

28.01.2019 - 06:30 Uhr

TUMI stellt globale Kampagne mit Lenny & Zoë Kravitz vor

York (ots/PRNewswire) -

Die von Eliot Rausch geleitete Kampagne wurde auf den Bahamas gefilmt, dem beliebten Hafen, der den Geist der Familie Kravitz geprägt hat. TUMI ehrt die Weitergabe von Tradition, Geschichten und Familienwerten von Generation zu Generation und bringt die Familie Kravitz bei ihrem ersten Filmprojekt auf der innigen Suche nach dem Ort zusammen, an dem alles begann. Es veranschaulicht die Stärkung der Bindungen von Einzelpersonen und die tragende Rolle, die TUMI dabei spielt. Das Ziel ist es dabei, das Verständnis zu vermitteln, dass nicht das Ziel, sondern die unschätzbaren Momente, die auf dem Weg entstehen, am wichtigsten sind.

"Für mich geht es bei dieser Kampagne darum, uns mit uns selbst, unseren Wurzeln und untereinander zu verbinden", sagt Zoë Kravitz. "Ich genoss die Zusammenarbeit mit TUMI und die Idee, eine Geschichte über Reisen, Familie und die Verbindung zu den eigenen Wurzeln zu erzählen. Es war erstaunlich, zum ersten Mal auf die andere Seite der Insel zu reisen und zu erfahren, woher meine Familie stammt. Wir möchten damit unseren Ältesten und früheren Generationen Respekt zollen. Es war insgesamt eine großartige Erfahrung, die ich zusammen mit meinem Vater erleben durfte".

"Als Kunde von TUMI bin ich ein Bewunderer der Marke seit meiner ersten Tour", sagt Lenny Kravitz. "Wenn Sie reisen und aus dem Koffer leben, wird Ihr Gepäck zu einer Erweiterung Ihres Zuhauses und zum wichtigen Bestandteil Ihres Lebens. Es wird zu Ihrem ständigen Begleiter: im Flugzeug, im Tourbus, im Hotelzimmer, hinter der Bühne oder am Set. Sie wollen also, dass es zuverlässig und langlebig ist und ein Zeichen setzt. Für mich verkörpert TUMI all diese Eigenschaften in vollem Umfang. Die Arbeit an der Kampagne hat sich für uns sehr gelohnt. Ich hatte nicht nur die Möglichkeit, ein großartiges Produkt zu präsentieren, sondern es war auch eine sehr bereichernde Zusammenarbeit, da ich an vielen kreativen Elementen der Kampagne beteiligt war."

1983 stellte TUMI sein unverwechselbares Ballistic Nylon vor, ein Material, das die Reisebranche revolutionierte. TUMI integrierte das extrem widerstandsfähige Material, das ursprünglich vom Militär zum Schutz der Truppen im Zweiten Weltkrieg vor Granatsplittern eingesetzt wurde, in seine Gepäckstücke, damit sie den Strapazen unzähliger Reisen standhalten können. Nach strengen Tests, bei denen die Widerstandskraft der Gepäckstücke nachgewiesen wurde, ergänzte TUMI seine Produkte mit patentierten Funktionen: U-Reißverschlussaschen, Teleskopgriffe, Doppelradsysteme, Add-a-Bag, Erweiterungssysteme, TUMI Tracer®-Innen- und Außenausstattung, die das Leben unterwegs komfortabler gestalten. Durch die Kombination entstand der zuverlässigste und bewährteste Reisebegleiter, den die Branche je gesehen hat. Jetzt, 35 Jahre später erweiterte TUMI seine legendäre Kollektion mit Alpha 3.

"Mit der Einführung von A3 bauen wir unsere langjährigen Markenqualitäten weiter aus", erklärt Victor Sanz, Creative Director von TUMI. "Wir sahen es schon immer als Ansporn, dass unsere Produkte einen essenziellen Bestandteil dieser Reisegeschichten bilden. Deshalb waren wir absolut begeistert darüber, dass sowohl Lenny als auch Zoë Kravitz uns an ihrer perfekten Reise teilhaben ließen."

Alpha 3 wird als Teil einer breiten Palette von Reiseprodukten, Rucksäcken, Daybags, Zubehör und vielen weiteren Produktkategorien angeboten. Die Produkte der Kollektion werden in TUMI Einzelhandelsgeschäften weltweit und auf TUMI.com für 35 bis 1.175 US-Dollar angeboten. Die Kampagne läuft weltweit auf allen sozialen Kanälen der Marke, darunter Facebook und Instagram, OOH und Digital.

Informationen zu TUMI

Seit 1975 entwickelt TUMI erstklassige Geschäfts- und Reisebedarfsartikel, um alle Facetten des mobilen Lebens zu bereichern, zu vereinfachen und zu verschönern. Wir vereinen einwandfreie Funktionalität mit unserem Einfallsreichtum und setzen uns dafür ein, Reisende und aktive Menschen als Partner zu unterstützen, wenn sie ihre Leidenschaften ausleben. Die Marke wird weltweit in über 75 Ländern an rund 2.000 Verkaufsstandorten angeboten. Weitere Informationen zu TUMI erhalten Sie unter www.TUMI.com

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/812481/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/100051153/100824315> abgerufen werden.