

Ein Astronaut sorgt für Aufmerksamkeit

Eine neue Werbekampagne und die Eigenkollektion Stoffwelten Frühjahr 2021



Oliver Fischer (rechts), Vertriebsaußendienst der Südbund eG, stellt in dem Youtube-Video und auf www.facebook.com/suedbund die Südbund Eigenkollektionen vor. Ein Astronaut, der den Fachgeschäften als Aufsteller zur Verfügung steht, assistiert ihm dabei. Das neue Video ist über die Südbund-Website zu finden.

Auch die für Ende Januar geplanten Wohntage von Südbund in Backgang sind der Pandemie zum Opfer gefallen. Dennoch hat das Unternehmen Neuheiten vorbereitet – sowohl bei den Eigenkollektionen als auch im Rahmen der sie begleitenden neuen Werbekampagne.

So umfasst die seit Anfang Februar verfügbare neue Südbund-Eigenkollektion Stoffwelten Frühjahr 2021 elf Musterbügel mit zwölf Artikeln, lieferbar als Faltbügel, Schwenkbügel und lose Muster. Die Frühjahrs-Kollektion bietet hochwertige Dekostoffe und Gardinen mit ansprechenden Dessins. Die Ausführungen reichen von dezent strukturiert über elegant bis modern. Alle gemusterten Artikel werden exklusiv für die Südbund eG produziert.

Mit den Stoffwelten profitieren Fachgeschäfte von sehr guten Konditionen sowie einer schnellen und zuverlässigen Lieferung. Ein Beispiel ist der Artikel Kilian: ein Uni-Dekostoff mit einer dezenten Längsstruktur, 295 cm hoch, schwer entflammbar und damit auch für den gewerblichen Bereich geeignet sowie in

25 Farben lieferbar. Bei dem Artikel Viola handelt es sich um einen hochwertigen Gardinen-Ausbrenner mit filigraner Ästelung und aufgedrucktem Farbverlauf. Er ist 300 cm hoch mit Bleibandabschluss und in drei Farben lieferbar. Ailina ist der Name einer Gardine mit Matt-Glanz-Effekt und Zick-Zack-Musterung. Je nach Lichteinfall kommt der edle Glanz-Effekt schwächer oder stärker zur Geltung. Der Artikel ist beidseitig einsetzbar, 300 cm hoch mit Bleibandabschluss und in drei metallischen Farben lieferbar.

Leicht wiedererkennbar

Die Südbund-Eigenkollektionen werden von einer neuen Werbekampagne begleitet, um die Wiedererkennung zu verbessern, die Aufmerksamkeit zu erhöhen und um auf außergewöhnliche Vorteile hinzuweisen. Dabei gibt es wiederkehrende Elemente wie das Key-Visual, den Slogan „Um Welten besser!“ sowie Logos zu den einzelnen Kollektionslinien wie Stoff- oder Teppichwelten. Schon vor dem Start

zu Jahresbeginn wurde ein Video an die Südbund-Fachgeschäfte (www.youtube.com/watch?v=Wmp3PC4Zfy4) geschickt. Infos sind zudem auf der Website, über Facebook und im Mitgliederbereich zu finden. Der Außendienst stellt die Kollektionen daneben auch persönlich vor und verteilt die verkaufsunterstützenden Materialien an die Fachgeschäfte. Natürlich stellt Südbund auch Vorlagen für Anzeigen und Posts für die Fachgeschäfte bereit.

Die Werbekampagne zu den „Welten“ zeigt segmentübergreifend einen Astronauten. Wie kam es zu diesem Motiv? Und wird der auffällige Papp-Astronaut den Mitgliedern als Blickfang im Geschäft zur Verfügung stehen?

Bernhard Hehn, Leiter Marketingkommunikation bei Südbund, erklärt: „Die Ausarbeitung der Kampagne erfolgte in Stufen. Zunächst war es uns wichtig, einen griffigen Slogan für unsere Wohnwelten zu entwickeln. Nachdem wir ‚Um Welten besser!‘ gefunden hatten, war der Weg zum Bildmotiv des Astronauten nicht weit, denn bei ‚Welten‘ denkt man unweigerlich an Weltall und was damit zu



Wiederkehrende Elemente der neuen Werbekampagne zu den Südbund Eigenkollektionen sind der Astronaut im Weltraum und der Slogan „Um Welten besser!“. Hinzu kommen Logos zu den Kollektionslinien wie Stoffwelten oder Teppichwelten, wobei die „Wohnwelten“ als Oberbegriff zu den Kollektionslinien dienen.

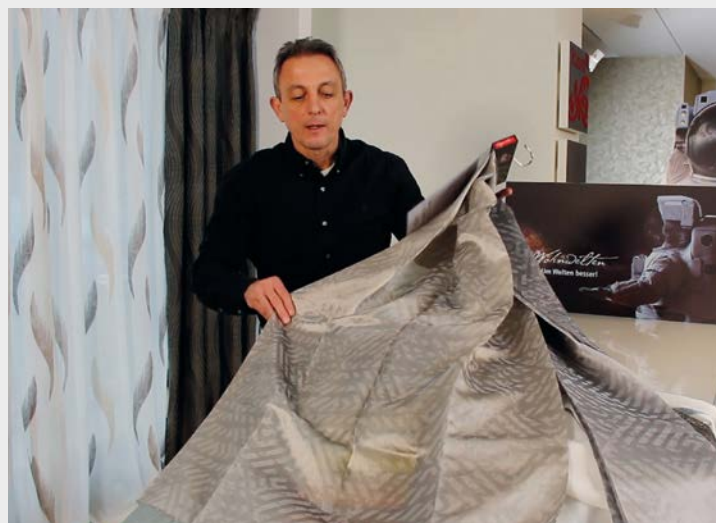
tun hat. Der Papp-Aufsteller ist ein echter Hingucker. Er wirkt so echt, dass man schon zweimal hinschauen muss. Geplant ist, den Astronauten im Zuge von Aktionen an die Fachgeschäfte zu verteilen.“

Die Deko- und Gardinenkollektion Frühjahr 2021 wäre unter regulären Umständen auf den Südbund Wohntagen gezeigt worden. Dieses Instrument der Messe ist im Januar aufgrund der Pandemie weggefallen. Können Maßnahmen wie das Youtube-Video und die weiteren Elemente der Kampagne eine Messe ersetzen? „Nein“, sagt Bernhard Hehn, „Videos und Kampagnen können unsere Wohntage nicht ersetzen. Die Südbund Wohntage haben eine ganz besondere Atmosphäre und bieten die Möglichkeit, spontan mit den Ausstellern und den Fachbesuchern ins Gespräch zu kommen. Videos sind aber ein gutes Mittel, um in Kontakt zu bleiben, bis Messen wieder möglich sind.“

Das Video zu den Stoffwelten Frühjahr 2021 ist nicht B2B in einem geschützten Bereich, sondern frei zugänglich auf Youtube zu sehen. Ist das ein Schritt in Richtung Endverbraucheransprache? Werden künftige Videos in diese Richtung gehen? Schon zu Beginn, als sich Südbund mit dem Thema Videos beschäftigt hat, sei es geplant gewesen, schrittweise vorzugehen, sagt Bernhard Hehn: „So wollten wir zunächst Erfahrungen sammeln und haben die Videos nur unseren Fachgeschäften zur Verfügung gestellt. Nach der positiven Resonanz zeigen wir den Großteil dieser Videos nun auch auf unserem öffentlichen Youtube-Kanal. Im Moment richten sich die Videos noch überwiegend an den B2B-Bereich. Aber mit den geplanten weiteren Aktivitäten in den sozialen Medien, insbesondere für unser Raum³-Markenkonzept, wird sich dies auch ändern.“

Wie sieht es mit der Planung der Wohntage in Backgang Ende September aus? Wird es Änderungen im Vergleich zu den vorangegangenen Veranstaltungen geben? „Wir gehen davon aus, dass sich bis Ende September wieder Lockerungen ergeben werden, die eine Veranstaltung ermöglichen. Grundsätzlich fühlen wir uns gut vorbereitet, denn seit unseren letzten Wohntagen im September 2020, die unter Corona-Bedingungen stattgefunden haben, haben wir ein gut funktionierendes und in der Praxis erprobtes Hygiene-Konzept in der Schublade, das wir schnell umsetzen können. Größere Änderungen sind erst einmal nicht geplant“, erklärt dazu Marketingleiter Bernhard Hehn. ■

RAD



Ailina ist eine Gardine mit Matt-Glanz-Effekt und Zick-Zack-Musterung. Je nach Lichteinfall kommt der Glanz-Effekt schwächer oder stärker zur Geltung.



Bei dem Artikel Kilian handelt es sich um einen Uni-Dekostoff mit einer dezenten Längsstruktur. Kilian ist in 25 Farben lieferbar.