



# PRESSEMITTEILUNG

München, 15. Oktober 2019

## Flugbegleiterin in der Hauptrolle: Lufthansa setzt bildstarke Markenkampagne #LifeChangingPlaces fort

- Markenkampagne #LifeChangingPlaces startet in die dritte Runde
- Kampagne erzählt die bewegende Geschichte einer Lufthansa Flugbegleiterin deren gesellschaftliches Engagement in Äthiopien ihr Leben verändert
- Ergänzende Installationen an den Lufthansa Hubs Frankfurt und München sammeln Spenden für help alliance

Reisen kann ein Leben verändern: Die inspirierende Kraft von Orten abseits der eigenen Lebensrealität steht im Zentrum der Lufthansa Kampagne #LifeChangingPlaces. Heute startet in Deutschland in Kinos, TV und online die dritte Welle der 2017 erstmals gelaunchten Kampagne.

Im Zentrum des neuen Spots steht eine bewegende Begegnung in Äthiopien. Im Rahmen eines Flugeinsatzes in das im Nordosten Afrikas gelegenen Land entdeckt die Lufthansa Flugbegleiterin Maira die unglaubliche Vielfalt des Landes und die Freundlichkeit der Menschen. In Addis Abeba besucht sie das Mother & Child Rehabilitation Centre, das sich für Mütter und Kinder engagiert, die Opfer von Gewalt geworden sind. Der Besuch verändert für Maira alles. Auch dank ihr ist das Zentrum heute ein Projekt der help alliance, Hilfsorganisation der Lufthansa Group, die einst Lufthansaer gründeten.

„Ein faszinierender Ort, eine bewegende Geschichte. Wieder beweisen wir mit unserer Digital-First-Kampagne #LifeChangingPlaces, wie sehr es sich lohnt, offen durch die Welt zu gehen. Das ist spannender Content auf so vielen Kanälen wie nie zuvor“, sagt Benita Struve, Leiterin Marketing Communication & Campaigns.

### Crossmediale Auspielung sorgt für große Reichweite

Die Kampagne wird crossmedial ausgespielt. Sie begleitet die Zielgruppen über zahlreiche Kanäle mit inspirierenden und aktivierenden Inhalten im Sinne des Lufthansa Claim „Say yes to the world“. Die Spots laufen im TV, im Kino sowie im Internet. Auch in Printanzeigen und Plakaten sorgt die Kampagne für eine große Reichweite. Zugleich findet die Kampagne auf allen relevanten Social-Media-Kanälen statt. Darüber hinaus spricht in einem Podcast die renommierte Journalistin Shelby Stanger mit der Lufthansa Flugbegleiterin Maira über ihre



Reise nach Äthiopien und wie diese ihr Leben veränderte. Zu hören ist der Podcast unter anderem auf Spotify, Apple Podcasts, Soundcloud, Deezer, Google Podcasts und Amazon Alexa.

## **Innovative Formate sammeln Spenden**

Interaktive Installationen ergänzen die Kampagne und sammeln Spenden für die help alliance. Im Terminal 1 im Frankfurter Flughafen sowie im Terminal 2 am Airport München können Fluggäste über das Senden von Emojis für Projekte der Lufthansa Hilfsorganisation spenden. Ein weiteres interaktives Erlebnis bietet der „Help Desk“ – eine Augmented Reality Installation, die unter anderem wichtige Schulmaterialien auf einem Tisch aus dem Nichts sichtbar macht. Die Nutzer können sie mit ihren Smartphones entdecken und ebenfalls direkt spenden.

Die integrierte Digitalkampagne entstand in enger Zusammenarbeit mit der Lufthansa Lead Agentur Kolle Rebbe, DDB & Tribal Hamburg, Elbkind Reply und Territory. Die verantwortliche Filmproduktion ist 27km, Regie führte Vincent Urban. Die Lufthansa Magazine in Print und Digital stammen von Territory. Für die ganzheitliche Mediaplanung ist Mindshare verantwortlich.

Mehr Informationen und inspirierende Geschichte rund um #LifeChangingPlaces finden sich auf [lufthansa.com/places](http://lufthansa.com/places)

Weiterführende Informationen zur help alliance, der Hilfsorganisation der Lufthansa Group und ihrer Mitarbeiter, finden sich unter [www.helpalliance.org](http://www.helpalliance.org)

### **Media Relations**

Lufthansa Group  
Christian Gottschalk  
Telefon +49 89 977-2900  
[christian.gottschalk@dlh.de](mailto:christian.gottschalk@dlh.de)

<http://newsroom.lufthansagroup.com/>  
Follow us on Twitter: @lufthansaNews