Ein Bild, das Schrift, Grafiken, Text, Grafikdesign enthält.

Automatisch generierte Beschreibung

Lage, den 29. Januar 2025

Pressemitteilung

**Nach 30 Jahren heißt es wieder: „Nicht träumen – alltours buchen“**

**1995 hieß es zum ersten Mal „Nicht träumen – alltours buchen“. Dass die von den VOGELSÄNGER STUDIOS umgesetzten Formate nie aus der Zeit fallen, beweist das Team um Executive Producer Marc Hölscher nun mit einer 360-Grad-Kampagne für alltours, die auf der kreativen Ursprungsidee aufbaut.**

„Nicht träumen – alltours buchen“, dachte sich auch das Vogelsänger-Team und entfloh kurzerhand dem Spätherbst in Lage (Ostwestfalen) für eine traumhafte TV-Produktion in die Türkei. In verschiedenen Paloma Hotels entstanden zahlreiche TV-Spots, Paid Ads, Reels und weitere Social-Media-Formate, die im Rahmen der neuen 360-Grad-Werbekampagne von alltours pünktlich zur Hauptbuchungszeit des Jahres seit dem 27. Dezember 2024 bundesweit ausgespielt werden.

Ergänzend zum TV ist alltours auch mit einer massiven Werbepräsenz auf reichweitenstarken Radiosendern bundesweit on air. Mit dem Jingle „I feel good“ von James Brown und der Tagline „alltours – alles, aber günstig“ macht die Kampagne deutlich, worum es geht: Urlaubsfeeling zu einem starken Preis-Leistungs-Verhältnis. Und dass es dafür nur ein kleiner Schritt bzw. Klick vom Pyjama in den Urlaubsmodus ist.

Out-of-Home-Werbeaktivitäten, insbesondere an Flughäfen, sorgen für zusätzliche Aufmerksamkeit. In den stationären Reisebüros, dem wichtigsten Vertriebskanal von alltours, wirbt die Kampagne mit entsprechenden Werbemotiven und Dekorationen am Point of Sale.

„Die Kampagne soll gute Laune verbreiten. Der Alltag der Menschen ist komplex geworden und viele wünschen sich im Urlaub eine unbeschwerte Zeit. Mit einem Augenzwinkern erzählen wir von diesen kleinen Fluchten aus dem Alltag und fangen besondere Momente, die einen Urlaub unvergesslich machen“, erklärt Marc Hölscher.

Mit rund 2,3 Millionen Gästen im Geschäftsjahr 2023/24 gehört das Düsseldorfer Unternehmen alltours zu den drei größten Reiseveranstaltern in Deutschland und zu den Top Ten in Europa, sodass sich die VOGELSÄNGER STUDIOS einmal mehr auch als Sparringspartner für Big Player qualifiziert haben.

Das Vogelsänger-Team war für die Produktion Ende 2024 mit einer kleinen, schlagkräftigen Truppe rund um Executive Producer Marc Hölscher, Produktionsassistentin Tanja Pape, Regisseur Oliver Julius, Director of Photography Fabian Hohtan, Kameraassistent Patrick Sawadsky und Social Media Unit Constantin Zahn vor Ort. Das Team setzte die Kampagne in Zusammenarbeit mit alltours-Marketingleiter Marc Ziehn gut gelaunt und präzise um. Nur bei der Schätzung, wie viele Bälle für die Volleyballszene benötigt werden, lag der Regisseur ein wenig daneben. Der zehnte Ball war dann aber ein Volltreffer – wie die gesamte Umsetzung der Kampagne.

**Über die VOGELSÄNGER STUDIOS:**

Die VOGELSÄNGER STUDIOS sind ein ostwestfälischer Familienbetrieb mit 75 Jahren Geschichte und Erfahrung. Als Content-Produzent für mehr als 30 Branchen leben die mehr als 110 Mitarbeitenden das Storytelling in allen Mediengattungen. Die VOGELSÄNGER STUDIOS bieten Fotografie, Film und Live-Kommunikation in realen und digitalen Werkstätten, mit über 12.000 qm Studiofläche an den beiden Standorten in Neufahrn bei München und Lage in der Nähe von Bielefeld. „Wir glauben fest daran, dass eine gute Geschichte die beste Werbung ist. Dazu braucht es Mut – auf beiden Seiten“, glaubt die Vogelsänger-Familie. Und deswegen ist „BE BRAVE“ nicht nur der Claim, sondern die Grundhaltung der Creative Factory.