

26.03.2018 - 15:01 Uhr

Globale Kampagne für TUMI Latitude: Design auf Reisen

York (ots/PRNewswire) -

TUMI steht für Innovation, Funktionalität und durables Design und präsentiert heute mit TUMI Latitude seine jüngste Premium-Reihe. Diese Reisesammlung von TUMI bietet die bis dato leichtesten Hartschalenkoffer - TUMI Latitude stellt sämtliche Standards für Haltbarkeit und Konstruktion in den Schatten und ist dafür geschaffen, jede Reise so stilvoll wie nur möglich zu machen.

Um TUMIs neueste Innovation angemessen zu zelebrieren, hat sich die Marke auf eine atemberaubende Reise entlang eines einzigen Breitengrads mit Schauspieler und Emmy-Gewinner Alexander Skarsgård einmal um die ganze Welt begeben. Regie führte Augustus Punch, und im Kampagnenverlauf sollten das überlegene Design, die Qualität, Langlebigkeit und Funktionalität von TUMI Latitude unter Beweis gestellt werden - für jede dieser Eigenschaften gab es einen Zwischenstopp auf dieser Reise

- Tolna/Szekesyard, Ungarn: Der Geburtsort von TUMILatitude - hier erhält unser Held, verkörpert von Alexander, seine Aufgabe, und das Abenteuer nimmt seinen Lauf
- Comer See, Italien: Die erste Station auf Alexanders Reise mit TUMI Latitude. Alexander kommt mit einem klassischen RIVA-Motorboot an und macht die Bekanntschaft unserer Heldin, Schauspielerin und Model Camille Rowe. Hier, am Comer See, erhält Alexander entscheidende Informationen, was ihn zu seiner nächsten Destination drängt
- Cougar Mountain, Washington: Alexander erkundet den pazifischen Nordwesten der USA und fliegt mit einem Oldtimer-Flugzeug, sein TUMILatitude immer dabei, auf sein nächstes Abenteuer zu
- Mongolei: Alexander ist auf seiner Reise durch die Mongolei per Zug, Auto und Kamel mitsamt TUMI Latitude völlig den Elementen der Natur ausgesetzt. Er muss eine Nacht unter freiem Himmel verbringen, bevor er das Ziel seiner Mission findet und nach Ungarn zurückkehrt.

"Bei der TUMI Latitude-Kampagne dabei sein zu können, war großartig, ich hätte mir gar nichts Schöneres vorstellen können", erklärt Alexander Skarsgård. "Ich durfte mit einem buntgemischten Haufen von richtig liebenswerten und unglaublich talentierten Leuten einmal um die ganze Welt reisen. Das Produkt an sich ist übrigens sehr beeindruckend - ich hab es ja ein paarmal versucht, ein Gepäckstück vorsätzlich zu beschädigen, allerdings ohne jeden Erfolg".

Die Kampagne, die sich auf die ununterbrochene Reise entlang eines einzigen Breitengrads fokussiert, zeigt das ausgeklügelte Design und die Leistungsfähigkeit der Kollektion, egal, was Landschaft, Klima oder kulturelles Umfeld dem Reisenden bescheren. Hier geht es nicht nur um Form und Funktion, sondern auch um die Perfektionierung des Reisens, darum, auf ungeplante oder überraschende Weise von Ort zu Ort zu gelangen, und dabei natürlich auch interessante Menschen zu treffen. Die Kampagne wird global auf verschiedenen Social Channels einschließlich Facebook und Instagram Out-of-Home und digital laufen.

"TUMI strebt stets danach, mit jeder neuen Kollektion Leistung, Design und Stil der Spitzenklasse zu bringen", sagt Victor Sanz, TUMIs Creative Director. "Wir wollten mit TUMI Latitude eine Kollektion schaffen, die unseren Kunden das Beste vom Besten in Sachen Innovation und Ästhetik bietet - dies trieb uns an, Gewicht, Funktion, Haltbarkeit, Aufteilung und Ausstattung und weiteres mehr zu verbessern. Wir lassen uns immer wieder von Weltbürgern auf einzigartigen Reisen inspirieren, und gemeinsam mit Alexander eine derart atemberaubende weltumspannende Fahrt anzutreten, war eine unglaubliche Erfahrung".

TUMI Latitude ist in verschiedenen Handgepäck- und Check-in-Gepäckgrößen unter anderem in den Formaten internationales Handgepäck, Koffer für Kurzreisen und als Koffer für lange Reisen verfügbar. Die Varianten, die jeweils in Schwarz, Navy und Silber erhältlich sind, bewegen sich preislich zwischen 645 USD und 795 USD und werden in ausgewählten TUMI-Stores weltweit und auf TUMI.com angeboten.

Informationen zu TUMI

TUMI kreiert seit 1975 erstklassiges Premium Reisegepäck und Business-Accessoires, mit dem Ziel, alle Aspekte des Reisens zu verbessern, zu vereinfachen und zu verschönern. Mit makelloser Funktionalität, gepaart mit einem starken Sinn für Innovation und Inspiration, ist TUMI der ständige Begleiter für Impulsgeber und Macher auf ihren Reisen zu neuen Ufern. Die Marke ist weltweit an über 2.200 Verkaufsstellen in 75 Ländern erhältlich. Mehr zu TUMI erfahren Sie unter www.TUMI.com

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/658270/TUMI.jpg>

Logo - https://mma.prnewswire.com/media/214382/tumi_logo.jpg

Kontakt:

TUMI

Zoe Saunders

zoe.saunders@tumi.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100051153/100813816> abgerufen werden.