

Einrichtungspartnerring VME

Mit Samu Haber in die nächste Runde

Montag, 02.12.2019

Der Einrichtungspartnerring VME geht mit der aktuellen Werbekampagne seiner Marke „Interliving“ und mit dem Testimonial Samu Haber in die zweite Runde. Nach dem großen Erfolg des Kampagnen-Auftaktes zum Thema Küche steht nun im zweiten kreativen TV-Spot ab heute die Warengruppe Wohnen mit dem „Interliving“-Sofa „Serie 4002“ im Mittelpunkt des Interesses. Die Kampagne mit dem finnischen Rockstar wird wieder unter dem Motto „Das Wesentliche ist zu sehen“ deutschlandweit im Fernsehen, Kino, Online und Print gespielt.

„Wir sind mit dem Thema Küche im Herbst mit enormer Durchschlagskraft gestartet – das belegen die gemessenen Reichweiten eindrucksvoll“, freut sich Frank Stratmann, Hauptgeschäftsführer des Einrichtungspartnerring VME. Im TV wurde der Spot zum Thema Küche 668 Mal ausgespielt. Hinzu kommen die Klicks bei YouTube: Dort wurde das Video über 560.000 Mal abgespielt. Online konnten in den vergangenen zwei Monaten fast 6 Millionen Sichtkontakte erreicht werden. „Der Start der Kampagne war ein voller Erfolg – jetzt gehen wir für das Thema Wohnen in die nächste Runde und legen in den umsatzstarken Wochen am Jahresende mit der Warengruppe Polster nach“, so Frank Stratmann. Auch der Sofa-Spot wird auf allen Kanälen laufen und ebenfalls um 600 Mal ausgestrahlt werden, um größtmögliche Aufmerksamkeit für alle Lizenznehmer der Marke zu erreichen.

Dank der vielfältigen Werbemittel kann jeder teilnehmende Gesellschafter des VME seine individuellen Zielgruppen optimal erreichen und die Sichtbarkeit in der eigenen Region erhöhen. „Durch gezielte Platzierungen am POS, online und in den eigenen Prospekten lässt sich das Potenzial der Kampagne voll ausschöpfen und der eigene Geschäftserfolg mit ‚Interliving‘ gewinnbringend steigern. Die Performance der letzten Wochen hat bereits gezeigt, dass das Vermarktungskonzept mit dem prominenten Finnen gut ankommt. Samu Haber hat bisher als Testimonial super funktioniert und der Marke – gerade auf den Social-Media-Kanälen wie Instagram und Facebook – zu großer Reichweite verholfen,“ so Frank Stratmann. „Wir sind zuversichtlich, gemeinsam mit allen Lizenznehmern, welche die Kampagne für sich nutzen, die Erfolge der vorangegangenen Kampagnen noch übertreffen zu können.“

Mit Samu Haber in die nächste Runde

Links

- [Einrichtungspartnerring VME](#)

