-Trend aufgenommen, der sich durch besonders beruhigende und angenehme akustische Reize auszeichnet.

Als einzige Ferienregion in der Schweiz hat Engadin Samnaun Val Müstair diesen innovativen Ansatz gewählt und erntet dafür positive Resonanz. Innerhalb weniger Wochen sind bereits über 1500 Lieblingsgeräusche von nah und fern eingegangen, die die Vielfalt und Schönheit der Region widerspiegeln.

Nun konnte die Ferienregion Engadin Samnaun Val Müstair auch visuell überzeugen und hat dem Plakat «Pachific isch z'neua Namasté» den [Publikumsaward der APG](#) gewonnen. Erstmals verwendete die Ferienregion für ihre Werbung auch die künstliche Intelligenz, denn die beiden Murmeltiere wurden mit dem KI-Tool Midjourney generiert. Diese Auszeichnung würdigt das gelungene Marketingkonzept, das die Einzigartigkeit der Region mit innovativen Ansätzen erfolgreich in Szene setzt.

Der ASMR-Trend – die Abkürzung steht für Autonomous Sensory Meridian Response – zeichnet sich durch besonders beruhigende und angenehme akustische Reize aus, die ein entspannendes und wohltuendes Gefühl auslösen können. Durch die Integration von Lieblingsgeräuschen in ihre Sommerkampagne greift Engadin Samnaun Val Müstair diesen Trend auf und bietet Gästen und Einheimischen ein einzigartiges Erlebnis, bei dem sie die Natur der Region auf eine ganz besondere Weise erleben können.

«Wir freuen uns über die positive Resonanz auf unsere Sommerkampagne, die auf Lieblingsgeräusche setzt und die Vielfalt unserer Ferienregion auf ganz besondere Weise erlebbar macht», so Bernhard Aeschbacher, Co-Direktor der Ferienregion Engadin Samnaun Val Müstair. «Der Gewinn des Publikums-Awards der APG bestätigt uns in unserem Ansatz, mit kreativen Ideen und innovativem Marketing die Aufmerksamkeit auf unsere Region zu lenken.»

Die Ferienregion Engadin Samnaun Val Müstair lädt bis zum 20. Juni 2024 Gäste und Einheimische ein, ihre Lieblingsgeräusche zu teilen und Teil dieser einzigartigen musikalischen Entdeckungsreise zu werden. Weitere Informationen zur Sommerkampagne und zur Teilnahme finden Sie unter www.engadin.com/unsertakt.

Medienkontakte:

Bernhard Aeschbacher; Co-Direktor
TESSVM AG
Tel. +41 81 861 88 32
b.aeschbacher@engadin.com

Sarah Bünter; Digital-Marketing-Managerin
TESSVM AG
Tel. +41 81 861 88 21
s.buenter@engadin.com

Weiterführende Links:

Visuals: <https://platform.crowdriff.com/m/s-P2PTKsCeLwiVSRAU>
Erste musikalische Entdeckungstour: https://youtu.be/g2QSxI0NYCA?si=dOy2s_vpeDmsfviV
Sommerkampagne in Engadin Scuol Zernez: [Engadin: Unser Takt – nos tact](#)
Sommerkampagne in Samnaun: [Samnaun: Unser Takt](#)
Sommerkampagne im Val Müstair: [Val Müstair: Unser Takt – nos tact](#)

Über die TESSVM

Die TESSVM ist die touristische Marketing-Organisation für das Unterengadin, Samnaun und Val Müstair. Im Auftrag der Aktionäre fördert die TESSVM primär national sowie international die Nachfrage nach touristischen Angeboten und Leistungen. Vor Ort ist die TESSVM zusammen mit allen Akteuren für die Angebotskommunikation und Gästebetreuung in fünf politischen Gemeinden mit über 20 Ferienorten zuständig. Die Organisation mit Hauptsitz in Scuol lanciert und koordiniert gemeinsame Projekte mit regionalen Partnern und Leistungsträgern und stellt die Abstimmung mit Graubünden Ferien und Schweiz Tourismus sicher. Das Unternehmen mit einem Budget von zirka 5.5 Millionen Schweizer Franken beschäftigt rund 40 Mitarbeitende in Voll- und Teilzeit, davon ein*e Praktikant*in und drei Lernende. Die Ferienregion Engadin Samnaun Val Müstair steuert mit rund 1 Million Logiernächten knapp 10 Prozent zum Bündner Logiernächtetotal bei.

Verantwortung übernehmen: CSR und dreidimensionale Nachhaltigkeit

Corporate Social Responsibility (CSR) ist der freiwillige Beitrag von Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung, wobei die freiwillige Selbstverpflichtung im Zentrum steht. Dabei handelt die TESSVM nach dem Prinzip der dreidimensionalen Nachhaltigkeit: Wirtschaft, Soziales und Umwelt. Die TESSVM misst sämtliche von ihr verursachten CO₂-Emissionen und bemüht sich, diese zu reduzieren. Die unvermeidbaren Emissionen werden durch Klimaschutzprojekte von myclimate kompensiert. Die Einkäufe werden möglichst in der Region getätigt und Aufträge an lokale Partner vergeben. Im Unternehmen selbst fördert die TESSVM den Nachwuchs mit Lehrstellen und Praktika.