

# “Born to Go” - Samsonite startet neue, globale Kampagne für 2019

Samsonite



Köln, Mai 2019

Samsonite startet Mitte Mai 2019 seine erste globale, integrierte Werbekampagne, die von der Agentur Wunderman Thompson, Belgien entwickelt wurde. Die „Born to Go“ Kampagne bringt für die Reisegepäckmarke, die weltweit bekannt ist, eine neue Markenidentität zum Ausdruck. Wie der Slogan verrät, thematisiert die Kampagne die „on the go“-Mentalität, von der Menschen zunehmend geprägt sind – mit dem Wunsch, jederzeit überall hingehen zu können. In einer Zeit, in der die Welt zu einer globalen Drehscheibe geworden ist, deren Großstädte eine unaufhaltsame, magnetisierende Anziehungskraft ausüben, zeigt sich Samsonite als „go to“-Marke für Reisende, Pendler und alle, die immer in Bewegung sind.

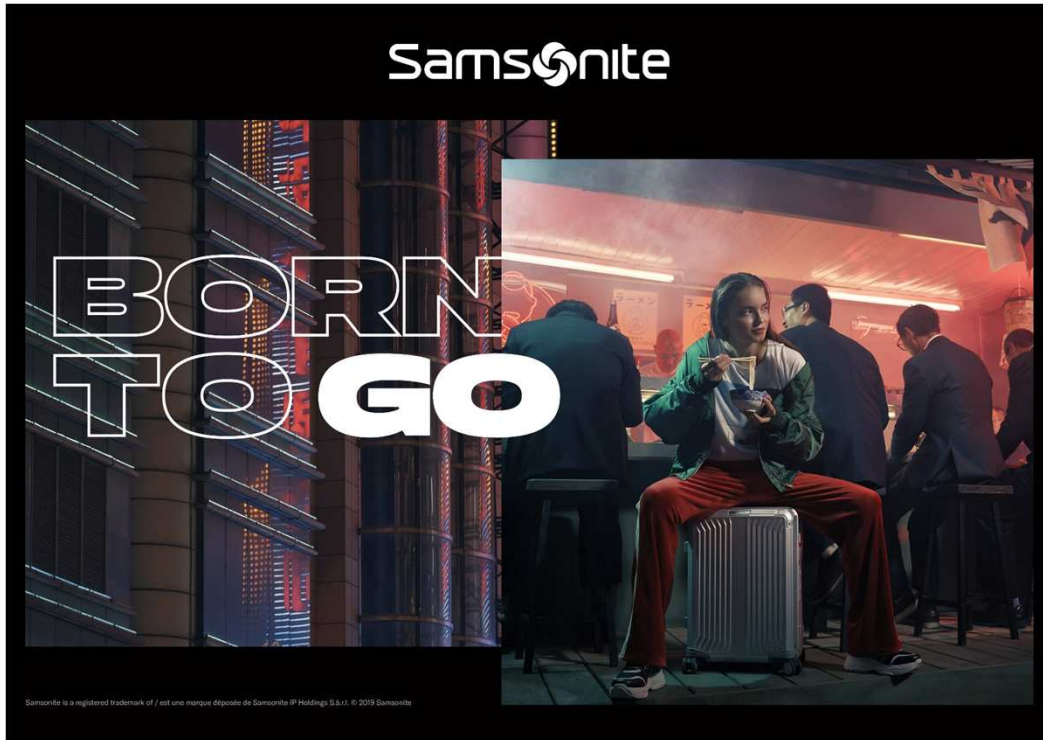
Samsonite und Wunderman Thompson, Belgien haben eine neue Markenpositionierung entwickelt, die die Wünsche der heutigen hochmobilen und erlebnisorientierten jungen Stadtnomaden aufgreift: „Für Samsonite gilt „born to go“, so wie du bist.“ Gemäß Lotte De Vreese, General Manager Samsonite Travel Europe, ist die Kampagnenerzählung von Samsonites Engagement inspiriert, intelligente, langlebige und leichte „On-the-go“-Lösungen für anspruchsvolle Reisende und Pendler zu entwickeln. Innovation ist seit den Anfängen des Unternehmens ein integraler Bestandteil der DNA von Samsonite. Die Gepäck- und Taschenkollektionen werden so konzipiert, dass sie das Reisen erleichtern und alle Wege öffnen, um die Welt zu entdecken.

## Eine globale Marken-Story

"Da Samsonite sein globales Markenimage verjüngen wollte, ohne sein Erbe, seine Authentizität und seine an Innovationen reiche Geschichte aus dem Blick zu verlieren, haben wir einen Weg erarbeitet, die globale Markengeschichte so zu erzählen, dass eine der stärksten Eigenschaften der Marke ihre Wirkung entfaltet: Innovation", sagt An Van den Cruyce, Chief Commercial Officer bei Wunderman Thompson, Belgien. "Wir sind stolz auf unsere Partnerschaft mit dieser globalen, kraftvollen Marke und auf die damit verbundene Chance für unsere Agentur, strategisch und kreativ neue Grenzen auszuloten." Die neue Markengeschichte ist die Basis für eine neue visuelle Identität und das globale Kampagnen-Toolkit.

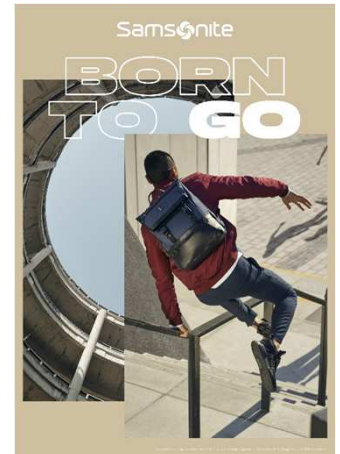
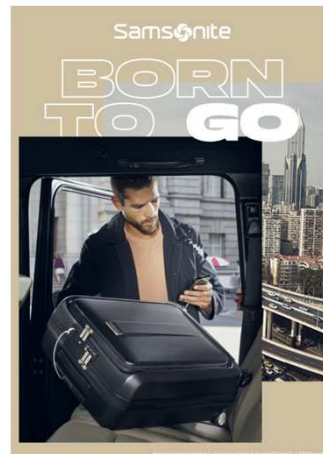
Die Kampagne sieht ihre Protagonisten – geprägt vom Lebensgefühl der Millennials – auf verschiedenen Reisen durch Städte rund um die Uhr, immer in Bewegung und unterstützt durch Gepäckstücke und Taschen von Samsonite. So werden verschiedene, aktuelle Kollektionen präsentiert, angefangen von innovativen, langlebigen Koffermodellen wie Lite-Box Aluminium bis hin zu Smart Cases und Rucksäcken mit integrierten USB-Ports – für sie und für ihn.

<https://www.youtube.com/watch?v=nMzXY2TJ12Y>



Für das globale Kampagnen-Toolkit „Born to Go“ wurde sowohl Foto- als Filmmaterial produziert. Das neue Markenvideo thematisiert urbanes Leben in Verbindung mit Assoziationen aus der rauen Natur und wurde in den Metropolen Buenos Aires, Bangkok und Kapstadt gedreht. Das Video wird weltweit – in Asien, Europa, Nordamerika und Lateinamerika – zu sehen sein. Es entstand in Zusammenarbeit mit Hamlet, einer kreativen Produktionsfirma, und Ben Strebel, einem mehrfach ausgezeichneten Regisseur von Musikvideos, Imagefilmen und Werbespots.

Für die Fotos, die in der Kampagne zu sehen sind, wurde mit dem renommierten, in London lebenden Fotografen Olly Burn und der Produktionsfirma Making Pictures zusammengearbeitet. Die Aufnahmen wurden vor Ort an realen, urbanen Schauplätzen zu verschiedenen Tages- und Nachtzeiten und bei unterschiedlichen Wetterbedingungen aufgenommen. Auch diese werden weltweit – vor allem für Werbeträger aus den Bereichen Online, Outdoor, Instore und Print – genutzt.



## **„Born to Go“ – wann und wo?**

Für die „Born to Go“-Kampagne, die Mitte Mai 2019 weltweit startet, wird es über einen längeren Zeitraum spannende Follow-ups geben, dazu zählen verschiedene globale On- und Offline-Aktivierungen, eine Retail-Strategie und eine internationale Influencer-Aktivierung. Die neue Markengeschichte wird über zahlreiche digitale und soziale Medien gespielt.

Für den deutschen Markt setzt Samsonite im ersten Schritt – ab Mitte Mai – auf Flughafen- und Online-Werbung ergänzt durch Social Media. Durch die Buchung der digitalen Premiumwerbeflächen des neuen AIRPORTconnect-Pakets ist die „Born to Go“-Kampagne gleichzeitig an den Flughäfen München, Stuttgart, Düsseldorf und Hamburg präsent. Auch auf dem Frankfurt Airport werden diverse Werbeflächen belegt.

„Der Werberaum Airport ist der ideale Touchpoint für hochrelevante Zielgruppen wie Business- und Leisure-Reisende. Wir begrüßen deshalb den Service, den das neue Flughafenetzwerk „Airport connect“ bietet. Es umfasst modernste Werbeplattformen, um unsere hochwertigen Kollektionen im Rahmen der aktuellen, europaweiten 360° Kampagne „Born to Go“ im deutschen Markt aufmerksamkeitsstark zu platzieren“, sagt Dirk Schmidinger, General Manager von Samsonite Deutschland.

Parallel zu der Flughafenwerbung werden im deutschen Markt zusätzlich einige Außenwerbeflächen in großen Städten belegt sowie zahlreiche Display-Anzeigen und Videos im Online-/Social Media-Bereich zu sehen sein; gezielte Influencer-Kooperationen werden die Kampagne ergänzen. Die Buchungen in diesen Bereichen werden, wie für alle europäischen Märkte, zentral gesteuert und koordiniert.

### **Über Samsonite**

Samsonite wurde im Jahr 1910 gegründet und ist die weltweit führende Marke für Reisegepäck, geprägt von einer Geschichte mit wegweisenden Lösungen für das Reisen. Bekannt für bahnbrechende Ergebnisse bei Forschung und Entwicklung sowie für seine Verpflichtung zur Innovation setzte sich das Unternehmen von Anfang an mit Neuentwicklungen an die Spitze der Branche. Samsonite bietet eine große Auswahl an Gepäckstücken, Business-, Damen- und Freizeittaschen, Kindergepäck sowie persönlichen Accessoires – immer mit dem Blick auf Leichtigkeit und Widerstandsfähigkeit, die es dem Reisenden einfacher machen, ferne Ziele zu erreichen.

**Pressekontakt Samsonite Europe:** Julie Verbruggen – [julie.verbruggen@samsonite.com](mailto:julie.verbruggen@samsonite.com)

**Pressekontakt Samsonite Deutschland:** Ursula Krisch-Kosseda – [ursula.kosseda@samsonite.com](mailto:ursula.kosseda@samsonite.com)

Tel. 0221 - 92 16 41 12

[www.samsonite.de](http://www.samsonite.de)

### **About Wunderman Thompson Belgium**

Wunderman Thompson is a creative agency with a focus on data and technology. Based on our own international expansion, we aim to inspire ambitious brands to grow. We advise clients in their own transition and help them write their own success story.

Smart strategy, innovative technology, in-depth data analysis and unique creativity: those are the ingredients that help us bring any marketing project to a successful close. This way we can help clients and brands play a pioneering role in our fast-changing digital world.

Day after day, more than 200 talented staff put their best foot forward in our Antwerp and Brussels branches. Wunderman Thompson Belgium is the sparring partner for, amongst others, Samsonite, DEME, MNM, Mazda, Swinkels Family Brewers, Telenet, MediaMarkt, Danone, National Lottery, Lunch Garden, IXINA, VAB, Pioneer DJ, Microsoft, Alken-Maes, Samsung, Bayer-Janssen-Ipsen, MSD, Carrefour, etc.

Wunderman Thompson Belgium is headed by co-founders Giovanni Canini and Erwin Jansen.

**Pressekontakt Wunderman Thompson Belgium:** Lieselot Moerkerke – [lieselot.moerkerke@wunderman.com](mailto:lieselot.moerkerke@wunderman.com)

## CREDITS

- **Client:**
    - **Marketing & Communication team**
  - **Creative Agency:**
    - Creative direction:
    - Creative team:
    - Account team:
    - Audiovisual producers:
    - Strategy:
    - Design Director:
    - Design team:
    - DTP team:
    - Motion design:
    - PR:
  - **Film production Company:**
    - Director:
    - Producer:
    - Executive Producers:
    - Post-Producer:
    - Director of Photography:
    - Music Composer:
    - Editor:
    - Editorial Company:
    - Sound Design & Music:
    - Color Grader:
    - VFX Company:
    - VFX Supervisor:
  - **Photographer's agent & Production Company:**
    - Photographer:
    - Local Production company in Cape Town:
    - Local Production company in Shanghai:
    - Post Production company:
  - **Font design:**
  - **Reactive typo design:**
- Samsonite**  
Lotte De Vreese, Alessandra Madonia,  
Faten Abchaoui
- Wunderman Thompson Antwerp,  
Belgium**  
Pieter Staes, Manuel Ostyn  
Kate Bellefroid, Jolien Tuyteleers  
Mieke Moortgat, Valentine Reuse, An Van  
den Cruyce  
Caroline Van Ranst, Ingeborg Van Hoof,  
Bruno Dejonghe  
Tom Vingerhoets, Kevin Schröder  
Sebastien Greffe  
Inge Vanhees, Virginie Rosseel, Jo Van  
Grinderbeek  
Theo Hagtingius, Anja Van Den Broeck  
Matthias Berghmans, Mikael Naudet  
Lieselot Moerkerke
- HAMLET Brussels – Belgium**  
Ben Strebel  
Sophie Brooks  
Ruben Goots, Jason Felstead, Thomas  
Hofman  
Dominique Ruys  
Ben Todd  
Willem Claesen  
Phil Currie  
Stitch Editing, London  
Sonhouse, Brussels  
Luke Morrison  
ETC, London  
Ally Burnett
- Making Pictures, London – UK**  
Olly Burn  
Nomad Productions  
Bloc Productions  
The Forge
- Noël Leu, Thierry Blancpain for Grilli  
Type, Luzern - Switzerland
- Anthony Velen, Kenny  
Brandenberger, Vevey – Switzerland