



360Grad-Kampagne

AIDA Cruises und Zum goldenen Hirschen nehmen Kurs „auf nach AIDA“

Das Kreuzfahrtunternehmen AIDA Cruises startet mit dem Jahresauftakt in die Saison 2022. Seit dem 3. Februar stehen in der neuen Kampagne von Zum goldenen Hirschen Hamburg nicht die zahlreichen Destinationen im Fokus - vielmehr präsentiert sich AIDA selbst als ein besonderes Reiseziel.

Im Frühjahr des vergangenen Jahres hatte AIDA Cruises bekanntgegeben, die Markenarbeit und das Kampagnengeschäft für den deutschen Markt in die Hände der Agenturmarke Zum goldenen Hirschen zu geben, die sich seither neben den Markenkampagnen auch um Strategie und saisonale Aktivierungskampagnen kümmert. Mit der neuen, von den Hirschen umgesetzten Kampagne wird AIDA als ein Sehnsuchtsort dargestellt, an dem vielfältige Möglichkeiten aufeinandertreffen und so Vorfreude entfacht wird. Eine Kampagne, die von Gegensätzen erzählt und Emotionen einen Raum gibt.

Die vielschichtige Kampagne hat nicht nur zwei Ebenen, sie richtet sich gleichzeitig an zwei Zielgruppen. In einem ersten Flight der seit Anfang Februar läuft, wird AIDA erstmals als eigene Destination positioniert. Es werden vor allem Zielgruppen wie etwa Familien angesprochen, für die eine Kreuzfahrt zum Teil komplettes Neuland ist. In der zweiten Kommunikationsphase werden fremde Länder und Destinationen in den Vordergrund rücken. Diese richtet sich an die Kernzielgruppe, passionierte Kreuzschiffpassagiere und AIDA-Fans.

Unter dem Motto: „Auf nach AIDA.“ haben die Hamburger Hirschen mehrere TV-Spots, Funkspots sowie Anzeigen konzipiert und produziert. Verlängert wird die Kampagne auf den Online-Kanälen in Form von Display-Bannern und Online-Videos, im Radio, in Reisebüros und in der Außenwerbung.

„Die Kampagne soll den Kunden das Gefühl vermitteln, mehr als eine Kreuzfahrt zu unternehmen. Wer zu uns an Bord kommt, entdeckt einen aufregenden Ort, der Gegensätzliches gleichzeitig erlebbar macht. Action und Ruhe. Entertainment und Naturschauspiele. Unterwegs sein und sich zu Hause fühlen,“ sagt Alexander Ewig, Senior Vice President Marketing bei AIDA.



Auf den Kampagnenmotiven wird die Vielfalt an Bord deutlich und belegen das, was AIDA zur tollsten Location der Welt macht. Im TVC geht die Kampagne einen Schritt weiter, hier machen die bald Gäst:innen aus lauter Vorfreude ungewöhnliche Dinge. So braucht es auch nicht mehr als ein Handtuch unterm Arm und einem Lächeln im Gesicht, um an Board zu gehen.

Credits

AIDA Cruises

Stefanie Finck (Manager Brand Marketing)

Daniel Cachandt (Head of Creative Unit)

Zum goldenen Hirschen

Jens Portmann (GF)

Jana Riensch (Strategie)

Henrik Stefani (CD)

Louisa Nix (Etatdirektion)

Denise Stein (Etatdirektion)

Tizian Veigel (Art Director)

Michiko Stefani (Senior Texterin)

Alexandra Schröer (Producerin)

AIDA Cruises ist das führende Kreuzfahrtunternehmen in Deutschland und bietet Reisen zu über 250 Häfen auf der ganzen Welt an. Ein AIDA Urlaub bietet Gästen jeden Alters ein abwechslungsreiches Bordprogramm, kulinarische Vielfalt, Premium-Entertainment, unvergessliche Landausflüge, zahlreiche Sportangebote und Wellnessbereiche zum Entspannen. Die moderne Flotte umfasst aktuell 12 Schiffe, darunter der weltweit erste Neubau mit innovativem und emissionsarmem LNG-Antrieb. Mit der Indienststellung von AIDAcosma, dem zweiten LNG-Schiff, wird AIDA Cruises seine Kapazität und Angebotsvielfalt erweitern und den nachhaltigen Wachstumskurs fortsetzen. Das langfristige Ziel ist der emissionsneutrale Schiffsbetrieb seiner gesamten Flotte im Jahr 2040.

Zum goldenen Hirschen wurde 1995 gegründet und ist eine der größten inhabergeführten Agenturen Deutschlands mit rund 350 Mitarbeitenden an sechs Standorten in Berlin, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien. Integrierte Teams aus Strategie-, Werbe-, PR- und Digital-Expert:innen decken das gesamte Feld der Kommunikation ab und entwickeln zielgenaue, kreative und bisweilen andersartige Lösungen von hoher Relevanz und Wirksamkeit. Durch unsere dezentrale Struktur in Form von sechs Standorten mit unterschiedlichen und sich ergänzenden Kompetenzschwerpunkten betreuen wir als Agenturmarke eine Fülle an Unternehmen, Verbänden und Institutionen aus unterschiedlichsten Bereichen.

Weitere Informationen

Zum goldenen Hirschen

Anne Oloff

Senior Corporate Communications Manager

m: [0171-8129102](tel:0171-8129102)

e: oloff@hirschen.de