



Nachricht

Frankfurt, 24. Juli 2017

„Unbekanntes Zuhause“: Lufthansa präsentiert die Geschichte von Schauspielerin Emilia Schüle

- Die neuste #inspiredby-Heimweh-Kampagne von Lufthansa begleitet Emilia Schüle nach Russland
- Die Berliner Schauspielerin reist erstmals zu ihren russischen Wurzeln
- Der Film zeigt eine emotionale Suche nach Heimat und Identität

Die Kampagne #inspiredby-Heimweh von Lufthansa vermittelt ab heute wieder die persönliche Suche nach Herkunft und Identität. Im Mittelpunkt des dritten Episoden-Films steht die deutsche Schauspielerin Emilia Schüle, die in Russland geboren wurde. Der Film ist ausschließlich auf den Lufthansa Social-Media-Kanälen zu sehen ist.

In „A Home Unknown“ reist Emilia Schüle nach 23 Jahren zum ersten Mal an ihren russischen Geburtsort Blagoweschtschensk an der Grenze zu China. Auf ihrer Reise entdeckt sie ihr fernöstliches Erbe und erlebt die Kultur ihrer Heimat durch den Besuch abgelegener Dörfer und atemberaubender Landschaften. Ihr Weg führt entlang der Flüsse Amur und Zeya über den Baikalsee bis hin zu ihrer Geburtsstadt Blagoweschtschensk. Die Stationen dieser Reise liegen auf der historischen Route der Trans-Sibirischen Eisenbahn. Bilder, Erlebnisse und Eindrücke im Film zeigen tiefgründig, wie Reisen die persönliche Entwicklung beeinflusst.

„Es war schon immer mein Traum, nach Russland zu reisen. Ich wollte erfahren, woher ich komme, den blinden Fleck meiner Vergangenheit beseitigen“, beschreibt die Schauspielerin ihre Sehnsucht nach ihren Wurzeln. Es folgen Bilder von geheimnisvollen und ruhigen Landschaften in Russland und Sibirien, die Schüle auf dem Weg zu ihrer Geburtsstadt mit dem Zug durchquert. Die intensiven Erfahrungen mit ihren Landsleuten öffnen der jungen Berlinerin neue Türen. Sie findet sich selbst und ein Erbe, das ihr bislang unbekannt war. Die Kamera fängt diese Momente ein: ein schamanisches Ritual in Sibirien, ein Wettrennen mit wilden Pferden, ein Lagerfeuer am Baikalsee.

Benita Struve, Senior Director Marketing Communications Lufthansa, erklärt: „Mit der neuen Heimweh-Episode gelingt es uns, noch emotionaler den Wunsch nach Heimat und die Bedeutung von Herkunft in Verbindung eines Landes hervorzuheben. Wie sehr Destinationen und Menschen im Einklang sind, wie prägend die Bräuche und Sitten der Länder sind. Emilia Schüle stellt die richtige Frage für unser Heimweh-Format. Aufgrund ihrer interessanten Persönlichkeit kann sie die Suche nach Heimat besonders glaubwürdig und involvierend erzählen.“

Zurück in Berlin resümiert Schüle: „Die Reise zu meinem Geburtsort Blagoweschenk war für mich eine sehr emotionale und bewegende Erfahrung. Ich habe auf der Reise faszinierende Orte gesehen, wunderbare Menschen getroffen und viel über Russland gelernt. Die Auseinandersetzung mit meiner Herkunft hat dazu geführt, dass ich einen anderen Blick auf meine Familie bekommen und dadurch auch viel über mich selbst gelernt habe“

Der Film „A Home Unknown“ zeigt den Geburtsort als einen Ort, zu dem man sich immer zugehörig fühlt. Unabhängig von der individuellen Disposition, vermittelt der Film die persönliche Entwicklung eines Menschen. Benita Struve ergänzt: „Aus der Grundidee, was Menschen zum Reisen bewegt und was Reisen mit ihnen macht, entwickeln wir die Heimweh-Idee weiter, um große, integrierte Kampagnen zu kreieren. Wir verstehen Contentmarketing als authentisches Storytelling, das echte Einblicke in die menschliche Psyche über alle Kanäle hinweg trägt. Lufthansa ermöglicht Reisen und Entdeckungen.“

Die von der Digital-Agentur neulandherzer entwickelte und produzierte Episode „A Home Unknown“ ist bereits die dritte Story der Kampagne. Unterstützt werden der Film und die Story mit täglichen Instagram Stories, bestehend aus Videoprotokollen aus Schüles Reisetagebuch. Darin lässt sie die Zuschauer an ihren Gedanken teilhaben. Jede Episode ist auf den Social-Media-Kanälen von Lufthansa, einschließlich YouTube, Facebook und Instagram, zu sehen.

Um die neueste Episode der #inspiredby-Heimweh-Kampagne „A Home Unknown“ vollständig zu sehen, klicken Sie [hier](#).

Bildmaterial zum Download finden Sie [hier](#).

Deutsche Lufthansa AG
Media Relations
Mirjam Eberts
T +49 69 696-42333
<http://newsroom.lufthansagroup.com/>
Follow us on Twitter: [@lufthansaNews](#)