

**TOP-KAMPAGNE**

27. März 2017 6/17

INTERNET WORLD Business 23

# Ab in die Komfortzone

Der Einrichtungskonzern Ikea wirbt dafür, es sich im Bett richtig gemütlich zu machen

Wir alle kennen die guten Vorsätze zum Jahresbeginn: mehr Sport, mehr Action, weniger Ungesundes – Faulenzen war gestern. Doch nicht selten fällt einem das Umsetzen schwer, denn die Couch oder das Bett sind viel zu angenehm. Und jetzt werden sie es sogar noch um vieles mehr...

Während uns alle Welt anstachelt, unsere Komfortzone zu verlassen, fordern die Hamburger Agentur Think und Ikea Deutschland mit ihrer jüngsten Kampagne „Gekommen um zu bleiben“ dazu auf, es sich so richtig gemütlich zu machen, und zwar so sehr, dass man gar nicht mehr weg möchte. In dem 30-sekündigen TV-Spot rückt eine ziemlich „zeitgemäße“ Oma ihrer Enkelin auf die Pelle, und alles nur, weil es sich in Ikeas Schlaf- und Badezimmern bestens aushalten lässt. Richtig gut finde ich daran, dass nicht schon wieder eine Schwiegermutter herhalten musste. Neben dem Spot waren zwei weitere Pro-



↑ In dem 30-Sekünder rückt eine zeitgemäße Oma ihrer Enkelin auf die Pelle

duktspots im Fernsehen, im Kino und Online zu sehen. Radio-Spots und digitale Out-of-Home-Maßnahmen runden die Kampagne ab.

Ikea setzt hier auf humorvolle Weise ein Zeichen und zeigt, wie einfach es ist, sich wohlzufühlen – natürlich aufgrund der

Ideen von Ikea. Dass dieses Konzept Anhänger findet, attestieren die rund 150.000 Views auf Youtube sowie zahlreiche Kommentare auf Facebook. Außerdem geknackte das hervorragende Timing zum Jahresbeginn, das Casting und die sehr nette und unaufgeregte Erzählweise.



Vorgestellt von

**Holger Wiesenfarth**

Geschäftsführer Kreation, Bloom, München

[www.bloomproject.de](http://www.bloomproject.de)


↑ Die Spots sind im Fernsehen, Kino und online zu sehen

**Steckbrief**

- Marke: Ikea Deutschland
- Agentur: Think, Hamburg
- Head of Creative: Bettina Ott, Executive Creative Director
- Kampagne: „Gekommen um zu bleiben“
- Zeitraum: Januar 2017



↑ Auf Facebook wurde die Story intensiv diskutiert



↑ Das Video erreichte auf Youtube 150.000 Views



## Online-Werbung: Neue Etats, neue Kampagnen

Auftraggeber	Auftrag	Dienstleister	Auftraggeber	Auftrag	Dienstleister
<b>Asus</b>	An der Kampagne für den Notebook-Hersteller Asus beteiligen sich 13 internationale Youtube-Stars. Sie tauschen untereinander ihre Aufenthaltsorte und berichten von dort.	Super Heroes, Amsterdam	<b>Ford Mustang</b>	In dem neuen Spot ruft Ford Mustang in einer kleinen Geschichte dazu auf, im Alltag etwas mehr Rock'n'Roll zu wagen. Zu sehen in TV, Online, Out of Home und Anzeigen.	GTB Garmany, Düsseldorf
<b>Bundespresseamt</b>	Das Presse- und Informationsamt hat seinen Online-Etat an die Agentur Init vergeben. Die soll nun die insgesamt 16 Portale ausbauen.	Init, Berlin	<b>Hamburger Sparkasse</b>	Hyperlokal, digital, mit Lounge-Feeling – so präsentiert die Haspa ihre „Filiale 4.0“ von morgen. Pilot ist für die Einführung neuer digitaler Angebote in den Filialen zuständig.	Pilot Screen-tima, Hamburg
<b>Continental</b>	Die neue Kampagne des Reifenherstellers heißt „Life - enhanced by German technology“. Zu sehen in TV, Print, Online und am PoS.	Serviceplan Campaign, Hamburg	<b>Marco Tozzi</b>	„Selbstbewusste Frauen“ will die Fashion-Marke Marco Tozzi mit ihrer Frühjahrskampagne ansprechen: über TV, Youtube, Instagram und weitere Online-Maßnahmen.	Crossmedia, Düsseldorf
<b>Deutsche Post DHL</b>	Die Deutsche Post sucht eine Agentur für den Bereich DHL Parcel Europe. Es geht um die Entwicklung von CD und CI.		<b>Sporthaus Schuster</b>	Das Fotografen-Kollektiv „German Roamers“, das auf Instagram 175.000 Fans hat, liefert die Motive für die Out-of-Home-Kampagne des Sportartikalanbieters.	Zeichen & Wunder, München
<b>Disney</b>	Zum Start des Filmklassikers „Die Schöne und das Biest“ hat Disney mit Spotify eine Microsite mit dem Schloss aufgebaut. Dem User wird dort das Zimmer gezeigt, das zu seinem Musikgeschmack am besten passt.	Spotify, Berlin			