



Germanwings

Airline empfiehlt Raketenwerfer

LLR holt mit drei originellen Kampagnen Besucher auf die Website der Fluglinie.

Kampagne

Die Hamburger LLR zeigen für ihren Kunden Germanwings ihre medienübergreifenden Fähigkeiten. Das Motto passt zum Selbstverständnis der Low-Cost-Airline: Wer nicht reich ist, muss wenigstens mutig sein.

Dubiose Angebote machen **Lukas Lindemann Rosinski** (LLR) für ihren Kunden **Germanwings**. In Kleinanzeigen und auf Online-Bannern bewerben die Hamburger Kreativen derzeit eine Anti-Burn-Out Salbe, ein Raketenwerfersystem für Autos zum Aggressionsabbau oder die Krankschreibung zum Selbstausfüllen. Tippt der gestresste Leser dann tatsächlich die jeweils angegebenen Internetadressen (www.anti-burnout-salbe.de oder www.krawong.de) ein, gelangt er auf die Germanwings-Seite. Dort wird der Nutzer mit einem plakativen „Urlaubsreif?“ empfangen. Die Low-Cost-Airline empfiehlt daraufhin ihre günstigen europäischen Flüge als sinnvollere Entspannungsmethode. „Wir wollen trotz minimalen Mediabudgets maximale Aufmerksamkeit erzeugen“, so LLR-Geschäftsführer **Bernhard Lukas**, „und haben uns deshalb für die Verlängerung einer klassischen Kleinanzeigenkampagne ins Internet entschieden.“



Auf Kundenseite zeichnet Marketingleiter **Thomas Labonde** für die Kampagne verantwortlich. In der Agentur sind Tom Hauser (Text), Michael Mackens (Art), Daniela Stephan (Beratung) und Anika Zocholl (Kontakt) zuständig.

Die junge Agentur betreut den Lead-Etat der Fluglinie seit Juli dieses Jahres. Lukas Lindemann Rosinski hatte sich in einem lange währenden Pitch schließlich gegen Ethathaler Wire aus Hamburg durchgesetzt.

Die drei Geschäftsführer Bent Rosinski und seine Partner Bernhard Lukas sowie Arno Lindemann hatten Anfang des Jahres Jung von Matt/Fleet verlassen, um eine eigene Agentur zu gründen. Jung von Matt ist an dem Hotspot beteiligt, der im Hamburger Stadtteil Ottensen sitzt.

jat