

PRESSEINFO

TAMARIS



Erfolgreiche Digitalkampagne von Tamaris wird fortgeführt

Von Herzensmenschen und gemeinsamen Geschichten

Tamaris begibt sich mit seiner innovativen Digitalkampagne erneut auf die Suche – diesmal allerdings nicht nur nach einzigartigen Persönlichkeiten, sondern auch nach ihren Lieblingsmenschen. Bühne frei für eine Vielzahl, authentischer, herzlicher und spannender Geschichten!

Mit der Frage „Wer ist Julia?“ hat sich die Marke Anfang des Jahres erstmals auf die Suche nach echten Frauen gemacht. Im Rahmen der neuartigen, mehrstufigen Digitalkampagne erzählten unterschiedlichste Julias ihre Geschichten und teilten diese mit vielen weiteren Frauen. Im Fokus der Suche standen die Vielfalt und Einzigartigkeit von Frauen. Das Ergebnis bestach durch eine hohe digitale Sichtbarkeit und Markenpräsenz im Social Web sowie erfolgreiche Abverkäufe – selbst in Corona-Zeiten.

Nach erfolgreichem Launch der ersten Kampagne fiel schnell die Entscheidung die Einzigartigkeit von Frauen weiterhin kommunikativ zu fokussieren und sich auch in der Herbst-/Wintersaison 2020 erneut auf die Suche zu machen. Egal ob Anna, Kira, Sophie, Sabine, Hailey usw. - mit dem Hashtag #werbistdu werden im Vergleich zur ersten Kampagne nun alle Frauen angesprochen.

Cathleen Burghardt, Head of Marketing bei Tamaris, beschreibt die Kampagnenidee wie folgt: *„Wir möchten Frauen das Gefühl geben, besonders zu sein – durch unsere Schuhe und durch authentische Protagonistinnen in unserer Kampagne. Frauen wie du und ich, wie sie, wie wir alle - weil wir einzigartig sind! Im Fokus stehen dabei Herzensmensch-Beziehungen zwischen Frauen, die sie zu den Persönlichkeiten gemacht haben, die sie heute sind. Das können beispielsweise Mütter, Töchter, Schwestern oder beste Freundinnen sein.“*

Mit einem digitalen Casting hat Tamaris bereits Anfang Juli Frauen dazu aufgerufen, sich als Protagonistinnen für die neue Kampagne zu bewerben. Viele haben sich mit ihrer Antwort auf die Frage „Wer bist du?“ gemeldet und erzählt, was sie auszeichnet, beschäftigt und wer ihr Leben besonders prägt. Aus allen Bewerberinnen hat Tamaris ausgewählte Couples zum Shooting nach Hamburg eingeladen, um sie noch besser kennenzulernen, ihre Geschichten zu hören und ihnen als Markengesichtern im Herbst/Winter 2020 eine Bühne zu geben. *„Wir sind überwältigt von der Resonanz der Bewerbungen und freuen uns auf die tollen Frauen, ihre Erfolge, persönlichen Hürden und Gedanken“*, so Cathleen Burghardt.

Die reichweitenstarke Digitalkampagne wird von Mitte August bis Anfang November 2020 in zielgruppenspezifischen Umfeldern ausgestrahlt. Die Verbindung aus Markeninhalten mit authentischem Branded Content in Verzahnung mit einer komplexen, digitalen Ad-Architektur führen zu einer signifikanten, organischen Relevanzsteigerung und tragen so zur Positionierung der Marke bei.

PRESSEINFO

TAMARIS



Über die Wortmann Gruppe

Die Wortmann-Gruppe, Detmold, bekannt vor allem durch ihre Marke Tamaris, gehört zu den größten Schuhproduktions- und -vertriebsunternehmen in Europa und gilt als Marktführer für modische Damenschuhe. Die Kollektionen werden weltweit in über 70 Ländern und mehr als 15.000 Schuhgeschäften angeboten. Zur Unternehmensgruppe zählen neben der Topmarke Tamaris, die Marken Marco Tozzi, s.Oliver shoes, Caprice und Jana. Dazu kommt die Novi Footwear Fareast Ltd. in Asien. International zählt die Gruppe über 1.100 Mitarbeiter. Weltweit produzieren ca. 30.000 Arbeitskräfte für das Detmolder Unternehmen.