

22.08.2022 - 15:01 Uhr

TUMI startet dokumentarische Herbstkampagne 2022 mit dem Titel „Built for the Journey“

New York (ots/PRNewswire) -

Die Filme zeigen einzigartige Geschichten der globalen Sport- und Unterhaltungsgrößen Son Heung-min, Gracie Abrams, Anthony Ramos und Lando Norris

In diesem Herbst wird TUMI, die internationale Reise- und Lifestyle-Marke, ihre globale Kampagne mit dem Titel „Built for the Journey“ („Gebaut für Unterwegs“) starten, die die persönliche und berufliche Reise von vier weltberühmten Sport- und Unterhaltungsprofis, treffend bekannt als die TUMI Crew, beschreibt. Die Kampagne, die von dem renommierten Regisseur Jessy Moussallem ins Leben gerufen wurde, der rund um den Globus reiste, um ihre einzigartigen Geschichten zum Leben zu erwecken, umfasst Kurzfilme mit dem Profifußballer [Son Heung-min](#), die Singer-Songwriterin [Gracie Abrams](#), den Schauspieler und Plattenkünstler [Anthony Ramos](#) und McLaren-Formel-1-Fahrer [Lando Norris](#). Ausgehend von ihren vielseitigen Leidenschaften und ihrem Drang, immer in Bewegung zu sein, stellt die Crew in jedem Kapitel der Kampagne die Kollektionen 19 Degree Aluminum, TEGRA-LITE® und McLaren vor.

„Wir bei TUMI wollen sicherstellen, dass jeder Mensch bei der Verwendung unserer Produkte sein Bestes geben kann - egal, ob er im Ausland auf Tournee ist, nach Hause zurückkehrt oder sich in ein neues berufliches Abenteuer stürzt“, sagt Victor Sanz, Creative Director von TUMI. „Wir verwenden spezielle Designtechniken und innovative Materialien, um moderne Produkte zu schaffen, die das Beste in Bezug auf Reisen, Widerstandsfähigkeit, Nachhaltigkeit und Haltbarkeit bieten. Unsere Produkte überdauern den Test der Zeit“

Die erste Geschichte wird heute veröffentlicht und handelt von dem südkoreanischen Fußballspieler Son Heung-min, der sein Handwerk durch Wiederholung perfektioniert und zeigt, was es braucht, um beruflich erfolgreich zu sein. Auf seinen Reisen verlässt sich Heung-min auf seine TUMI 19 Degree Aluminium Hartschalenkoffer, um seine wertvollen Besitztümer zu schützen.

Die übrigen drei Doku-Kampagnen werden im September und Oktober starten. Der Film von Gracie Abrams (Kinostart: 15. September) zeigt ihre erste internationale Tournee und ihre Reise nach Paris mit ihrem strapazierfähigen und nachhaltigen TEGRA-LITE® Gepäck, das für ihr geschäftiges Leben auf Reisen gebaut wurde. Diese Kampagne wurde durch ihren Song „For Real This Time“ inspiriert. Die Erzählung von Anthony Ramos, die ebenfalls am 15. September startet, beleuchtet seine Selbstfindungsreise nach Puerto Rico und die besondere Verbindung, die er zu der Insel und seiner Herkunft empfindet. „Der Besuch in Puerto Rico war eine Erfahrung, die es mir ermöglicht hat, meine Wurzeln zu erforschen und eine tiefere Verbindung zu dem Ort herzustellen, aus dem meine Familie stammt. Der TEGRA-LITE® von TUMI hat diese Reise noch außergewöhnlicher gemacht, da ich sicher sinnvolle Erinnerungsstücke aus La isla eingepackt habe, die mich immer an mein Heimatland erinnern werden“, sagte Ramos. Er nahm einen Song auf, der von seiner Reise mit TUMI inspiriert wurde und den Titel „Maleta“ trägt, was auf Spanisch Tasche bedeutet.

In der letzten Folge, die am 13. Oktober erscheint, wird die neueste TUMI | McLaren Carbon Fiber CFX Kollektion mit dem McLaren F1 Fahrer Lando Norris vorgestellt, der seine Vision für die Zukunft mit uns teilt. Seine Geschichte wurde außerhalb von London aufgenommen und ergänzt die TUMI | McLaren Kollektion, die auf Innovation, Technologie und Design basiert.

„Diese Kampagne zelebriert die Widerstandsfähigkeit des menschlichen Geistes und die Bereitschaft, sich auf neue Abenteuer einzulassen, was ein Kernstück der DNA von TUMI ist. TUMI ist bestrebt, die Reise zu perfektionieren; so ist unser Selbstverständnis“, erklärte Jill Krizelman, Senior Vice President of Global Marketing and eCommerce bei TUMI.

Während der gesamten Saison plant die Marke eine Vielzahl von Aktivitäten rund um den Globus, um die Markteinführung zu feiern. Weitere Informationen werden folgen.

Alle Kollektionen sind weltweit in TUMI Stores, auf TUMI.com und im ausgewählten Fachhandel erhältlich.

Informationen zu TUMI

Seit 1975 entwickelt TUMI erstklassige Luxusartikel für Business, Reisen und Performance, die alle Aspekte des Lebens unterwegs verbessern, vereinfachen und verschönern. Wir verbinden makellose Funktionalität mit Erfindungsreichtum und engagieren uns als lebenslanger Partner für Menschen, die ihren Leidenschaften nachgehen, um ihre Reisen zu erleichtern. Die Marke wird weltweit in über 75 Ländern mit rund 2.000 Verkaufsstellen verkauft.

Mehr über TUMI finden Sie unter www.TUMI.com.

Video - https://mma.prnewswire.com/media/1881737/FW22_Launch.mp4

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/1881732/Anthony.jpg>

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/1881734/Son.jpg>

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/1881735/Gracie.jpg>

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/1881736/Lando.jpg>

Logo - https://mma.prnewswire.com/media/214382/tumi_logo.jpg

Pressekontakt:

Alexandra Gillis,
Global PR & Social,
TUMI,
Alexandra.Gillis@TUMI.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100051153/100893738> abgerufen werden.