

”Happy Hours” lockar svenskar till Tallinn och Riga

Allt fler svenskar får upp ögonen för Tallinn, Riga och Östersjökrussningar; Med hjälp av Tallinks nya koncept ”Happy Hours” tänker bolaget locka ännu fler att upptäcka de trendiga städerna på andra sidan Östersjön och inte minst det enkla, bekymmersfria sättet att kryssa. Konceptet har tagits fram av Scholz & Friends för att lyfta enkelheten och glädjen i produkten samtidigt som Tallink tar ytterligare ett steg i att stärka varumärket. Det nya byråsamarbetet inleddes i somras. Happy Hours är ett långsiktigt koncept i det nya samarbetet som lanseras idag.

- De flesta har säkert någon slags association till uttrycket Happy Hour. Men med vårt nya koncept vill vi vrida på perspektivet och ge det en ny innebörd. Våra Happy Hours, i plural, handlar om något helt annat. Vi kommer att visa upp en mer modern sida av oss själva där vi visar glädjen och bredden med en 40-timmars kryssning till Tallinn eller Riga, säger Ulrika Högberg, marknadsdirektör på Tallink Silja AB.

De första filmerna kommer att visas från vecka 37 på TV4, TV3 och Kanal 5, samt på YouTube och i flera sociala mediekanalet. Kampanjen kompletteras med OOH, displayannonsering och print bland annat. Kampanjen Happy Hours går samtidigt i Estland och Lettland.

- Vi har en lång erfarenhet av att positionera varumärken inom resor och upplevelser; därför är vi glada att få göra det igen med ett nytt koncept för Tallink på alla deras marknader. I stället för att göra det komplicerat eller konstruerat har vi förenklat Tallinks erbjudande. Konceptet Happy Hours fokuserar på konsumentens behov av underhållning eller bara komma bort en stund och på produktens breda erbjudande, 40 timmars nöje, säger Arvid Svanvik, Creative director på Scholz & Friends.

Tallink koncernen har under året tagit fram nya varumärkesplattformar för att förtydliga och särskilja de två varumärkena Tallink och Silja Line som ingår i koncernens varumärkesportfölj. Det nylanserade konceptet Happy Hours skiljer sig en hel del från tidigare Tallink-kampanjer med målet att förstärka Tallinks varumärkesposition i Sverige.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Ulrika Högberg, Tallink Silja AB, marknadsdirektör,
e-mail: ulrika.hogberg@tallinksilja.com, 076-941 72 97

Arvid Svanvik, Scholz & Friends, creative director,
e-mail: arvid.svanvik@s-f.se, 070-288 07 68

AS Tallink Grupp är det ledande serviceföretaget inom passagerar- och lasttrafik på Östersjön. Rederiet har en flotta på 16 fartyg som trafikerar på sex linjer under varumärkena Tallink och Silja Line. AS Tallink Grupp har 7000 anställda och transporterar årligen 9,5 miljoner passagerare.