

Medieninformation

Neue Crossmedia-Kampagne: Wer fesch sein will, willhaben.

Fesch: Bewussteres und nachhaltiges Kaufverhalten als Gegenpol zu Fast Fashion

Österreich, am 7.11.2022 - willhaben stellt ab 7. November mit einer brandneuen Crossmedia-Kampagne sein vielfältiges Angebot an Mode und Accessoires und seine Rolle als nachhaltiger Gegenpol zu Fast Fashion, Konsum- und Rabatt-Hypes zur Weihnachtszeit ins mediale Schaufenster. Allein im Fashion-Bereich des größten digitalen Marktplatzes des Landes gehen durchschnittlich jede Minute rund 50 Anzeigen online: 60 mal pro Stunde, 24 Stunden pro Tag, 365 Tage im Jahr. Aktuell kann man sich bereits aus mehr als zwei Millionen stylishen Stücken sein neues Lieblingsoutfit zusammenstellen. Das passende Motto der Kampagne lautet daher: „Wer fesch sein will, willhaben.“

„Etwa jede fünfte Marktplatz-Anzeige ging heuer im Bereich Mode & Accessoires online. Egal ob für den modischen Alltag oder auch ein neues Lieblingsstück für besondere Anlässe, die Auswahl quer über das gesamte Land ist enorm. Diese Breite des Modeangebotes auf dem willhaben-Marktplatz, eine bunte Vielfalt an Kategorien, Größen und Marken in Kombination mit ausgefeilten Such- bzw. Filter-Möglichkeiten bietet jeder Österreicherin und jedem Österreicher fast schon eine Art Garantie, etwas Passendes bei uns finden zu können. Wenn Dinge auf diesem Wege ein neues Zuhause finden, verlängert sich auch ihre Lebensdauer und Ressourcen, die bei der Herstellung verwendet wurden, bleiben länger für die Gesellschaft verfügbar. Wir wissen aus regelmäßigen Erhebungen, dass dieser Umstand für einen sehr großen Teil unserer Userinnen und User ein wesentlicher Aspekt der willhaben-Nutzung ist. Mit dem gezielt gewählten Kampagnenzeitpunkt, in Wochen, in denen besonders viele Kaufentscheidungen getroffen werden, gelingt es vielleicht auch, diesen Ansatz des etwas bewussteren Konsumverhaltens weiter zu stärken“, erklärt willhaben-Geschäftsführerin Sylvia Dellantonio.

„Gerade im Bereich Mode gibt es immer viel Bewegung, frische Trends oder Comebacks verschiedener Kult-Themen. Bei zahlreichen Kleidungsstücken, aber auch speziell bei modischeren und exklusiveren Accessoires wie Taschen, Sneakers oder auch Sonnenbrillen, ist willhaben der perfekte Ort, um für Abwechslung und eine Art Kreislauf im Kleiderschrank zu sorgen. Der willhaben-Marktplatz bringt buchstäblich alle, die fesch sein wollen, aber auch jene, die ein paar feschen Stücken eine zweite Chance geben wollen, bestmöglich zusammen. Hier wollen wir mit der neuen Kampagne einerseits unsere einzigartigen Möglichkeiten als reichweitenstarkes, heimisches Unternehmen mit Sitz und MitarbeiterInnen in Österreich in die Waagschale werfen und andererseits auch die speziellen Vorzüge von willhaben für unterschiedlichste Wünsche, Menschen und Geschmäcker besonders betonen“, erklärt Mercedes Krutz, Head of Marketing bei willhaben.

Perfekte Kombination: Fashion und PayLivery

In Summe haben die willhaben-Userinnen und -User seit Service-Start bereits deutlich mehr als 950.000 Transaktionen mit PayLivery realisiert. Gerade im Bereich Mode und Accessoires ist hier, beispielsweise bei Schuhen und Handtaschen, die Nutzung der PayLivery-Option besonders beliebt. Im Zuge der aktuellen Fashion-Kampagne wird somit ein weiterer Meilenstein erreicht und die Millionen-Grenze gemeinsam übersprungen.

Keyfacts zur Kampagne

Die neue Kampagne wurde gemeinsam mit den Teams von AANDRS und Kaiserschnitt Film sowie Musik von Bad Owl realisiert. Sie umfasst TV- und Hörfunk-Spots, vielfältige digitale Elemente und wird zusätzlich auch über die reichweitenstarken willhaben-Kanäle transportiert.

**Link zum TV-Spot**

<https://www.youtube.com/watch?v=2jGrZZWMREI>

Link zum Radio-Spot

<https://www.youtube.com/watch?v=nKHqFas7ETw>

Bilder

Neue Crossmedia-Kampagne: Wer fesch sein will, willhaben.

Bildcredit

willhaben

CREDITS

Kunde: willhaben
Geschäftsführerin: Sylvia Dellantonio
Marketingleiterin: Mercedes Krutz
Marketing-Team: Olgu Bolun, Bettina Schlesinger, Nathalie Hofmann
Kreativagentur: AANDRS
Mediaagentur: Mindshare
Filmproduktion: Kaiserschnitt Film
Executive Producer: Matthias Papst
Producer: Yannick Stross
PA: Jessica Dierich
Regie: Deniz Cooper
Fotografin: Julie Brass
Edit: Karl Schauer-Dejo
Kostüm: Marie-Theres Fritz
HMU: Jessi Wei
Komponist: Peter Kastner / Bad Owl
Sängerin: Barbara Neuhauser
Tonstudio: Innenhof Studios

Pressekontakte

Gerlinde Giesinger
PR Managerin / willhaben
Tel.: 0699/1003 1570
E-Mail: presse@willhaben.at

Andreas Pucher
PR Manager / willhaben
Tel.: 0699/1303 1518
E-Mail: presse@willhaben.at