

Pressemeldung

#unersommerzuhause

LASCANA setzt innovative Social-Media-Kampagne mit zahlreichen Content Creators um

Das Hamburger Unternehmen lanciert unter dem Motto „Unser Sommer zu Hause“ eine remote gesteuerte Social-Media-Kampagne und setzt dabei auf vielseitige Influencer-Power, um den individuellen Entdeckergeist für regionale Reisen auch in der Coronazeit zu fördern.

Hamburg, den 7. September 2020

Unter dem Motto „Unser Sommer zu Hause“ lässt LASCANA rund 10 verschiedene Content Creators durch Deutschland, Österreich und die Schweiz reisen. Das Ziel der remote gesteuerten Social-Media-Kampagne ist es aufzuzeigen, dass man nicht in fremde Länder reisen muss, um den Entdeckergeist in sich zu wecken, sondern stattdessen die Schönheit des eigenen Zuhauses erleben kann.

„Wir haben die besondere Situation rund um Urlaubsreisen im Zuge der Auswirkungen des Coronavirus zum Anlass genommen, um eine innovative und inspirierende Social-Media-Kampagne zu kreieren, die den individuellen Entdeckergeist fördert und zum Urlaub in Deutschland animiert. Zugleich war es unser Ziel, unser bestehendes Influencer-Marketing auszubauen und weiterzuentwickeln“, erklärt Sarah Rissen, Head of Multi-Channel-Marketing bei LASCANA.

Zwischen Mitte Juli und Mitte September erleben, gemeinsam mit LASCANA sowie den beiden Kooperationspartnern Hymer Freizeitfahrzeuge und NOVASOL Deutschland Ferienhäuser, unter anderem die Content Creators „The Fashion Fraction“, „Shoppisticated“ sowie „Donna Romina“ und viele weitere, ihre persönlichen Sommermomente zu Hause. Die Influencer fungieren dabei als Entdecker der eigenen Region, die unter dem Hashtag #unersommerzuhause ihre individuellen Reisekonzepte, Urlaubstipps und passenden LASCANA Sommer-Looks vorstellen. Entsprechend dem LASCANA Multi-Channel-Gedanken ist die Social-Media-Kampagne zudem eng mit dem eigenen Onlineshop verknüpft – jeweils

individuelle Landingpages auf www.lascana.de ermöglichen das Nachshoppen der auf den Social-Media-Kanälen präsentierten Influencer-Reiselooks.

Entstanden ist im Rahmen der dreimonatigen Sommer-Kampagne ein vielfältiger Content in Form von zahlreichen Postings auf Facebook, Instagram und Pinterest sowie Bewegtbild-Aufnahmen und Reisetipps für die jeweiligen Regionen, die einen Blick werfen auf das, was man während dieser besonderen Zeit im Heimaturlaub erleben kann und welche Sommermode von LASCANA dabei die perfekte Ergänzung ist. Flankierend zum Content der Influencer, der ebenfalls auf den unternehmenseigenen Social-Media-Kanälen gespiegelt wird, arbeitet LASCANA mit begleitenden Reichweiten- und Markenbekanntheit-Advertisements, die durch die Hamburger Mediaagentur BPN platziert wurden.

Hochauflösendes Bildmaterial der Kampagne steht unter folgendem Link zum Downloaden bereit: <https://we.tl/t-LD1e94h31X>

Über LASCANA

Das 2006 gegründete Multi-Brand-Konzept „LASCANA – It's a woman's world“ präsentiert sich auf dem Wäsche- und Bademoden-Markt mit 27 eigenen Filialen, 10 eigenen internationalen Online-Shops, 1.100 Shop-in-Shop- und Wholesale-Flächen sowie dem Marktplatzgeschäft. LASCANA zeichnet sich durch hohe Qualität und erstklassige Passform zu attraktiven Preisen aus. Namhafte Lizenz-Marken wie u. a. Bench, s.Oliver, Jette, Buffalo, Sunseeker und Venice Beach setzen neben der Eigenmarke LASCANA exklusive Akzente und komplettieren das Angebot.