

11.02. 2021

16 Influencer*innen geniessen den Veganuary mit den neuen V-Love Produkten der Migros

Von House of Influence



Bild Rechte

WebStages GmbH

(Zürich)(PPS) **Die Influencer-Marketing Agentur WebStages durfte für die neue Plant-Based-Eigenmarke V-Love der Migros die schweizweite Influencer-Kampagne zum Veganuary umsetzen. Im Rahmen der Kampagne mit 16 Influencer*innen aus der ganzen Schweiz wurden über 170 Beiträge produziert und rund 400'000 organische Interaktionen erzielt.**

Mit dem Start des Veganuary startete für zwölf Influencer*innen, die normalerweise Fleisch konsumieren, die Challenge #vLoveYou der Migros. Die Influencer*innen wurden von vier sogenannten «Veganistas», die sich bereits vegan ernähren, begleitet. Dadurch, dass sowohl Veganer*innen als auch nicht Veganer*innen dabei sind, wird ein Dialog aufgebaut und eine Brücke zwischen beiden «Ernährungslagern» geschlagen.

Zu Beginn jeder Woche inspirierten die «Veganistas» mit ihrem Lieblingsrezept zum jeweiligen Wochenthema (Hauptgerichte, Frühstück, Desserts). Zudem forderten sie sechs Influencer*innen auf, die sich noch nicht vegan ernähren, ein veganes Gericht passend zum Thema mit einem der neuen Migros V-Love Produkte zu kochen. Diese Challenge wurde anschliessend als Gallery-Post auf Instagram veröffentlicht. Im Bild-

Post ist einerseits das fertige Gericht zu sehen, sowie auch die dazu verwendeten Produkte, um den Wiedererkennungswert zu steigern.

Für die gesamte Kampagne wurden über 170 Beiträge produziert und veröffentlicht, die sich aus Videos, Bild-Posts und Stories auf Instagram zusammensetzen. Auch die Community der Influencer*innen beteiligte sich aktiv an der Kampagne und so wurden insgesamt über 400'000 Interaktionen erzielt.

Als zusätzliche Hilfeleistung erstellten die «Veganistas» Guides (neues Instagram-Feature) mit Sammlungen von ihren veganen Rezepten, passend zur jeweiligen Fokuswoche.

Die Influencer*innen markierten sich jeweils gegenseitig, damit die Community weiss, wo sie in den nächsten Tagen die neusten Tipps und Rezepte erhalten können.

Jeder Beitrag von einer mehrteiligen Instagram-Story begleitet. Speziell für die Kampagne wurden Kampagneneigene GIF-Stickers erstellt, welche die Influencer*innen in ihrer Story verwenden, um den Wiedererkennungswert der Marke zu steigern.

Zu den Influencer*innen gehörten unter anderem Sara Leutenegger, Antonella Patitucci, Carlo Cao und Alison Liaudat.

Alle Beiträge können unter dem Hashtag **#vLoveMigros** auf Instagram angeschaut werden.

Der Hashtag ermutigte die Community an der Challenge teilzunehmen, ohne dogmatisch und fordernd zu wirken. Ganz im Sinn von «egal, ob du dich eine, zwei Wochen oder den ganzen Monat vegan ernährst – **wir lieben dich trotzdem #vLoveYou.**

Die Migros Eigenmarke V-Love beinhaltet unterschiedlichste Ersatz- und Ergänzungsprodukte für eine ausgewogene pflanzenbasierte Ernährung.

Alle Produkte sind V-Label zertifiziert, die meisten vegan und einige vegetarisch. Neben den klassischen Fleisch- und Fischersatzprodukten bietet V-Love zusätzlich Milch- und Käseersatz, Snacks, Sandwiches und Tiefkühlprodukte.

Für alle ist bei V-Love etwas dabei und es wird immer mehr, das Sortiment wird laufend ausgebaut.

Über die Organisation:

Die führende management- und softwareunabhängige Influencer Marketing Beratungsagentur hat seit Herbst 2017 ihren Sitz im Züricher Seefeld. Das gesamte Team berät Kunden in allen Landessprachen sowie im gesamten DACH-Raum bei ihren Influencer-Projekten. Von der Strategie, zur Konzeption über die Selektion, Gagen- und Vertragsverhandlungen, dem Kampagnenmanagement hin zu individuell aufbereiteten Reportings und Workshops bietet die Agentur alle Influencer-Marketing Services aus einer Hand.

Neben den Kampagnen die WebStages für Kunden wie Migros, Hirslanden oder Ricola umsetzt, ist WebStages auch der Veranstalter der grössten Social Media Marketing Konferenz der Schweiz: den WebStage MASTERS. Seit 2020 arbeiten die WebStage Masters aus Zürich und das Royaume des Pros aus Genf auf strategischer Ebene zusammen. Die beiden Veranstalter vereinen knapp 1'000 Besucher im Bereich Social Media Marketing jedes Jahr.

Pressekontakt:

WebStages GmbH
Bellerivestrasse 20
8008 Zürich

Tanja Herrmann, Geschäftsführerin
+41 79 820 58 06, [tanja @ webstages.ch](mailto:tanja@webstages.ch)
www.webstages.ch

Kategorie

Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/16-influencerinnen-geniessen-den-veganuary-den-neuen-v-love-produkten-der-migros>