

Pressemitteilung

Solingen, im März 2025

„Things we love“ – Walbusch startet neue Markenkampagne mit Fokus auf Charakter, Komfort und Qualität

Solingen. Walbusch setzt ein starkes Zeichen für die Zukunft: Ab dem 13. März startet das Modeunternehmen eine breit angelegte Markenkampagne, die bis Ende Mai on air sein wird. Mit einer umfassenden crossmedialen Mediastrategie will Walbusch bestehende Kunden noch enger an die Marke binden und gleichzeitig neue Zielgruppen erschließen. Die Kampagne ist auf allen relevanten Kanälen präsent – online wie offline.

Was macht Mode besonders? Woran erkennen wir Lieblingsstücke, die uns lange begleiten? Der neue TV-Spot von Walbusch gibt darauf eine klare Antwort: „Things we love.“ Der Spot steckt voller positiver Energie, die sich passend zur Jahreszeit nach Aufbruch anfühlt. Bewusst moderne, ausdrucksstarke Model-Typen zeigen ausgewählte Styles der Frühjahrs-Kollektion, mit dem Ziel, neue Kunden für Walbusch zu begeistern.

Dabei transportiert der Claim die Werte, die Walbusch auszeichnen – Charakter, Komfort und Qualität. Die Kampagne lädt die Traditionsmarke neu auf und bringt den Markenkern von Walbusch modern und emotional auf den Punkt. Statt eines klassischen Voice-Overs führt die Bildsprache die Zuschauer durch die Welt der Walbusch-Mode: authentische Menschen, hochwertige Materialien und müheloser Stil. Der Spot vermittelt auf plakative Weise, was Walbusch besonders macht – Kleidung, die nicht nur gut aussieht, sondern sich auch hervorragend trägt und einfach zu kombinieren ist.

Character. Easiness. Quality.

„Mit dieser Kampagne unterstreichen wir, worauf es uns bei Walbusch ankommt: zeitlose Styles mit besonderem Charakter, attraktive Mode mit hohem Tragekomfort und eine Qualität, die überzeugt“, erklärt Melanie Molz, Director Product & Brand bei Walbusch.

Die Frühjahr-/Sommerkampagne FS25 knüpft an die Herbst/Winter-Kampagne 2024 an und sorgt mit modernen Elementen für Wiedererkennung. Eine überarbeitete Bildsprache, ein frisches Casting und eine neue musikalische Untermalung verleihen der Marke eine zeitgemäße Anmutung. Die Keywords „Character – Easiness – Quality“ transportieren die Walbusch-USPs auf moderne Weise.

Der 20-sekündige Spot wird ab dem 13. März auf reichweitenstarken Fernsehsendern und Streaming-Diensten in Deutschland und der Schweiz zu sehen sein. Ergänzt wird die Kampagne durch digitale Maßnahmen auf Social Media, Online-Plattformen sowie durch aufmerksamkeitsstarke Printanzeigen.



Zudem wird der rundum-erneuerte Walbusch-Shop während der Kampagnenlaufzeit den Look der Kampagne aufgreifen.

Beteiligte Partner:

Regie: Tina Luther

Produktion: Alex Fischer/magic

Walbusch: Melanie Molz und Simone Buch

Soundtrack: Vibe – Music & Sound

Mediaagentur: Nayoki Mediaplus

Über die Walbusch-Gruppe

Das Familienunternehmen wurde 1934 von Walter Busch in Solingen gegründet und wird nun bereits in dritter Generation von Christian Busch geleitet. Neben Walbusch gehören zur Gruppe mit über 1000 Mitarbeitern auch die Marken Mey & Edlich und Avena. Allen ist gemein, dass sie hervorragende Qualität, zeitgemäßes Design und praktische Lösungsansätze in Verbindung mit hoher Kundennähe und bestem Service bieten – ob beim Kauf in der Filiale vor Ort, im Webshop oder im Katalog.

Pressekontakt:

Walbusch GmbH & Co. KG, Martinstraße 18, 42646 Solingen

Marleen Winter

Telefon: 0212 – 2060-148

E-Mail: marleen.winter@walbusch.de

Webseite: <https://www.walbusch.de/presse/kontakte>