

13.01. 2025

House of Influence: M-Budget Influencer:innen beweisen während einem halben Jahr, dass Qualität nicht teuer sein muss

Von House of Influence



Bild Rechte

House of Influence

(Zürich)(PPS) **M-Budget setzt mit einer nationalen Influencer-Kampagne ein Zeichen für bezahlbare Qualität. Die Kampagne wurde von der Influencer-Marketing-Agentur Hous of Influence umgesetzt. Von August bis Dezember 2024 sorgte die Influencer-Kampagne dafür, dass M-Budget als fester Bestandteil des Alltags preisbewusster Konsument:innen etabliert wird. Mit 15 Influencer:innen aus der ganzen Schweiz, die mehr als 50 Beiträge auf Instagram und TikTok teilten, von Rezepten über Spartipps bis hin zu Alltagsmomenten. Die Kampagne unterstreicht, dass Lebensmittel und Alltagsprodukte nicht teuer sein müssen, ein zentraler Gedanke in Zeiten steigender Lebenshaltungskosten.**

M-Budget steht seit Jahren für bezahlbare Qualität. Ziel der Kampagne, die von der Züricher Influencer-Agentur House of Influence konzipiert und umgesetzt wurde, war es, die Marke auch in Zeiten finanzieller Bequemlichkeit zu positionieren. 15 Influencer:innen aus den Bereichen Family, Lifestyle und Finanzen arbeiteten an der

Kampagne mit und teilten persönliche Inhalte auf Instagram und TikTok. In persönlichen Brainstormings mit den Influencer:innen, M-Budget und House of Influence wurden die einzelnen Content-Ideen entwickelt, um die Zusammenarbeit möglichst authentisch zu gestalten.

Die Kampagne bot einen Themenmix aus Lifestyle, Family und Food Content, der die breite Zielgruppe, von preisaffinen Familienhaushalten mit Kindern und Kleinhaushalten abdeckte. Die Influencer:in Evagaudenz teilte Einblicke in ihre Auswanderungsvorbereitungen nach Kanada und zeigte, wie sie sich dank M-Budget-Produkten ein finanzielles Polster anspart. Dailydoseofnadia, die am Existenzminimum lebt, hob hervor, wie M-Budget ihr hilft, ihr Budget einzuhalten. Juliafandl teilte einfach nachzumachende Bastelideen für Kinder, die ausschliesslich mit M-Budget-Produkten umgesetzt wurden. Und Isaline_ackermann begeisterte ihre Community mit Challenges, wie zum Beispiel für 30 Franken ein Abendessen für die ganze Familie einzukaufen.

Leila Schmid von House of Influence ergänzt: «Das Thema Sparen wird oft negativ mit Verzicht und Einschränkungen assoziiert. Unser Ziel war es mit Hilfe der Influencer:innen zu zeigen, dass Sparen nicht mit weniger oder schlechterer Qualität einhergeht.»

Die Kampagne lief über fünf Monate hinweg. Die Influencer:innen posteten über diesen Zeitraum mehrere Beiträge, wodurch eine hohe Glaubwürdigkeit innerhalb der Community erreicht wurde. Ergänzt wurde die organische Verbreitung durch die gezielte Bewerbung der Inhalte.

Mit 15 Influencer:innen, knapp 50 Beiträgen und einer konstanten Präsenz auf Instagram und TikTok konnte M-Budget seine Rolle als preisbewusste Marke für den Alltag unterstreichen. Insgesamt konnten 2 Millionen Videoaufrufe und 27'000 Interaktionen erreicht werden.

Links zu ausgewählten Beiträgen:

- Thelittleboggpic: <https://www.instagram.com/p/DCq4MwVOIFw/>
- Missfinance.ch: <https://www.instagram.com/p/C-5WvcRq6d8/>
- Just.nadiarose:
<https://www.tiktok.com/@just.nadiarose/video/7437835545151048993>

- Juana.fiedler:
https://www.instagram.com/reel/DDTuUTvN1VQ/?utm_source=ig_web_copy_link...
- Alessiadaily: <https://www.instagram.com/reel/DA2-3M4uWxq/>

Credits

Verantwortlich bei House of Influence: Leila Schmid (Gesamtverantwortung), Tanja Herrmann (Strategie)

Verantwortlich bei M-Budget: Christian Keller (Media Manager), Siegrun Krayen (Projektleitung Campaigning),

Über die Organisation:

Über House of Influence

Die 2017 gegründete Schweizer Influencer Marketing Beratungsagentur hat ihren Sitz im Zürcher Seefeld. Das mehrsprachige Team berät Kund:innen bei ihren Influencer-Projekten und baut für sie eigene Pools an Content Creators passend zur Branche, Sprache und den gesetzten Zielen auf. 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 House of Influence für Kunden wie Migros, Helvetia, SWISS oder Mercedes-Benz umsetzt, ist House of Influence auch Veranstalterin der grössten Social Media Marketing Konferenz der Schweiz: dem Social Media Summit, welcher am 5. und 6. November 2025 erneut in Engelberg stattfindet.

Pressekontakt:

Tanja Herrmann, *Geschäftsführerin*
House of Influence GmbH - Bellerivestrasse 20 - 8008 Zürich
+41 79 820 58 06 | [tanja @ houseofinfluence.ch](mailto:tanja@houseofinfluence.ch)

Kategorie

Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/house-of-influence-m-budget-influencerinnen-beweisen-waehrend-einem-halben-jahr-dass>