



Case Sennheiser

Internationale Markenkampagne für Sennheiser zur Produkt- einführung Urbanite

Die Kopfhörer "Sennheiser URBANITE" sollten in **Deutschland, den USA und England** beworben werden. Es wurde eine **hohe Reichweite** in der relevanten Zielgruppe und die **Generierung von Followern** des eigenen Instagram Accounts angestrebt.

Pro Land wurden je 4 **reichweitenstarke Influencer** ausgewählt, die eigenverantwortlich für die Umsetzung des Projektes waren. Jeder Influencer integrierte die Kopfhörer seinem Land entsprechend.

Prognostizierte Reichweite

3 Mio.

Interaktionen

303.000

Neue Follower

26.400

Erzielte Reichweite

12 Mio.

Interaktionsrate

5,2%