

// Leipzig, 30.Januar.2017 - [Leipzig Tourismus und Marketing](#)

LTM GmbH macht mit Videokampagne in Berlin „Appetit“ auf Leipzig

Mit einem 20 Sekunden langen Videospot des Osnabrücker Filmemachers Christian Langenhan wirbt die Leipzig Tourismus und Marketing (LTM) GmbH ab heute an verschiedenen Bahnhöfen in Berlin für Leipzig. Die Kampagne ist ein Gewinnbestandteil des im letzten Jahr erstmals durchgeführten Video Contests Leipzig. Die Sendezeit auf den Infoscreens wird im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung kostenfrei von der Firma STRÖER GmbH zur Verfügung gestellt.

Christian Langenhan sicherte sich mit seinem kreativen Film über die kulinarische Seite Leipzigs den dritten Platz im Video Contest, der im Oktober im Rahmen des internationalen Video Summits Leipzig stattfand. Für die Kampagne in Berlin wurde der Dreiminüter auf 20 Sekunden neu geschnitten. Bis Freitag ist der Spot täglich zwischen 6 und 9 Uhr sowie zwischen 15 und 21 Uhr auf insgesamt 16 digitalen Großbildschirmen in Berliner DB-Bahnhöfen zu sehen. „Video ist auf dem Vormarsch und es gibt wohl kaum eine passendere Form, Lust auf eine Reise nach Leipzig zu machen, als mit bewegten Bildern“, so Volker Bremer, Geschäftsführer der LTM GmbH, und fügt hinzu: „Die Infoscreens sind an zentralen und hochfrequentierten Knotenpunkten positioniert, mit den Schaltungen zur Hauptverkehrszeit erreichen wir eine große Aufmerksamkeit.“ Insgesamt wird der Spot in den nächsten fünf Tagen über 4.300 Mal zu sehen sein.

Link zur Kurzfassung: <https://youtu.be/sPkeji6WaXY>

Link zur Langfassung: <https://www.youtube.com/watch?v=zfmc1d1GQE8>

Hintergrund

Der Video Contest wurde im Rahmen des Video Summits Leipzig veranstaltet. Insgesamt fünf junge Filmemacher aus Deutschland, Australien und Neuseeland hatten sich für das Finale qualifiziert. Im Oktober folgten sie einer Einladung nach Leipzig, um sich ihrer Aufgabe zu stellen: Produktion eines Clips, der Lust auf einen Besuch in Leipzig macht. Entstanden sind dabei fünf vielfältige Videos zu diesen Themen: Musikstadt, Kulinarik, Industriekultur, Friedliche Revolution und Leipziger Nachtleben. Die Jury – bestehend aus Vertretern der Leipzig Tourismus und Marketing (LTM) GmbH und der Standortkampagne „So geht sächsisch.“ sowie den Partnern des Video Summits – der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig und dem Beraternetzwerk Tourismuszukunft – wählte schließlich die drei Gewinner, die mit Folgeaufträgen im Wert von mehreren Tausend Euro prämiert wurden.

Alle prämierten Videos finden Sie unter: <https://www.youtube.com/user/LeipzigTourismus>

Medien zu diesem Artikel

LTM GmbH macht mit Videokampagne in Berlin „Appetit“ auf Leipzig



LTM Gmb H macht mit Videokampagne in Berlin Appetit auf Leipzig

- [Vergrößern](#)
- [Download \(219 KB\)](#)

[? zurück zur Übersicht](#)

