

PRESSE- INFORMATION

Neuer TV-Spot: Mit L'TUR „superentspannt“ in den Last Minute-Urlaub reisen

Baden-Baden, 30.06.15 – Die L'TUR Tourismus AG startet eine groß angelegte Werbeoffensive. Der Direktveranstalter aus Baden-Baden positioniert sich dabei klar als Last Minute-Spezialist und emotionalisiert für die jetzt beginnende Feriensaison. Die Kampagne wird den ganzen Sommer über in Deutschland, Österreich und der Schweiz ausgespielt. Neben Paid Media wie TV, YouTube, Display und Banner/Wallpaper setzt L'TUR auch auf virale Effekte, Empfehlungsmarketing sowie die enorme Werbekraft der eigenen Plattformen – von Direktmarketing-Maßnahmen via Newsletter über Mobile und Facebook bis hin zur Homepage oder den mehr als 140 Shops werden sämtliche Kommunikations- und Vertriebskanäle des Unternehmens einbezogen.

Herzstück der medienübergreifenden Kampagne ist ein 25-sekündiger TV-Spot, der ab heute auf den reichweitenstarken Fernsehsendern der ProSiebenSat.1-Gruppe läuft und online bei YouTube verlängert wird. L'TUR zeigt in dem Werbespot einen Urlauber („Lars“), der auf unterhaltsame Weise seine Begeisterung für das „superentspannte“ Erlebnis einer Last Minute-Reise zum Ausdruck bringt. Hauptdarsteller ist der Schauspieler Christian Stock, unter anderem bekannt aus Rollen im Tatort und den Serien Pastewka oder Alarm für Cobra 11.

„Im vergangenen Jahr konnten wir durch die TV-Kampagne zur neu eingeführten Urlaubsflat den Traffic auf unserer Website massiv steigern“, sagt L'TUR-CEO Markus Orth. „Nach diesem riesigen Erfolg haben wir uns jetzt bewusst dafür entschieden, wieder mit einem stark Performance-orientierten Konzept in der Hochsaison die Werbetrommel zu rühren. Dabei fokussieren wir uns auch dieses Mal auf eine Kanalkombination aus klassischem TV-Flight, Social Media und digitaler True-View-Kampagne auf YouTube.“

Im unmittelbaren Werbeumfeld des TV-Spots präsentiert L'TUR zudem als Tag On (Dauer jeweils 5 Sekunden) vier preiswerte Last Minute-Pauschalreise-Pakete für die Türkei, Griechenland und Mallorca mit bis zu 50 Prozent Ersparnis. Auf der beliebten Baleareninsel wurde im Juni auch gedreht. Schauplatz war das schöne 5-Sterne-Hotel Be Live Collection Palace de Muro. Regie führte Djawid Hakimyar. Für die Kreation ist die Jung von Matt/365 GmbH verantwortlich. Produziert wurde der TV-Spot von der

L'TUR TOURISMUS AG | PRESSE
76530 BADEN-BADEN

Tel. +49 (0) 7221 366 366 | Fax +49 (0) 7221 366 639 | presse@ltur.de | www.ltur-presse.de

Nix wie weg.



PRESSE- INFORMATION

Agentur Sugar Ray und MR. BOB Films. Die Mediaplanung haben die Marketing-Experten von L'TUR unter der Leitung von Christian Zeller zusammen mit der ProSiebenSat.1-Tochter SevenVentures realisiert.

Über die L'TUR Tourismus AG: Seit über 25 Jahren ist die L'TUR Tourismus AG Europas Marktführer für Last Minute-Reisen. Im Geschäftsjahr 2013/2014 erzielte der Kurzfristspezialist einen Umsatz von 442,5 Millionen Euro, das entspricht einer Umsatzsteigerung von 13,5 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr. Die TUI Group ist mit 70 Prozent an L'TUR beteiligt, L'TUR-Gründer Karlheinz Kögel hält 30 Prozent. Die Last Minute-Reisen sind bis wenige Stunden vor Abreise buchbar und bis zu 50 Prozent günstiger als im Reisekatalog. Täglich gibt es rund 50 Millionen Angebote von über 10 000 Hotels und 130 Fluggesellschaften, darunter Lufthansa, TUIfly, Condor, Air Berlin und Germanwings. Die Reisen sind in 142 L'TUR Shops, über die Hotline +49 (0)761 557 557 und unter www.ltur.de buchbar.

L'TUR TOURISMUS AG | PRESSE
76530 BADEN-BADEN

Tel. +49 (0) 7221 366 366 | Fax +49 (0) 7221 366 639 | presse@ltur.de | www.ltur-presse.de

Nix wie weg.

