

Siemens Hausgeräte

Länderübergreifende Werbekampagne zu Kochfeld-Dunstabzügen

Donnerstag, 18.11.2021

Siemens Hausgeräte startet eine großangelegte 360°-Werbekampagne, die von Ende November bis zum 31. Dezember 2021 parallel in Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz läuft. Im Mittelpunkt stehen die Kochfeld-Dunstabzüge „glassdraftAir“ und „inductionAir Plus“. Beide bieten Lösungen für großzügige Raumkonzepte, bei denen der Blick über der Kochinsel frei bleiben soll.

„TV, Online-Videos und -Banner, Social Media und Print: Wir sprechen die Konsumenten genau dort an, wo sie sind“, unterstreicht Jens Grubert, Marketingleiter Siemens Hausgeräte Central Europe. Mit der Kampagne ist die Marke die ganze Advents- und Weihnachtszeit über auf allen wichtigen On- und Offlinekanälen mit verschiedenen Formaten präsent. Ideal, um diejenigen zu erreichen, die sich im neuen Jahr eine neue Küche oder ein Küchen-Upgrade leisten möchten!

Der TV-Spot läuft länderübergreifend zu den besten Sendezeiten auf reichweitenstarken Privatsendern und ausgewählten Pay-TV-Kanälen und erreicht dort breite Konsumenten-Gruppen. Zeitgleich richtet sich die Kampagne mit Online-Videos und -Bannern direkt an Menschen, die sich für das Thema „Küche und Wohnen“ interessieren.

Auf Google geschaltete Werbung weist Nutzer der Online-Suche gezielt und emotional auf die Kochfeld-Dunstabzüge von Siemens hin. Und nicht zuletzt sind die stylischen Lüftungslösungen auch mit Print-Anzeigen in den passenden Publikumsmedien gut platziert.

In Summe werde die Werbeoffensive über 350 Millionen Kontakte in der DACH-Region erreichen, sagt Grubert. „Wir sorgen damit für große Aufmerksamkeit für das von Konsumenten stark nachgefragte Segment der Kochfeld-Dunstabzüge und steigern zugleich die Markenbekanntheit in Summe. Die zeit- und inhaltsreiche Ausspielung sorgt darüber hinaus dafür, dass die Marke in ganz Zentraleuropa als einheitlich wahrgenommen wird.“

Nur logisch, dass Siemens Hausgeräte die Kampagne konsequent zum Point of Sale hin verlängert: Für den Handel stehen Sales-Folder im aufmerksamkeitsstarken Sonderformat ebenso zur Verfügung wie Aufkleber mit der Botschaft „Bekannt aus der TV-Werbung“, Kochfeldaufleger sowie Postkarten zur Mitnahme für Konsumenten.

Angeboten wird zudem ein interaktiver Live-Stream auf der Siemens Website, über den die Konsumenten von zuhause aus das Produkt erleben und Fragen stellen können.

Länderübergreifende Werbekampagne zu Kochfeld-Dunstabzügen

