



Pressemitteilung

„Deutschland tapeziert“ geht ins vierte Jahr: Die Tapete verdient mehr Aufmerksamkeit - gerade in herausfordernden Zeiten

Düsseldorf, im September 2022 – Mit wenig Zeit- und Kostenaufwand eine große, positive Veränderung bewirken – das kann, laut den Kampagnen-Machern von „Deutschland tapeziert“, kein anderes Einrichtungselement so wirksam wie die Tapete! Denn sie macht aus einem kleinen Kinderzimmer einen Abenteuer-Dschungel, aus einem lieblosen Flur ein schickes Entrée und aus einem einfachen Esszimmer eine Dinner-Location.

Um Verbrauchern Lust auf Tapete zu machen und Fachplaner sowie Verarbeiter über Trends und Möglichkeiten dieses vielseitigen Wandbelags zu informieren, startet die Kampagne ins vierte Jahr. Rund 25 Partner freuen sich auf Maßnahmen, die ihre Produkte und Marken in den Vordergrund stellen. „Gerade in Zeiten, in denen das Konsumklima angespannt ist, müssen wir als Branche handeln und gegensteuern“, betont Wolf A. Kappen, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei der Marburger Tapetenfabrik. „Nur gemeinsam erzeugen wir ausreichend Werbedruck, um mit unseren Botschaften bei unseren Zielgruppen anzukommen“, ist auch Vanessa Nafzger, Markenmanagerin bei der MEGA, einem der führenden Großhändler in Deutschland mit großem Tapetenangebot, überzeugt.

Die Branchen-Kampagne besteht aus einer Basiskampagne und einem Aktionszeitraum, in dem die Partner besonders aktiv sind, den „Tapetenwochen“. Die Basiskampagne setzt sich aus pro-aktiver Pressearbeit und Social Media Maßnahmen zusammen. Sie hat sich in den vergangenen drei Jahren kontinuierlich positiv entwickelt und die Reichweite auf den einschlägigen Social Media Kanälen auf 25 Mio. Personen gesteigert.

Pressekontakt

Deutsches Tapeten-Institut GmbH | Karsten Brandt | Berliner Allee 61 | 40212 Düsseldorf
Tel. (0211) 862 864-11 | E-Mail presse@tapeten.de | www.deutschland-tapeziert.de



Die nächsten Tapetenwochen, die im Frühjahr 2023 stattfinden werden, nehmen sich des großen Themas „Mode und Gestaltung“ an. Jetzt werden Werbemittel und individualisierbare Online-Formate entwickelt, mit denen die Partner gemeinsam die Aufmerksamkeit auf das Produkt Tapete lenken können. So sollen möglichst viele Verbraucher auf den Geschmack kommen und den eigenen vier Wänden einen neuen Look verpassen. Die Kampagne startet diesen Monat mit den Herbsttrends unter dem Motto „Mach‘ die Wände“.

Pressekontakt

Deutsches Tapeten-Institut GmbH: Karsten Brandt | Berliner Allee 61 | 40212 Düsseldorf
Tel. (0211) 862 864-11 | Fax (0211) 862 864-13 | E-Mail: presse@tapeten.de