

Presse-Info

Interliving: Henning Baum ist neuer Botschafter der Marke

Die starke Marke Interliving, bekannt für ihre hochwertigen und individuellen Möbel, startet heute mit ihrer neuen TV-Kampagne „Mein Stil“ in den Herbst. Dabei zeigt Schauspieler und Markenbotschafter Henning Baum, dass die Möbel von Interliving mehr sind, als nur Einrichtung.

Bielefeld, den 10. September 2024 – Der Kampagnenclaim „Mein Stil.“ beschreibt genau das, wofür die Marke Interliving steht. Interliving bedeutet ganzheitliches Einrichten, bei dem jeder seinen individuellen Lifestyle verwirklichen kann. So auch Schauspieler Henning Baum, der uns in den kinoreifen Spots seinen ganz persönlichen Stil präsentiert.

Henning Baum und Interliving: Eine starke Partnerschaft

Henning Baum, bekannt aus der mehrfach ausgezeichneten TV-Serie „Der letzte Bulle“, verleiht der neuen Marketing-Kampagne „Mein Stil.“ seine unverwechselbare Authentizität und Bodenständigkeit. „Damit verkörpert Henning Baum perfekt die Werte von Interliving“, so Frank Stratmann, Geschäftsführer von Interliving und Hauptgeschäftsführer des Einrichtungspartnerring VME. „Wir sind überzeugt, dass er unserer Kampagne mit seiner beeindruckenden Präsenz und seinem Charisma eine frische Dynamik verleiht.“

Inszenierungen in ungewöhnlichem Setting

Auch die ungewöhnlichen Drehorte sind sorgfältig ausgewählt – authentisch eben. Henning Baum liebt die Natur, denn dort findet er die Ruhe und Inspiration, um dann wieder mit neuer Energie in seinem Beruf als Schauspieler aufzugehen. Sein Hobby, der Boxsport begleitet ihn

schon seitdem er 17 Jahre ist. So ist es kein Zufall, dass die TV-Kampagne auf einem schwimmenden Plateau auf dem Wörthsee und inmitten eines Boxstudios produziert wurden. In den Spots zeigt der Schauspieler, wie sich die Interliving Möbel nahtlos in seinen Lebensstil integrieren lassen. Genau in „seinem Stil“.

Henning Baum zeigt sich begeistert vom Konzept der Kampagne

Das Konzept der Kampagne überzeugte den Schauspieler sofort: „Beim Lesen des Konzeptes konnte ich schon erkennen, dass es wie eine kleine Geschichte geschrieben ist, die inspiriert und gleichzeitig dynamisch ist“, so Henning Baum. „Ich vertrete etwas, weil ich dahinterstehe. Natürlich schaue ich auch, passt das Produkt zu mir. Man muss eine Sympathie füreinander haben – wie bei Interliving.“

In sechs kurzen, kinoreifen Spots, die im TV, auf Video-on-Demand-Plattformen oder auf den Social-Media-Kanälen der Marke und der Einrichtungshäuser zu sehen sein werden, begegnet Henning Baum den Möbeln zunächst in unkonventionellen Settings, die die Vielseitigkeit der Möbel betonen und zeigen, dass sie sich in jeden Lebensstil integrieren lassen. Zum Auftakt der Kampagne kocht Henning Baum in der Interliving Küche der Serie 3075 umgeben von Boxring und Boxsäcken und genießt die Zeit in der Natur auf dem Interliving Sofa der Serie 4251.

In den kommenden Monaten wird Henning Baum Botschafter von Interliving sein und die Kampagne auf allen Kanälen begleiten. Die Kampagne begleitet die Möbelbranche somit über die gesamte Hauptsaison der Einrichtungshäuser, um so eine maximale Wirkung zu erzielen. Aber auch für die Zeit danach ist bereits einiges geplant – man darf gespannt sein.

Infos zu den Produkten

[Interliving Küche der Serie 3075](#)

[Interliving Sofa Serie 4251](#)

Interliving – Möbel für dich gemacht.

Interliving ist eine von mittelständischen Händlern entwickelte Möbelmarke, die es in rund 200 Möbelhäusern in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Südtirol zu kaufen gibt. Sie gehört zum umfangreichen Markenportfolio des Möbelverbundes Einrichtungspartnerring VME. Egal, ob Sofas, Betten, Couchtische, Wohnwände oder Kleiderschränke – Interliving Möbel verbinden zeitloses Design mit intelligenten, durchdachten Funktionen. Jedes Möbelstück ist außerdem in

zahlreichen Varianten erhältlich und passt sich so spielend jedem neuen Zuhause an. Auf alle Interliving Möbel gibt es fünf Jahre Hersteller-Garantie – sie sind dank ihrer Materialbeschaffenheit, Funktionssicherheit und fachgerechter Verarbeitung langlebige Begleiter. Die Marke soll vor allem Kunden aus der Mitte der Gesellschaft ansprechen und liegt im mittleren Preissegment.

Weitere Informationen zu Interliving finden Sie hier:

www.interliving.de

oder auf den Social Media Kanälen der Marke.

[Instagram](#)

[Facebook](#)

[Pinterest](#)

[Youtube](#)

Über die Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG

Seit ihrer Gründung 1964 stärkt die Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG mit Sitz in Bielefeld die Marktposition ihrer heute rund 200 Mitgliedsunternehmen, die zusammen über 400 Einrichtungshäuser, Fachmärkte oder Abholmärkte in Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Luxemburg, Belgien, Frankreich, Slowenien und den Niederlanden betreiben. Dabei sichert der Einrichtungspartnerring VME als Einkaufsgemeinschaft ihren Mitgliedern und deren Kunden nicht nur günstige Einkaufspreise, sondern unterstützt sie auch durch gemeinsame Werbe- und Marketingmaßnahmen und vielfältige Beratungs- und Serviceleistungen. Darüber hinaus bietet der Möbelverbund für seine angeschlossenen Einrichtungshäuser ein großes Portfolio eigener Marken wie Interliving, Trendhopper oder Roomio. Zur Geschäftsführung des Einrichtungspartnerring VME gehören neben Hauptgeschäftsführer Frank Stratmann auch die Einkaufsgeschäftsführer Jens Westerwelle und Peter Wülfing.

Kontakt: Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG

Frank Stratmann

Hauptgeschäftsführer

An der Wesebreede 2, 33699 Bielefeld

Telefon: 0521. 20 885-123 | Sekretariat (Nicole Kellner)

Telefon: 0521. 20 885-221 | Unternehmenskommunikation (Stephanie Bremer)

E-Mail: presse@einrichtungspartnerring.com