

# MARCO TOZZI-Kollektion mit Guido Maria Kretschmer sticht mit innovativer Kampagne von Invibes heraus

## Kontext und Herausforderung

**MARCO TOZZI**, eine der größten Marken der renommierten Wortmann-Gruppe, hat für die Frühjahr/Sommer- und Hochzeitskollektion 2022 mit dem passionierten Designer Guido Maria Kretschmer zusammengearbeitet. Um auf Guidos neueste Schuhkollektion **MARCO TOZZI by Guido Maria Kretschmer** sowie auf **MARCO TOZZI** Schuhe im Allgemeinen aufmerksam zu machen, wurde erstmalig eine Kampagne bei Invibes gestartet.

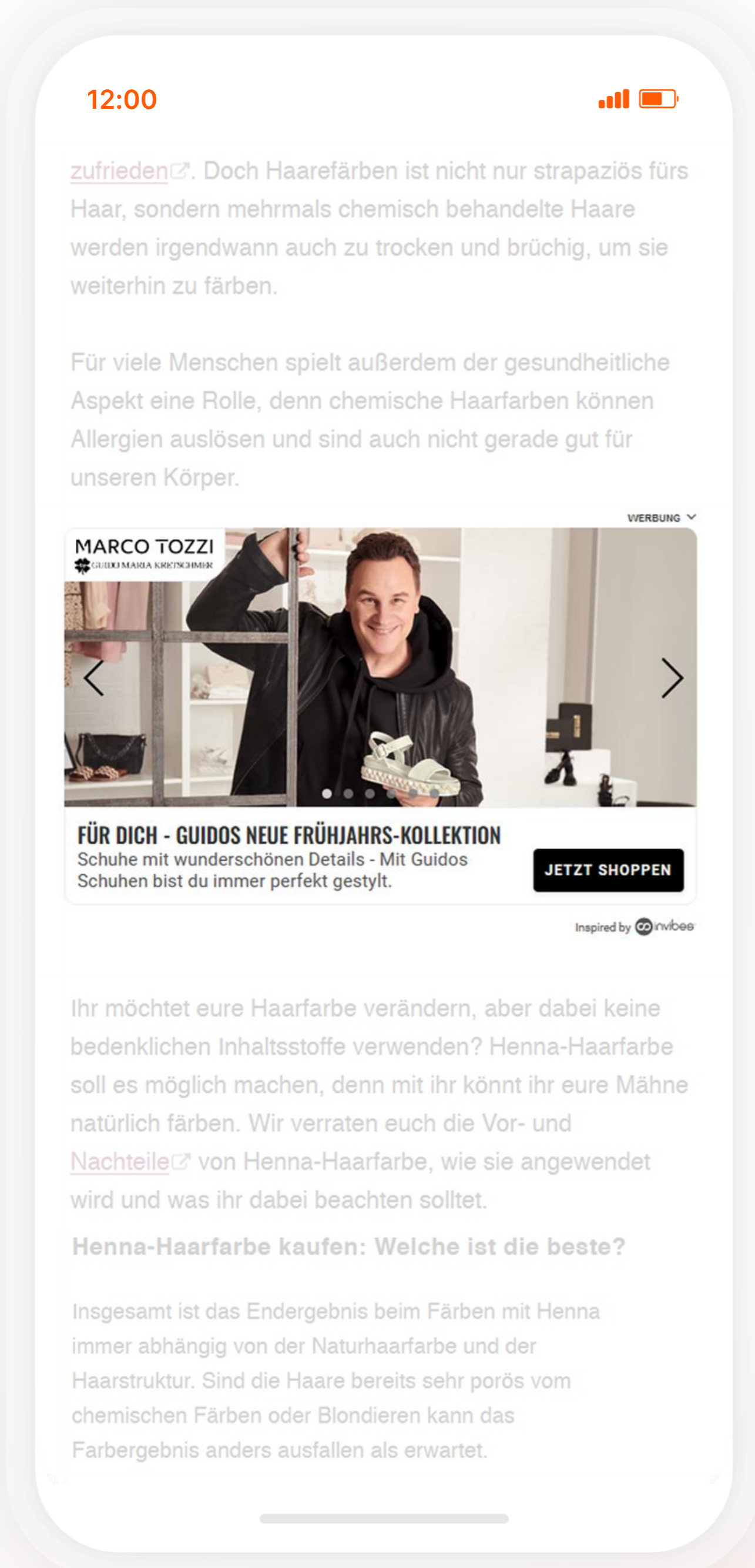
Nach dem Launch der eleganten Kollektion wollten **MARCO TOZZI** und Crossmedia mit ihrer digitalen Kampagne den gleichen Ansatz verfolgen und beauftragten Invibes mit der Promotion der Produkte.

## Invibes' Lösung

Um das Interesse an der **MARCO TOZZI by Guido Maria Kretschmer** Frühjahr/Sommer- und Hochzeitskollektion sowie an den **MARCO TOZZI** Schuhen zu wecken, hat Invibes drei In-Feed-Anzeigen im Invibes Swipe-Format geschaltet.

Jede Anzeige zeigte eine Karussell-Fotogalerie der neuen Kollektion, welche es den Usern ermöglichte, aktiv durch die Anzeige zu scrollen. Die Anzeigen für die Frühjahr/Sommer- und die Hochzeitskollektion enthielten außerdem Fotos von Guido Maria Kretschmer mit einigen der von ihm entworfenen Schuhe. Dieses interaktive Karussell steigerte die Markenbindung und ermöglichte es den Usern, sowohl die Produkte zu betrachten als auch den Designer selbst zu sehen.

Die Kampagne lief vom 21. März bis zum 24. April 2022 und wurde in ganz Deutschland ausgestrahlt.

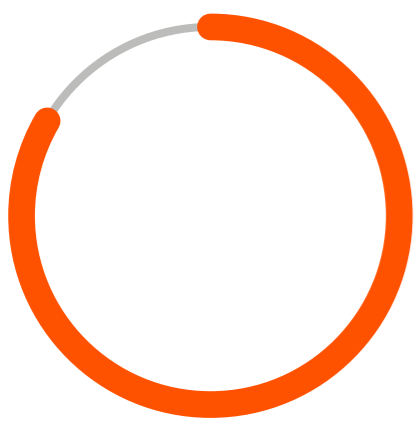


# Ergebnisse

Dank des innovativen Formats, das von Invibes entwickelt wurde, erzielte die Kampagne eine hervorragende Leistung.

Die digitale Kampagne verzeichnete eine durchschnittliche Viewability von 81 %, deutlich mehr als die vom Kunden erwarteten 65-70 %. Auch die Engagement-Rate übertraf mit 2,23 % die Erwartung von 0,25-1,5 %.

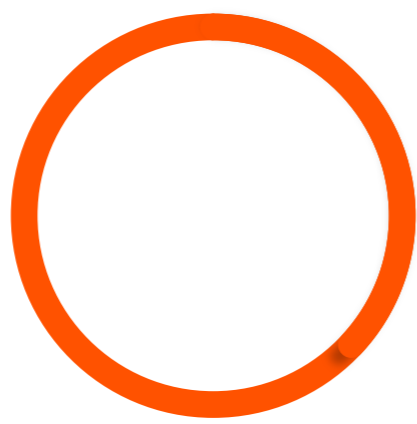
Das interaktive **Invibes Swipe**-Format war die ideale Werbeanzeige, um das Interesse der User zu wecken und so die Aufmerksamkeit der Schuhkollektionen von MARCO TOZZI und Guido Maria Kretschmer zu erhöhen.



**81%**

**Viewability**

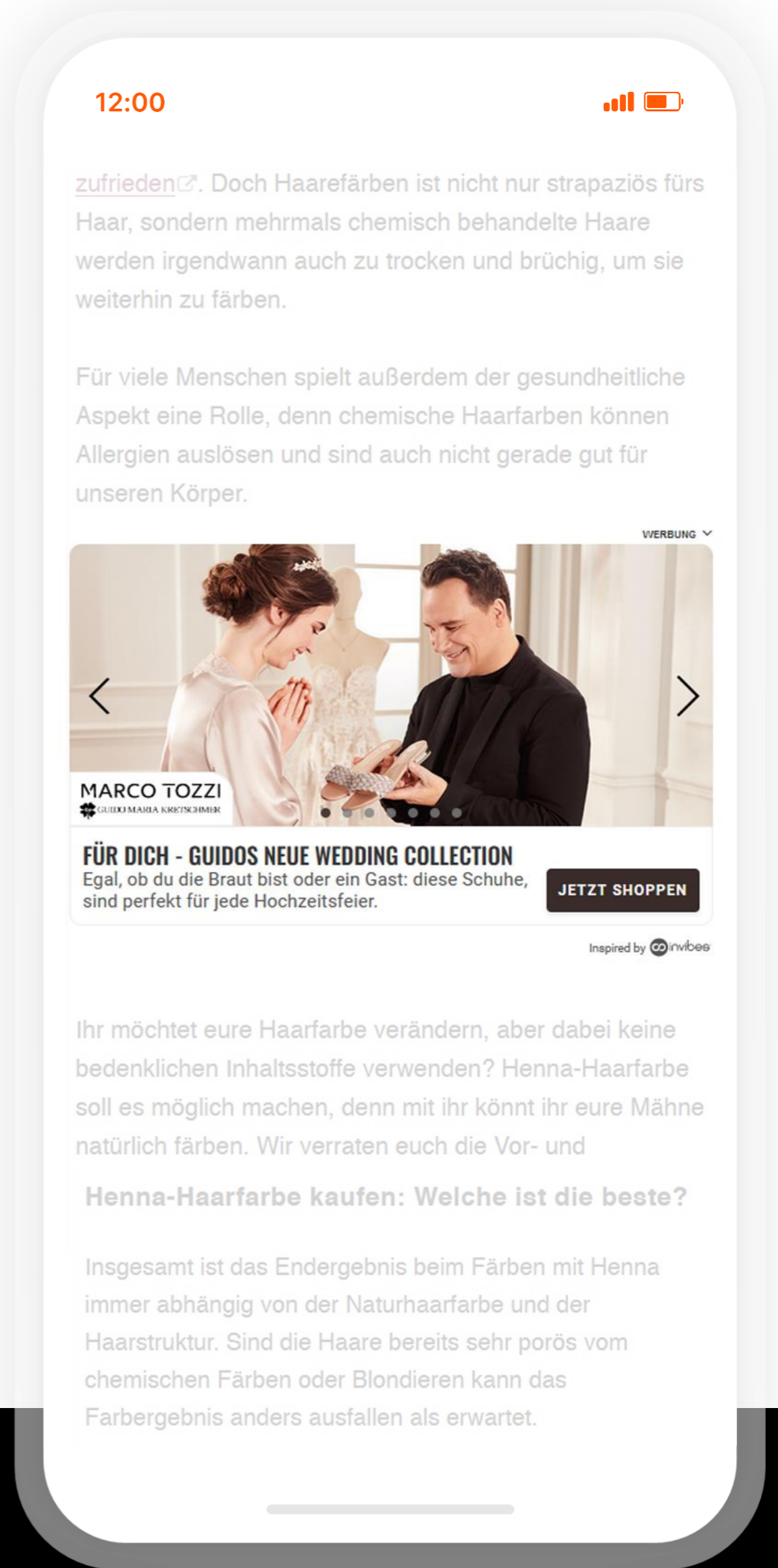
vs. erwartete 65-70%



**2.23%**

**Engagement-Rate**

vs. erwartete 0.25-1.5%



“ Unsere Zusammenarbeit mit Invibes entsprach genau unseren Vorstellungen. Ihre Kenntnisse und ihr Gespür für den digitalen Werbemarkt sind kaum zu übertreffen, und wir waren stets von ihrer Professionalität und Effizienz beeindruckt. Das Invibes Swipe-Format war der perfekte Weg, um unsere neuen Kollektionen zu präsentieren und sie erfolgreich einem größeren Publikum vorzustellen. ”

**Vanessa Christina Schäfers**

Head of Marketing & E-Commerce, Marco Tozzi

“ Ich bin begeistert, dass die Kampagne von MARCO TOZZI wieder einmal die Effektivität der Invibes In-Feed-Formate unter Beweis stellen konnte und so großartige Ergebnisse erzielt hat. Wir könnten nicht stolzer sein, mit einer solchen Marke zusammenzuarbeiten. Ich freue mich, dass unser Team ihre Erwartungen übertreffen konnte und die Aufmerksamkeit der neuen Kollektionen steigern konnte. ”

**Alex Oeschger**

COO, Invibes Advertising



**in-feed your brand**