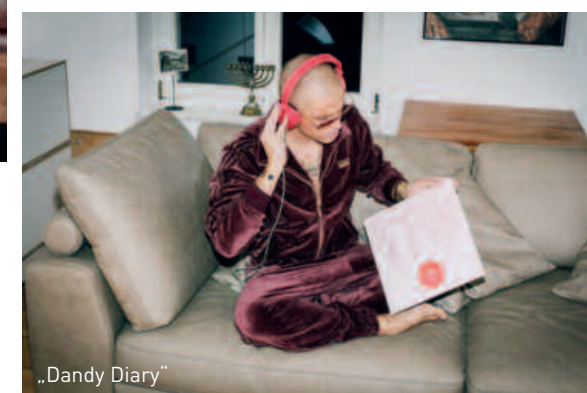




Masha Sedgwick

Wie die neue Kollektion in den eigenen vier Wänden umgesetzt werden kann, zeigen sogenannte „Influencer“ auf ihren Blogs und Social-Media-Kanälen.



„Dandy Diary“

EMV: Zusammenarbeit mit Bloggern für „Raum.Freunde“

Private Einblicke

Der Auftrag ist klar: Die neue Kollektion „Raum.Freunde“ soll unkonventionelle und welt-offene Leute ansprechen. Dafür hat sich der Europa Möbel-Verbund (EMV) Verstärkung von einflussreichen Bloggern geholt. Dass die Zielgruppe für die neue Linie breiter ist als erwartet, gibt dem ungewöhnlichen Projekt recht – private Einblicke gibt es gratis.

Wie die neue Linie in den eigenen vier Wänden umgesetzt werden kann, zeigen sogenannte „Influencer“ und Websites wie „Cats and Dogs“, „Dandy Diary“, „Lionheaded“ oder der Styleblog von Masha Sedgwick auf ihren Social-Media-Kanälen in den Bereichen Fashion, Trends und Lifestyle. Dabei geben sie lebendige und authentische Einblicke in ihr persönliches Wohnumfeld und inszenieren sich und die „Raum.Freunde“-Möbel auf eine ganz eigene, individuelle Art. Potenzielle Kunden sollen damit nicht nur auf einer emotionalen, persön-

lichen Ebene abgeholt, sondern auch inspiriert werden. Dies können Händler am POS – ähnlich wie die Blogger – mit liebevollen Details, kreativen Raumteilern oder Leuchtkuben vormachen. Denn eines ist die neue Kollektion garantiert immer: auffällig! „Raum.Freunde“ gehört zur etablierten Marke „Contur“ und beinhaltet ein komplett eigenständiges Sortiment aus Sofas, Kommoden, Tischen, Leuchten und Accessoires (mehr dazu auf S. 38).

Etwas Besonderes ist auch das aufwendige Marketingkonzept, mit dem die „Raum.Freunde“-Möbel

beworben werden. Und genau an diesem Punkt kommen die Blogger wieder ins Spiel, deren Webseiten und Social-Media-Kanäle zusammen fast eine Million Klicks erreichen und rund 370.000 Follower haben. Die Fotos auf diesen Internetseiten oder im XXL-Journal zeigen eine urbane und designige Bildsprache, strahlen aber gleichzeitig Lässigkeit aus.

Vor allem aber online ist die „Raum.Freunde“-Kollektion ein neuer Impuls für die bislang 70 Lizenznehmer. CHRISTIAN GESCHKE

■ www.raum-freunde.de