WMF Group
Digitale Re-Branding Kampagne

Montag, 27.09.2021

Die WMF Group will sich mit einer breit angelegten digitalen Re-Branding Kampage in Richtung „Modern Luxury“ positionieren und mit einem gestrafften Produktsortiment die Kernkompetenzen Design, Innovation und Craftsmanship in den Fokus rücken. „Feel Perfection“ wird ab dem 27. September über einen Zeitraum von fünf Wochen als größte digitale Kampagne in der WMF Unternehmensgeschichte bundesweit ausgerollt und über alle Kanäle gespielt.

Unter dem Premium-Slogan „Feel Perfection“ bedient sich der neue Markenauftritt einer reduzierten, hochwertigen Bildsprache und rückt immer die Verbindung aus Premium-Produkten, außergewöhnlicher Handwerkskunst und innovativem Design, Made in Germany, in den Fokus. Kilian Manninger, President Consumer BU WMF GmbH, erklärt dazu: „Unser neuer kommunikativer Ansatz ist Teil einer ganzheitlichen Markenstrategie, welche die Rolle von WMF als Premiummarke besonders auch in der internationalen Wahrnehmung schärfen und stärken soll. Seit fast 170 Jahren steht unsere Marke für Premiumprodukte, die sich durch Innovation, Einzigartigkeit, Ästhetik und Funktionalität auszeichnen – dies spiegelt sich nun auch in unserem Markenauftritt wider.“

Das neue WMF-Markenerlebnis wird unter anderem auf allen digitalen WMF-Kanälen, am Point of Sale sowie in der aktuellen Herbstkampagne, die am 27. September online und auf Social Media startet, inszeniert. Unterstützt wird der Re-Branding-Prozess von der größten digitalen Kampagne, die das Unternehmen jemals umgesetzt hat. Allein im Kampagnenzeitraum zwischen 27. September und 30. Oktober werden rund 170 Millionen Kontakte generiert. WMF präsentiert sich hier mit aufmerksamkeitsstarken Werbemitteln auf reichweitenstarken Kanälen und einer ganzheitlichen Zielgruppenansprache entlang der gesamten Customer-Journey.

Digitale Re-Branding Kampagne

Links

- WMF Group