

TUI Suisse lanciert Branding-Kampagne für alle Sinne

Zürich, 24. März 2025. Mit Beginn des Frühlings startet TUI Suisse eine neue Branding-Kampagne, bei der die emotionalen und sinnlichen Erlebnisse des Reisens im Mittelpunkt stehen. Die Kampagne läuft ab sofort in der gesamten Schweiz, unter anderem über Visuals und Botschaften auf grossflächigen Out-of-Home-Medien an zentralen Standorten sowie über sämtliche Kommunikationskanäle des Reiseveranstalters.

«Reisen bieten eine Fülle von sinnlichen Erlebnissen, die unsere Emotionen ansprechen und dadurch unvergessliche Momente schaffen. Ob es der Anblick atemberaubender Landschaften oder der Geschmack exotischer Speisen ist – diese Eindrücke berühren uns tief und machen jede Reise einzigartig. Mit unserer Kampagne möchten wir die Sehnsucht nach solchen Erlebnissen und die Neugierde am Entdecken unserer vielfältigen Reisewelten wecken», kommentiert Philipp von Czapiewski, Managing Director TUI Suisse.

Emotionale Ansprache und sinnliche Live-Erlebnisse

Die Kampagne rückt eindrucksvolle, authentische Bilder in den Mittelpunkt, die emotionale Reisemomente einfangen, wie ein Blick aus dem Flugzeugfenster kurz vor der Landung am Reiseziel oder das Gefühl der Sonne und Meeresbrise auf der Haut. Untermalt werden die Bilder durch direkte Botschaften in Schweizerdeutsch «Fühlsch es au», «Gsehesch es au», «Ghörsch es au», «Schmöcksch es au». Diese Botschaften finden sich auch an einem Live-Erlebnisstand wieder, der im Rahmen der Kampagne an drei grossen Schweizer Bahnhöfen präsent sein wird. Am Stand können Passanten durch sinnliche Erlebnisse in verschiedene Reisewelten einzutauchen und sich für die nächste Reise inspirieren lassen. Über einen QR-Code am Stand gelangen Gäste ausserdem zu einem Gewinnspiel, bei dem TUI exklusive Reisegutscheine im Wert von 1'000 Franken verlost. Der Stand war erstmals am 21.-22. März 2025 am Zürcher Hauptbahnhof präsent und wird am 4.-5. April in Bern sowie am 18.-19. April in Basel zu erleben sein.

Die Branding-Kampagne läuft bis Ende April in der Schweiz. Entwickelt und realisiert hat TUI die Kampagne in Zusammenarbeit mit der auf Brand Communication spezialisierten Schweizer Agentur andfrank.