

Presse-Info

Interliving Kampagne „Mein Stil“ mit Henning Baum startet in die nächste Runde

Mit einer ganzheitlichen Vermarktungsstrategie stärkt Interliving die regionale Sichtbarkeit seiner Handelspartner und sorgt zugleich für überregionale Aufmerksamkeit. Das neue Interliving Wohnbuch erweitert die Markenkommunikation.

Bielefeld, den 25. September 2025 – Eine Küche auf dem Teufelsberg, ein Sofa mitten auf der Spree und immer dabei Schauspieler Henning Baum: Mit diesen ungewöhnlichen Motiven startet Interliving in die nächste Kampagnenrunde. Im Mittelpunkt steht die Verbindung von fokussierter Produktvermarktung und starker regionaler Präsenz.

Die Kampagne zeigt erneut Möbel in überraschenden Umgebungen und stellt dabei den persönlichen Stil in den Vordergrund. Unter dem Claim „Mein Stil“ rücken nun neben der Markenbekanntheit noch stärker konkrete Produkte und ihr Preis in den Fokus. Zum Auftakt werden die Küche der Serie 3085 und das Sofa 4303 der Serie beworben. Ergänzend zu den bekannten Schwarz-Weiß-Motiven wurde das Konzept um farbige Solomotive erweitert. Die Ansprache erfolgt über alle relevanten Kanäle, von Addressable TV über Social Media und Google Display bis hin zu digitalen Bewegtbildformaten. So entfaltet die Kampagne ihre Wirkung in den Partnerhäusern bundesweit und in den europäischen Nachbarländern. Für den Handel stellt der Einrichtungspartnerring VME zudem ein umfassendes POS-Paket bereit, das die Platzierung an jedem Standort unterstützt und mit Motiven von Henning Baum zusätzliche Aufmerksamkeit schafft.

Bereits im vergangenen Jahr erzielte Baum als Markenbotschafter große Resonanz. Nun wird die erfolgreiche Zusammenarbeit mit neuen Motiven und Formaten fortgesetzt. Inhaltlich knüpft Interliving bewusst an das Konzept des Vorjahres an: „Mein Stil“. Die Kulissen stehen sinnbildlich für die Verbindung von Natur und Urbanität – ganz im Sinne von Henning Baum. Der Schauspieler, im Ruhrgebiet aufgewachsen, findet seinen Ausgleich beim Angeln und in der Natur. Die Kombination aus ausdrucksstarken Kulissen, hochwertigem Möbeldesign und einer glaubwürdigen Persönlichkeit macht die neuen Motive besonders wirkungsvoll – Möbel und Markenbotschafter treten gleichermaßen in Erscheinung.

Der Schauspieler steht dabei nicht nur vor der Kamera, sondern spricht in den Spots erstmals auch selbst über die Kulisse und Produkte. „Ein deutliches Zeichen für die Authentizität der Zusammenarbeit“, so Katja Sladky, Leiterin Marketing beim Einrichtungspartnerring VME. „Markenkommunikation muss heute Vertrauen schaffen und glaubwürdig sein. Henning Baum gelingt das mit einer Balance aus Professionalität, Sympathie und Ausstrahlung.“

Ein weiterer Baustein der Markenkommunikation ist das neue Interliving Wohnbuch. Auf mehr als 200 Seiten bietet es Einrichtungsideen für alle Wohnbereiche – von Küchen über Sofas und Wohnwände bis

hin zu Betten und Gartenmöbeln. Dazu gibt es Inspirationen zu Farbwelten, spannende Influencer-Projekte und die neuen Motive mit Henning Baum. Das Wohnbuch wird bundesweit auf zahlreichen digitalen Kanälen beworben und erscheint bei allen Interliving Möbelhändlern sowie zusätzlich als E-Magazin.

3.077 Zeichen inkl. Leerzeichen ohne Überschrift

Interliving – Möbel für dich gemacht.

Interliving ist eine von mittelständischen Händlern entwickelte Möbelmarke, die es in rund 200 Möbelhäusern in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Südtirol zu kaufen gibt. Rund 30 Unternehmer mit mehr als 50 Möbelhäusern und einer teilweise langen Familientradition sind außerdem exklusive Interliving Partner – sie tragen als besondere Auszeichnung Interliving im Unternehmens-Namen und haben ihren gesamten Auftritt auf die Marke angepasst. Egal, ob Sofas, Betten, Couchtische, Wohnwände oder Kleiderschränke – Interliving Möbel verbinden zeitloses Design mit intelligenten, durchdachten Funktionen. Jedes Möbelstück ist außerdem in zahlreichen Varianten erhältlich und passt sich so spielend jedem neuen Zuhause an. Auf alle Interliving Möbel gibt es fünf Jahre Hersteller-Garantie – sie sind dank ihrer Materialbeschaffenheit, Funktionssicherheit und fachgerechter Verarbeitung langlebige Begleiter. Die Marke soll vor allem Kunden aus der Mitte der Gesellschaft ansprechen und liegt im mittleren Preissegment.

Über die Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG

Seit ihrer Gründung 1964 stärkt die Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG mit Sitz in Bielefeld die Marktposition ihrer heute rund 200 Mitgliedsunternehmen, die zusammen über 400 Einrichtungshäuser, Fachmärkte oder Abholmärkte in Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Luxemburg, Belgien, Frankreich, Slowenien und den Niederlanden betreiben. Dabei sichert der Einrichtungspartnerring VME als Einkaufsgemeinschaft ihren Mitgliedern und deren Kunden nicht nur günstige Einkaufspreise, sondern unterstützt sie auch durch gemeinsame Werbe- und Marketingmaßnahmen, Handelsmarken und vielfältige Beratungs- und Serviceleistungen. Zur Geschäftsführung des Einrichtungspartnerring VME gehören neben Hauptgeschäftsführer Frank Stratmann auch die Einkaufsgeschäftsführer Jens Westerwelle und Peter Wülfing.

Kontakt: Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG

Frank Stratmann

Hauptgeschäftsführer

An der Wesebreede 2, 33699 Bielefeld

Telefon: 0521. 20 885-123 | Sekretariat (Nicole Kellner)

Telefon: 0521. 20 885-221 | Unternehmenskommunikation (Stephanie Bremer)

E-Mail: presse@einrichtungspartnerring.com