

Pressemitteilung

Frankfurt am Main, 22. November 2018

LCC startet Imagekampagne auf allen Kanälen

Crossmediale Werbung als Einladung zum Gespräch ins Reisebüro

Mit einer der bislang größten Imagekampagnen der Unternehmensgeschichte rührt Lufthansa City Center (LCC) ab sofort die Werbetrommel in eigener Sache. Unter dem Motto „Bei LCC zählt jedes Wort“ wird über alle Kommunikationskanäle – crossmedial verzahnt – auf die Beratungskompetenz von Reisebüros hingewiesen. Ziel der Kampagne ist es, auch jüngere Zielgruppen ins Reisebüro zu holen. Jedes Werbemittel soll künftig als eine Einladung zu einem persönlichen Gespräch mit einem LCC-Mitarbeiter am Counter verstanden werden.

„Urlaub ist mehr als nur ein Wort oder ein einfacher Klick im Internet“, erläutert LCC-Marketing-Bereichsleiterin Eva Guha die Idee der Kampagne. „Schon hinter einem Wort kann sich ein Traumziel verbergen. Und das macht den großen Qualitätsunterschied aus. Daher zählt bei LCC jedes Wort, das zum persönlichen Traumziel unserer Kunden führt. Genau das ist doch der Unterschied zu Online-Anbietern. Wir hören zu und kennen im Gegensatz zu Suchmaschinen die richtigen Ziele, wenn unser Kunde nach ‚30 Grad‘ oder ‚Tage ohne Ende‘ sucht.“

Um Kunden mit der Kampagne zu erreichen, setzt LCC auf sechs Kampagnenmotive und -worte als emotionale „Wunsch-Urlaubsziele“. Dabei handelt es sich nicht um konkrete Destinationen, sondern „Abschalten“ ist genauso ein Ziel wie „Mehr davon“ oder „30 Grad“, „Tage ohne Ende“ sowie „Ach, das geht?“ und „Mit allem Pipapo“. Abgerundet werden diese mit Pastelltönen und Bildwelten hinterlegten „Wortbotschaften“ jeweils mit der Frage: „Und wann sprechen wir über Ihre Ziele?“

Konsequente Verzahnung verschiedener Kommunikationskanäle

Das Außergewöhnliche an der Imagekampagne ist die konsequente Verzahnung verschiedener Kommunikationskanäle. Zentrale Plattform ist die Internetseite www.dein-traumziel.de, auf der nicht nur ein imposanter Imagefilm hinterlegt worden ist. Vielmehr werden hier Kunden über einen Reisebürofinder direkt zu einem Gespräch mit Reiseexperten in ein nahegelegenes LCC-Reisebüro eingeladen.

Auch lässt sich auf der Internetseite herausfinden, welcher „Urlaubstyp“ man ist, zum Beispiel ein „30 Grad“-Typ. Passend dazu kann man sich Live-Bilder von Orten anzeigen lassen, an dem diese Temperatur gerade vorherrscht. Ebenfalls angezeigt werden authentische Fotos. Die Bilder werden von Urlaubern, die schon an diesen Zielen angekommen sind, unter dem Hashtag #genaumeinziel gepostet. Falls die Urlaubsvorfreude dann immer noch nicht perfekt ist, hat LCC beim Musik-Streaming-Anbieter Spotify Playlists angelegt, die sich direkt von der Webseite aus abspielen lassen.

Auf die sechs Reisemotive als Einladung zum Gespräch weisen ab sofort insbesondere Posts in den Sozialen Netzwerken und Newsletter hin. Eingesetzt werden aber auch klassische Werbemittel wie Kundenstopper, Poster, Postkarten, Ticketaschen, das LCC TV und Anzeigenvorlagen. Auch auf die Imagekampagne abgestimmte Stoffbahnen hängen bereits vielerorts in den Schaufenstern der Lufthansa City Center.

Nicht zuletzt startet ab sofort eine Zusammenarbeit mit Influencern, die die Aufmerksamkeit von Kunden auf LCC lenken soll. Aber auch die Kunden selbst werden mit Hilfe von Gewinnspielen aufgerufen, interaktiv ihre Erfahrungen und Bilder auf den LCC-Kanälen zu hinterlassen.

Die Kampagne ist mit diesem ersten Schritt noch nicht beendet. LCC hat bereits viele weitere Ideen in der Pipeline, die in den kommenden Monaten umgesetzt werden.

Über Lufthansa City Center

Lufthansa City Center ist mit mehr als 570 Büros in etwa 90 Ländern und einem Gesamtumsatz von rund 5,3 Milliarden Euro das weltweit größte unabhängige Franchise-System im Reisebüromarkt. Etwa die Hälfte des Umsatzes wird jeweils im Geschäftsreiseverkehr und in der Touristik erzielt. Zur Kette von inhabergeführten Reisebüros mittlerer Größe gehören allein in Deutschland 300 Büros mit rund 2.400 Mitarbeitern. Weltweit beschäftigt das Reisebüronetzwerk etwa 5.300 Mitarbeiter. Weitere Informationen unter www.LCC.de und www.LCC-Businesstravel.de.

Redaktionskontakt:

SK medienconsult GmbH
Jörg Nielsen
Tel.: 0211/55 79 45-0
Mobil: 0170/54 67 015
joerg.nielsen@sk-medienconsult.de