

PRESSEMITTEILUNG

Frankfurt, 5. März 2018

Lufthansa Group bietet auf der ITB digitale und virtuelle Erlebniswelten

- **Lufthansa Group präsentiert sich in Halle 25, Stand 156 auf drei Etagen mit Augmented und Virtual Reality sowie 3-D-Projektionen**
- **Auf 614 Quadratmetern Austrian Airlines, Brussels Airlines, Eurowings, Lufthansa und SWISS sowie Miles & More erleben**

In diesem Jahr präsentiert sich die Lufthansa Group auf der Internationalen Tourismus-Börse Berlin (ITB) unter dem Motto „Willkommen in einer offenen Welt“. Auf dem 614 Quadratmeter großen Stand bieten die Lufthansa Group Airlines und Miles & More den Besuchern zahlreiche interaktive Reiseerlebnisse.

Begrüßt werden die Gäste an der Frontseite des Standes von einem 40 Quadratmeter großen Megascreen. Dort präsentiert die Lufthansa Group unter anderem ihre neuen Destinationen. Ein Highlight des Standes präsentiert sich im Erdgeschoss. Hier lädt der Luftfahrtkonzern zu einem digitalen Sofort Urlaub ein. In wenigen Sekunden reist man dank Augmented Reality in die Weltmetropolen New York, Mumbai oder Shanghai. Besucher tauchen in virtuelle Welten ein und erleben je nach Ziel eine Straßenband in New York, ein Holi-Fest in Indien oder Shaolin-Mönche in Shanghai. Der besondere Clou ist, dass die Gäste direkt mit ihrer Umgebung interagieren und beispielsweise mit den Straßenmusikern in New York trommeln können. Jeder Sofort Urlauber erhält selbstverständlich ein kleines Souvenir von seiner Reise.

3-D-Projektionen, Virtual Reality und #SayYesToTheWorld

Im ersten Stock können Messebesucher verschiedene Flugzeuge der Lufthansa Group mit einer HoloLens-Brille virtuell in die Luft bringen. Mithilfe von interaktiven 3-D-Projektionen können Gäste die Flaggschiffe der Flotte, wie zum Beispiel den Airbus A350, als Hologramme über die umliegenden Messestände fliegen lassen.

Das Lufthansa Reisegefühl kann in den Originalsitzen der First Class, Business Class und Premium Economy Class erlebt werden. Damit das Eintauchen in die Reiseklassen noch authentischer wird, bietet Lufthansa auch hier ein digitales Erlebnis: Die Besucher können sich Virtual Reality-Brillen aufsetzen und fühlen sich dadurch wie an Bord eines echten Flugzeugs. Als Highlight lässt sich auf diese Art auch die neu entwickelte Business Class erleben.

Fans der #SayYesToTheWorld-Kampagne haben zudem die Gelegenheit ihren eigenen Film zu drehen. Wie im Original Lufthansa Spot können sie in den Premium Eco-

nomy Sitzen Platz nehmen und Antworten auf die Frage geben „Warum liebst du die Welt?“. Die Antworten werden insgesamt in fünf Videos geschnitten und auf dem Lufthansa Youtube Channel hochgeladen.

Zudem präsentiert Lufthansa auf einer interaktiven Videowand Beispiele für neue Services am Boden und in der Luft. Zu finden sind unter anderem Informationen zu Familienangeboten, Online-Services, Lounges oder Unterhaltung an Bord.

Alle fünf Airlines der Lufthansa Group an einem Stand

Im Erdgeschoss feiert Austrian Airlines ihr 60-jähriges Bestehen. Gäste können es sich in der neuen myAustrian Premium Economy Class bequem machen. SWISS stellt die neue First Class Lounge in Zürich vor. Eurowings führt als erste Low Cost Airline eine Business Class ein: die BIZClass. Auf der ITB werden die Originalsitze präsentiert, die ab Ende April 2018 erstmals auf Strecke gehen sollen. Auch über Brussels Airlines können sich Besucher informieren. Somit sind alle fünf Airlines der Lufthansa Group erstmals am selben Stand vertreten.

Zum 25. Geburtstag von Miles & More lädt Europas größtes Vielflieger- und Prämi-
enprogramm zu einer spannenden Meilen-Rallye ein, bei der Besucher Meilen sammeln und mit dem Besuch von mindestens zehn Partnerständen an der Verlosung von 10 x 25.000 Prämienmeilenteilnehmen können.

2017 wurde der ITB-Stand der Lufthansa Group jeweils mit dem ersten Platz in den Kategorien „Best Booth Design“ und „Carriers“ ausgezeichnet.