

VFF
MARKETING
AWARD
2024

fensterversand.com

Schmeißen Sie Ihr Geld nicht aus dem Fenster.

Eingereicht wird die **TV- und Social-Media-Kampagne**
„**Schmeißen Sie Ihr Geld nicht aus dem Fenster**“ mit dem
Testimonial **Boris Becker** für Deutschlands führenden Onlineshop
für Fenster und Türen **fensterversand.com**.

Kategorie: **Beste Kampagne**

Wir sind fensterversand.com

fensterversand.com, der 2005 ins Leben gerufene Onlineshop für Fenster und Türen, ist heute mit über **6 Mio. Besuchern** und **mehr als 100.000 verkauften Bauelementen** pro Jahr die **Nr. 1 für Fenster und Türen online**.

fensterversand.com ist Teil der **Neuffer Fenster + Türen GmbH** – einem Fensterhersteller, der bereits **im Jahr 1872 gegründet** wurde.

Neben Fenstern und Türen vertreiben wir über **mehr als 50 Produkt- Konfiguratoren** Bauelemente **rund um Haus und Garten**.

Dazu zählen: Sonnenschutz, Pergolen, Markisen, Garagentore und vieles mehr.

In der **über 150-jährigen Geschichte** begleiten die Marke viele Auszeichnungen und Innovationen, auf die wir stolz sind: **königlicher Hofglaser** (1907), **Erfinder des Doppelfensters** (1913), **Digitaler Pionier** WIRTSCHAFTSWOCHE (2019).

Wir verstehen uns als **Plattform** und bauen als **Digitalspezialisten** die Brücke zwischen Häuslebauern, Renovierern, DIYlern und den besten Herstellern in Deutschland und Europa.

Die kommunikative Herausforderung.

Geringe Onlinekaufbereitschaft:

Schaffung des Bewusstseins und der Bereitschaft, Fenster und Türen online zu kaufen.

Ansprache von offline-affinen

Zielgruppen ab 35 mit höherer Zahlungsbereitschaft vs. preissensitive Online-Shopper.

Bekanntheitssteigerung der eigenen Marke im Online- und Offlineumfeld.

Geringe Kaufhäufigkeit von Fenstern

von durchschnittlich **0,7x** im Leben – eine extrem kurze Zeitspanne, um sich als Marke stark zu positionieren.

Digitales Abbilden einer traditionell beratungsintensiven **Vor-Ort Leistung**.

Größe, Zuverlässigkeit und Vertrauen zu kommunizieren, um Endkunden von einer Investitionsentscheidung online zu überzeugen.

Unser Anspruch: einfach Fenster kaufen.

Unser Markenstatement:

- ➔ Wir sind **Pioniere des Fensterbaus** und vereinen **deutsche Handwerkstradition** mit **globaler Digitalisierung**.
- ➔ Wir sind **Experten in allem, was wir tun** und wollen **Kundenerwartungen** stets **übertreffen**.
- ➔ Seit über **150 Jahren prägen wir einzigartige Produkte und Services**, die Wohnräume zu lebenswerteren Orten machen.
- ➔ Unser Ziel: **Perfekte Bauelemente zu unschlagbaren Preisen** für jeden zugänglich machen.

Wie wir unsere Marke zum Leben erwecken.

Was uns vom Wettbewerb unterscheidet:

- ➔ Wir bieten unseren Kunden das **umfangreichste Online-Produktportfolio** nach Maß.
- ➔ Unsere über **50 Produkt-Konfiguratoren** machen **technische Komplexität einfach**.
- ➔ Die **Beratungsqualität** unserer **über 40 Fensterexperten** sucht seinesgleichen.
- ➔ Wir bieten das **attraktivste Preis-Leistung-Verhältnis** und die **Sicherheit des Marktführers** beim Onlinekauf.

Die Nr. 1 für Fenster und Türen online.

Ohne Ziel kein Erfolg.

Zielsetzung der Kampagne:

- ➔ fensterversand.com strebt nicht nur eine höhere Bekanntheit an, sondern will sich besonders im Sanierungsumfeld als unverzichtbare Wahl für Fenster- und Türenkäufer positionieren.
- ➔ Insbesondere Offline-Käufer sollen angesprochen werden, wobei die Vorteile attraktiver Preise und eines bequemen Einkaufserlebnisses im Fokus stehen.
- ➔ Darüber hinaus: Steigerung der Onlineshop-Besucher, Verbesserung der Conversion-Rate, mehr konfigurierte Produkte und letztendlich beschleunigtes Wachstum.

Laut, lauter, **fensterversand.com**

Woran wir glauben:

- ➔ Eine aufstrebende Marke verdient eine Kampagne, die nicht nur laut, sondern auch polarisierend ist. Bei der strategischen Konzeption waren wir überzeugt, dass es an der Zeit ist, aus der Masse herauszustechen.
- ➔ Denn nur mit einer Kampagne, die die Aufmerksamkeit weckt und zum Gesprächsthema wird, kann eine Marke wie unsere die Anerkennung erhalten, die sie verdient. Bereit für einen Auftritt, der im Gedächtnis bleibt?

Auf den Punkt gebracht: die Kampagnenidee.

Idee:

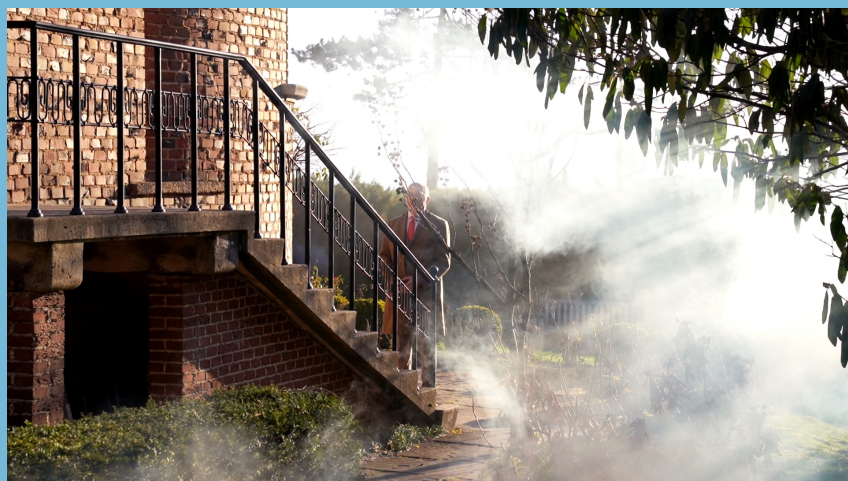
In einer Serie von **TV- und Social-Media-Spots** macht unser **Testimonial Boris Becker selbstironisch** mit Blick auf seine finanzielle Situation **klar**, dass bei der Nr. 1 für Fenster und Türen online Produkte **einfach zu sehr attraktiven Preisen** erhältlich sind.

Casefilm



[Link zum Film](#)

Match point Boris Becker.



Gute Fenster überall: die mediale Verlängerung.



Erfolg in Zahlen



Bericht über
Kampagnen-
launch in **über
250 Medien**



Über 7 Mio.
Social Views
und + **250.000
Interaktionen**



+ **60 %** mehr
konfigurierte
Warenkörbe



Mehr als **400 Mio.**
Ad Impressions



+ **50 %** mehr
Besucher auf
fensterversand.com



+ **55 % Umsatz**
im Jahr 2023

Nach dem Spiel ist vor dem Spiel: **Ausblick.**

Wie es weiter geht:

Der Kampagnenerfolg hat gezeigt, dass eine klare Strategie, eine gute Idee und eine ordentliche Portion Mut nicht nur unternehmerisch sondern auch in der Kommunikation punkten.

Und dass fensterversand.com und Boris Becker gemeinsam bei der Zielgruppe ankommen.
Deshalb gehen wir 2024 in die Verlängerung. Neues Spiel, neuer Satz, neues Glück.

Vielen Dank.

Wir sind:

fensterversand.com | Neuffer Fenster + Türen GmbH
Geschäftsführer: Philipp Neuffer
Kronprinzstraße 8,
70173 Stuttgart

0711 860 60 100

presse@fensterversand.com