

Deutsches Tapeten-Institut

Hohe Reichweite für Tapeten

Donnerstag, 12.03.2020

Unter dem Slogan „Deutschland tapeziert“ hat das Deutsche Tapeten-Institut gemeinsam mit über 40 Partnern im Handel und Handwerk die bundesweiten Tapetenwochen veranstaltet. Sie fanden vom 27. Januar bis 15. Februar statt. Nun wurden erste Ergebnisse ausgewertet.

Die Aktionswochen gingen in zwei Etappen an den Start ([MÖBELMARKT berichtete](#)): Zunächst startete die Initiative mit einer Social-Media-Kampagne und dem neuen Hashtag #DeutschlandTapeziert und dem Online-Magazin www.deutschland-tapeziert.de mit Tipps und Inspirationen. Ende Januar begann die zweite Phase: die Tapetenwochen und damit ein Gewinnspiel und verschiedene Aktionen von Partnern des Tapeten-Institutes – von Baumärkten bis hin zu Malerbetrieben.

Mit den Basis-Aktivitäten – ohne die Partner-Aktivitäten während der Tapetenwochen – erzielte die Marketingkampagne rund um das Tapezieren Reichweiten von ca. 5 Mio. Personen im Print-Bereich und jeweils rund 3 Mio. über das Radio und Social Media. Für das Gewinnspiel reichten Teilnehmer über 1.000 Fotos ihrer Lieblingstapete ein. Die Bilder sind unter dem untenstehenden Link zu sehen. Die Gewinner werden noch bekanntgegeben.

Bunte Tapeten-Aktionen

Vielfältige Partner-Aktionen machten die Verbraucher auf die Aktionstage aufmerksam. So wurden beispielsweise Tapezier-Workshops angeboten oder die Mitarbeiter von Marburg-Tapeten sorgten für einen Hingucker, als sie vor der Tapetenfabrik mit Tapeten und dem Logo der Aktion posierten. Besonders beliebt waren auf Flyern und Plakaten die Slogans „Wände es schön haben willst“ und „Deine Wand kann alles sein. Außer faltig!“

Das Tapeten-Institut zieht als Zwischenfazit, dass die Tapetenwochen „bisher ein sehr guter Erfolg waren“ und tolle Ergebnisse innerhalb eines kurzen Zeitfensters geliefert hätten. „Bisher“ – denn die Auswertung der Partner-Aktionen ist noch nicht abgeschlossen.

Hohe Reichweite für Tapeten

Links

- [Deutsches Tapeten-Institut](#)

