



++ PRESSEMITTEILUNG ++

Vier Jahre verschollen im Möbellager

Home24 startet neue TV-Kampagne und rettet verschundenen Mann aus den Tiefen eines Möbellagers

Berlin, 03.11.2014: Home24, Deutschlands größtes Online-Möbelhaus, startet unter dem Titel „Verschollen“ eine neue TV-Kampagne und inszeniert mit einem Augenzwinkern die Tücken des Offline-Möbelkaufs. Entwickelt und produziert wurde die Kampagne in Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Jung von Matt.

Link zum TV-Spot:

Version „Sofa“:

<https://www.youtube.com/watch?v=8838gqw45Ow&feature=youtu.be>

Version „Bett“:

<https://www.youtube.com/watch?v=05qTbvkuayk&feature=youtu.be>

Version „Schrank“: <https://www.youtube.com/watch?v=s3MUIMml-sA&feature=youtu.be>

Internetfilm: <https://www.youtube.com/watch?v=NilAy0lnwFQ>

Breaking News auf N3: Es ist die Sensation des Jahres! Nach vier Jahren, in denen Thomas B. (36) als verschollen galt, wurde der

Familienvater aus Berlin im SB-Abhollager eines Möbelmarktes wiedergefunden. Er verschwand spurlos im Oktober 2010, als er gemeinsam mit seiner Frau und den zwei Kindern sein Einfamilienhaus im Stadtteil Marienfelde einrichten wollte. Der Gerettete betont, er sei „wohl nur einmal falsch abgebogen“.

Nach der dramatischen Rettung von Thomas B. kehrt dieser nun zu Frau und Kindern zurück und stellt fest: auch während seiner Abwesenheit musste das Leben weiter gehen. Er findet sein Zuhause liebevoll eingerichtet vor, denn seine Frau hat zwischenzeitlich Home24 für sich entdeckt. Mehr als 100.000 Produkte, tolles Design zu günstigen Preisen und eine kostenlose Lieferung bis ins Wohnzimmer waren für Anette B. die Rettung.

Constantin Eis, Geschäftsführer Home24: „Mit einem Augenzwinkern zeigen wir in unserem neuen Spot, welche Tücken der Kauf in einem stationären Möbelmarkt haben kann und machen deutlich, dass es auch anders geht: Bei Home24 findet jeder in nur ein paar Klicks alles für ein schönes Zuhause, kann bequem von zu Hause bestellen und Home24 liefert die Ware kostenlos bis ins Wohnzimmer. Ganz ohne sich beim Einkauf zu verlaufen.“

Dörte Spengler-Ahrens, Executive Creative Director Jung von Matt: „Die neue TV-Kampagne von Home24 fokussiert einmal mehr die Vorteile des Online-Möbelshoppings bei Home24 gegenüber dem klassischen Möbelmarkt. War es beim „Arsch der Welt“-TVC der lange Weg, ist es nun der Kauf selbst, der die Leiden des Kunden in den SB-Abhollagern dramatisiert. In dem undurchsichtigen Regal-Dschungel kann man sich verlieren. Der Spot bringt dieses Möbelmarkt-Drama mit Home24-Happy-End auf den Punkt. Mit einer gehörigen Portion Humor.“

Neben dem TV-Flight mit verschiedenen Schnittversionen des Spots, wird es begleitende Online-Maßnahmen, wie zum Beispiel Banner und Gewinnspiele, geben.

Über Home24

Home24 ist Europas größtes Online-Möbelhaus. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Berlin beschäftigt derzeit über 300 Mitarbeiter und ist neben Deutschland auch in Frankreich, Österreich, den Niederlanden, der

Schweiz und Belgien aktiv. Home24 liefert alle Produkte – unabhängig von Größe und Gewicht – kostenfrei bis in die Wohnung seiner Kunden.

Pressekontakt

Laura-Lucia Wehner
Corporate Communications Manager
laura-lucia.wehner@home24.de