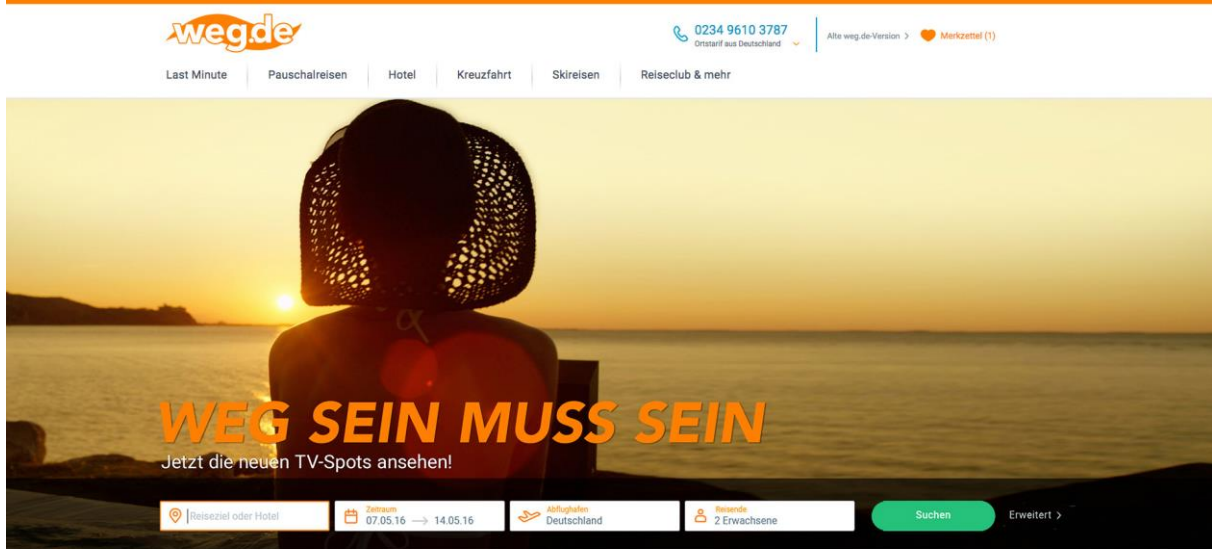




weg.de pocht auf das „Grundrecht auf Urlaub“

+++ weg sein muss sein: TV-Spots thematisieren den wohl verdienten Urlaub nach getaner Arbeit +++ Alles neu bei weg.de: Neuer Claim, neue Kampagne und neues Logo +++

München, 3. April 2017 (WDE) – Durchpowern und dann ausspannen: Die neue TV-Kampagne des Online-Reiseportals www.weg.de stellt die vielen Helden des Alltags in den Mittelpunkt. Die TV-Spots thematisieren die wohlverdiente Auszeit für alle Menschen, die ihren Job und Alltag mit Leidenschaft und Power meistern. Die Grundidee dabei lautet: Wer viel leistet, braucht auch mal Pause. „Weg zu sein“ ist ein grundlegendes Bedürfnis, nach dem Motto: ohne Urlaub – keine Erholung. Der neue Claim „weg sein muss sein“ bringt diese Botschaft in den originellen Spots auf den Punkt. Zusätzlich wurde dem Logo des Reisevermittlers ein moderner und klarer Look verpasst. Bereits seit Ende 2016 punktet die Website von weg.de im neuen responsive Design und einer deutlich nutzerfreundlicheren und inspirativeren Gestaltung.



TOP Frühbucher-Angebote



In den fünf neuen TV-Spots werden typische Alltagssituationen gezeigt: Menschen, die stolz sind auf das was sie tun, sich aber hin und wieder eine Auszeit nehmen – denn weg sein muss sein. Alle, die hart arbeiten und täglich ihr Bestes geben, im Job wie zuhause, brauchen Urlaub, in dem sie ihre Batterien wieder aufladen können. Sven Ahrens, Geschäftsführer COMVEL GmbH, zu der die Marke weg.de gehört, erklärt: „Leider sind Urlaubstage limitiert. Deswegen glauben wir bei weg.de nicht nur daran, dass jeder ein Recht auf Urlaub hat, sondern ein Recht auf den besten Urlaub zum erschwinglichsten Preis. Wir wollen, dass sich wirklich jeder

Erholung leisten kann.“ Ahrens weiter: „Mit dem neuen Claim ‚weg sein muss sein‘ und der dazugehörigen TV-Kampagne treffen wir den Nerv der Zeit und sprechen mit unserer Botschaft gleichzeitig ganz unterschiedliche Zielgruppen an, die sich einen perfekten Urlaub durch ihr tägliches Engagement mehr als verdient haben.“ So erklärt weg.de am Beispiel eines Krankenpflegers „Wer immer für andere da ist – muss auch mal weit weg sein“ oder hebt im Falle einer Mutter hervor: „Wer alles im Griff hat – muss auch mal loslassen können“.

Alle Spots ansehen unter www.weg.de/tv

Die Kreation der TV-Kampagne stammt von der Agentur Blood in Hamburg, die Produktion hat e+p films übernommen. Die 20-sekündigen Spots sind ab sofort auf den Sendern der ProSiebenSat.1 Media Group zu sehen, zu der die COMVEL GmbH gehört. Das frische Redesign des weg.de-Logos fügt sich nahtlos in die Kampagne ein und spiegelt mit dem neuen Claim „weg sein muss sein“ prägnant die Botschaft wider. Beibehalten wurde die bekannte Welle im Schriftzug, der nun in einem simplen aber modernen Orange gehalten ist. Die neue Farbgestaltung setzt sich auch auf der Website fort, die seit Mitte Dezember 2016 zudem responsiv und deutlich übersichtlicher und inspirativer gestaltet ist.

Über weg.de

weg.de ist eines der bekanntesten Online-Reiseportale Deutschlands und bietet seinen Kunden von Pauschalreisen und All-inclusive-Reisen über Hotel und Flügen bis hin zu Kreuzfahrten, Mietwagen und Skireisen das gesamte Reiseportfolio an. Kunden überzeugen vor allem die Übersichtlichkeit, Nutzerfreundlichkeit und große Auswahl des Reiseportals. weg.de wurde im März 2005 in München gegründet und ist eine Marke der COMVEL GmbH. Die COMVEL GmbH gehört zu den am schnellsten wachsenden Touristikunternehmen Europas und ist ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE.

Für weitere Presseinformationen:

Daniela Dalke/Melanie Nagy
Wilde & Partner Public Relations
Tel. +49 (0)89 - 17 91 90 - 0
info@wilde.de/www.wilde.de