

Samsonite

#GenerationGo - die neue, globale Kampagne von Samsonite inszeniert die aktuellen Kofferkollektionen an der Seite von Globetrotterinnen und Instagram-Star Negin Mirsalehi



The advertisement features three main visual elements: on the left, a woman in a bright pink suit stands next to a blue Samsonite suitcase; in the center, the same woman sits on a blue suitcase, with the Samsonite logo and tagline 'LIGHT AND STRONG.' and the hashtag '#GenerationGo' overlaid on a grey background; on the right, a large, detailed view of a blue Samsonite suitcase is shown. At the bottom right, the text '@NEGIN_MIRSALEHI INFLUENCER & ENTREPRENEUR' is visible.

SAMSONITE.COM

Für die neue globale Werbekampagne 2018 setzt Samsonite auf Frauenpower und bindet einen kleinen Kreis starker Frauen ein, die sich durch ihr Gespür für das Business und souveränen Stil auszeichnen. Die Kampagne setzt Zeichen: Angeführt von **Negin Mirsalehi** – eine der Top-Influencerinnen auf Instagram und CEO eines Unternehmens mit Umsätzen im Millionenbereich – verkörpern die Protagonistinnen den Einfluss und Erfolg von Frauen in unserer modernen Welt!

Im Fokus der Kampagne stehen drei Samsonite Bestseller-Kollektionen: **Cosmolite**, **Lite-Box** und **Neopulse**. Die Koffer in "Made in Europe"-Qualität, überzeugen durch Leichtigkeit, Widerstandskraft sowie stilvolles Design und werden allen Wünschen anspruchsvoller Globetrotterinnen gerecht.

Alessandra Madonia, Communication Manager von Samsonite Europe erläutert: "Wir sprechen mit der Generation Go Kampagne alle Frauen an, für die das Reisen und Entdecken zum Alltag gehört. Sowohl bei kurzen Geschäftsreisen als auch bei ausgedehnten Fernreisen gibt ihnen Samsonite die Sicherheit, dass alles für sie Wertvolle gut geschützt mitreist und zu keiner Zeit Kompromisse bei Stil und persönlicher Ausstrahlung nötig werden."

Als eine der Top-Influencerinnen auf Instagram reist **Negin Mirsalehi** ausgesprochen viel und ist weltweit unterwegs. "Es war ein riesen Spaß mit Samsonite für die Kampagne zusammen zu arbeiten. Ich bin schon immer ein Fan der Marke und reise bereits seit Jahren mit Samsonite Koffern. Diese vereinen ausgesprochen gute Qualität mit einem super stylischen Look."

Die neue, globale 360°-Kampagne **#GenerationGo** schafft es eindrucksvoll und mit viel Energie, die zentralen Produktvorteile wie Leichtigkeit, Widerstandskraft und stilvolles Design zu inszenieren. Bekannt für seine einfühlsame Arbeit und seinen Sinn für Humor fängt Rankin mit seinem Agentur-Team "The Full Service" perfekt ein, wofür Samsonite steht.

Vicky Lawton, die als Fotografin an der Kampagne beteiligt war, sagt: "Generation Go ist ein perfekter Slogan, der die Attitüde der ausgewählten Frauen auf den Punkt bringt. Sie gehen ohne Zögern hinaus und wissen, was sie wollen. Das Video und die Bilder der Kampagne zeigen ihre beeindruckende Energie und absolute Non-Stopp-Mentalität."



Seit der Markteinführung im Jahr 2008 erweist sich **Cosmolite** als Bestseller: Bislang wurden weltweit bereits 2,7 Mio. Koffer aus dieser Kollektion verkauft. Sein ikonisches Design wurde mehrfach ausgezeichnet. Unter anderem mit dem angesehenen Red Dot "Best of the Best" im Jahr 2010. Im Laufe der Jahre gelang es Samsonite, den Cosmolite noch leichter zu machen, ohne die einzigartige Form des Designs zu ändern.

Die Kollektion **Neopulse**, die sich in schickem Metallic Blue kontrastvoll an der Seite von Negin Mirsalehi pinkfarbenem Hosenanzug zeigt, vereint Funktionalität, Leichtigkeit und Widerstandskraft. Diese idealen Reisebegleiter basieren auf einem innovativen, sich selbst verstärkenden Design. Der stylische Look der Kofferschalen ist in vier Metallic-Farben und zwei mattierten Varianten erhältlich. Ein komfortables Teleskopgestänge und vier rundum bewegliche Rollen machen das Reisen leicht, stilvoll und entspannt.

Die Kollektion **Lite-Box** wurde von Samsonite für Reisende mit höchsten Ansprüchen entwickelt – für alle, die Wert auf beste Materialien und modernes Design legen: Sie sind leicht und einfach zu manövrieren. Die Reisebegleiter, die man nicht mehr missen möchte, sind mit vier Doppelrollen, einem Doppelgestänge sowie einem TSA-Schloss für den zuverlässigen Schutz des Inhalts ausgestattet. Lite-Box basiert auf neuester Technologie und überzeugt durch Liebe zum Detail: Die kubische Form bietet großes Packvolumen und zeigt sich in einem dynamischen, vertikalen Rillen-Look; der markante Eckenschutz sorgt für Stärke an den richtigen Stellen. Wohin es auch geht – mit Lite-Box ist frau gut gewappnet.

Der weltweit bekannte Fotograf und Regisseur Rankin konzipierte und produzierte, gemeinsam mit seiner Kreativagentur "The Full Service", die Kampagne für Out of Home Medien an allen großen europäischen Flughäfen. **Rankin** sagt dazu: „Es ist wirklich cool, dass wir – ausgehend von einem Konzept – Inhalte für alle Kanäle geschaffen haben: und das in einem Guss. Es macht Spaß das Ergebnis zu sehen, das so effektiv ist. Ich bin sehr stolz darauf was wir geschaffen haben und sagen zu können, dass wir uns – mit diesem neuen Ansatz – an vorderster Front bewegen.“



Für weitere Informationen, Bild- und Musteranfragen wenden Sie sich bitte an:

Stefanie Sutter PR & Kommunikation	Ursula Krisch-Kosseda SAMSONITE GmbH
Tel: 0049-171 348 634 9	Tel: 0049-221 9216 4112
Email: samsonite@sutter-pr.com	Email: ursula.kosseda@samsonite.com

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.

www.samsonite.com



About Rankin

Synonymous with compelling portraiture, Rankin’s portfolio stretches from icons such as Kate Moss, David Bowie and The Rolling Stones to the Queen of England. Aside from photography, Rankin launched back in 1992 – together with Jefferson Hack – the iconic magazine Dazed & Confused. A decade later Jefferson and Rankin threw themselves in another adventure by launching AnOther Magazine and more recently they introduced HUNGER magazine. He also has his own creative agency called The Full Service, creating entire 360° campaigns under one roof across all touchpoints.