

## **Westwing startet erste Brand-Awareness-Kampagne für YouTube und Social Media in Zusammenarbeit mit DDB Düsseldorf**

**Westwing, der Marktführer für inspirationsgetriebenes Home & Living eCommerce in Europa, launcht heute die erste Brand-Awareness-Kampagne in Zusammenarbeit mit DDB Düsseldorf.**

„Let inspiration in“ ist der Titel der ersten Online- und TV-Kampagne von Westwing zur Steigerung der Brand Awareness, die aus der Feder von DDB Düsseldorf stammt. In kreativer Zusammenarbeit mit der Produktionsfirma Mutter & Vater sind drei humorvolle und unterhaltsame Spots entstanden, die nicht nur im Online- und Social-Media-Bereich verwendet, sondern auch als TVC zur Fußball-Europameisterschaft im öffentlich-rechtlichen Fernsehen ausgestrahlt werden. Regie führte Arrigo Reuss.

„Tägliche Inspiration ist Westwings Mission. Mit unserer Kampagne wollen wir auf überraschende und humorvolle Weise zeigen, wie unser Interieur immer wieder neue Lebensgeschichten für uns kreieren kann“, sagt Tobias Seitz, Chief Marketing Officer Westwing.

Die Einrichtung in unserem Zuhause umgibt uns jeden Tag und begleitet uns oft über viele Jahre hinweg. Ein Verhältnis ähnlich wie eine Freundschaft oder Partnerschaft. Geht es um Menschen, die Teil unseres Lebens werden, entwickeln wir uns stetig weiter, schreiben neue Lebensgeschichten und sind oft wählerisch – wieso nicht auch, wenn es um die Inneneinrichtung geht?

Diese Situationen zeigen die drei Filme unter dem Slogan „Let inspiration in“ mit trocken-humorvollen, unverwechselbaren Kurzgeschichten. Ein langweiliges Date oder ein aufdringlicher Gast beim Dinner – die Erkenntnis der Protagonisten ist dieselbe. Sie bemerken, dass ihr Leben genauso frischen Wind verdient hat wie die Einrichtung, die sie umgibt. Plötzlich verschwinden nicht nur die unerwünschten Gäste, sondern auch die ungeliebten Einrichtungsdetails. Spielerisch werden diese durch inspirierende Ideen von Westwing einfach und schnell ausgetauscht – und lassen Inspiration in ihr Leben.

Kristina Holzhausen, Managing Director DDB Düsseldorf: „Wir freuen uns sehr, dass wir die erste Brand-Awareness-Kampagne der Marke Westwing gestalten durften. In enger Zusammenarbeit sind drei humorvolle Spots rund ums Kernthema Inspiration entstanden, die zeigen, dass wir alle ein bisschen mehr Inspiration in unserem Leben gebrauchen können.“

<https://youtu.be/bGGQi52rcMI>

<https://youtu.be/6-OorN08uAI>

### **Über Westwing**

Westwing ist der Marktführer für inspirationsgetriebenen Home & Living eCommerce in Europa und erzielte im Geschäftsjahr 2020 EUR 433 Mio. Umsatz. Mit seinem ‚Shoppable Magazine‘ inspiriert Westwing seine treuen ‚Home Enthusiast‘-Kunden durch eine kuratierte Auswahl an Produkten, die Westwing mit wundervollen Inhalten kombiniert. Westwing erzielt mehr als 79 Prozent seiner Bestellungen mit Bestandskunden. Die Mission von Westwing ist: To inspire and make every home a beautiful home. Das Unternehmen wurde 2011 gegründet und hat seinen Hauptsitz in München. Westwing ist seit Oktober 2018 an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert und ist in elf europäischen Ländern aktiv.