Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

04.08. 2021

Schweizer Mode-Sharing Plattform Share That Wear startet mit Influencer:innen durch!

Von House of Influence



Bild Rechte
WebStages

(Zürich)(PPS) **Die Influencer-Marketing Agentur WebStages durfte für das Schweizer Start-up Share That Wear eine schweizweite Influencer-Kampagne in drei Wellen umsetzen. Die Sharing-Plattform für Designermode ist seit dem 04. Juni in den Schweizer App Stores verfügbar. Im Rahmen der Kampagne wurde mit neun Influencer:innen aus der ganzen Schweiz über 91 Beitragseinheiten produziert und rund 2'975’011 organische Interaktionen erzielt.**

Das Briefing der Gründerin von Share That Wear, Alissa Mühlethaler war klar: Erst müssen wir den Leuten das neue Rental-Konzept erklären, dann müssen wir Inventar generieren und in der dritten Phase wird das Mieten beworben. Die Sharing Plattform Share That Wear soll den Konsum von Fast Fashion reduzieren und den User:innen mehr Flexibilität und ein grösseres Angebot an hochwertiger Designerkleidung bieten.

Mit diesem klaren Drei-Phasen-Plan ging es auf die Suche nach passenden Fashion Influencer:innen in der Schweiz. Diese sollten nicht nur für einmalige Posts herhalten, vielmehr wurden sie aktiv in jede Phase der Lancierung miteingebunden. In engster Zusammenarbeit mit der Gründerin, der Agentur und den Influencer:innen entstanden so ausführliche Blogbeiträge, spannende Interviews mit der Frau hinter den Kulissen, stylische Schritt für Schritt Anleitungen und hochwertige Fashionvideos.

Zu den Influencer:innen gehören unter anderem Kevin Lütolf, Elvira Le Grand, Steven Epprecht und Lara Holtkamp.

Im März startete die erste Kommunikationswelle. Alle neun Influencer:innen erklärten das Konzept von Rental-Fashion, die Vorteile in Bezug auf Nachhaltigkeit und die professionelle Abwicklung inklusive Versicherung über die Plattform.

Im April startete dann die zweite Kommunikationswelle. Hier fokussierten sich die Influencer:innen auf den konkreten Prozess für die Personen, die ihre Luxusteile gerne vermieten möchten, und damit etwas dazuverdienen. Verlinkt wurde auf die Landingpage, auf der die wichtigsten Informationen nochmals zusammengefasst wurden. Von dort geht es direkt in den App- sowie den Google Playstore.

Im Juli startet die dritte Phase. Hier weisen die Influencer:innen mit witzigen Reels darauf hin, dass die App nun mit allen Funktionen freigeschaltet ist. Ab sofort können nicht nur Designer-Stücke hochgeladen werden, sondern es kann auch gemietet werden.

Für die gesamte Kampagne wurden bereits über 91 Beitragseinheiten produziert und veröffentlicht, die sich aus Videos, Blogs, Bild-Posts und interaktiven Stories auf Instagram zusammensetzen.

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

Sharethatwear.com ist eine schweizweite Sharing Plattform für Kleidungsstücke und Accessoires im Luxus-Bereich, die von einer Frau gegründet und geführt wird.

Auf Share That Wear kann jede:r seine Teile vermieten oder von anderen mieten. Dank eines starken Versicherungspartners (alle Stücke sind automatisch versichert),

der Verifizierung bei der Registrierung und dem gegenseitigen Bewerten der User:innen, wird sichergestellt, dass es zu keinen unangenehmen Überraschungen kommt.

Alle User:innen, die Sachen anzubieten haben, können sorgenfrei alternative Einkünfte generieren und ein eigens kleines Modegeschäft führen. Auf der anderen Seite können sich Mieter:innen ebenfalls in Sicherheit wiegen, denn sie wissen, dass sie beim Tragen der Sachen versichert sind.

Das Angebot richtet sich an junge, modebewusste und -begeisterte Frauen und Männer, die Lust am Teilen haben und den Geldbeutel schonen oder sich etwas dazu verdienen wollen.

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, welche am 4. November 2021 zum vierten Mal stattfindet. 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

www.webstages.ch

Kategorie
Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/schweizer-mode-sharing-plattform-share-wear-startet-influencerinnen*