

# Ultimate Ears | Influencer Kampagne #makemusicsocial



## Positionierung der Marke & Influencer Relations

### ERGEBNISSE

- 1,7 Mio Reichweite ohne Streuverlust
- UE wird als Lifestyle-Brand und nicht als Technik-Brand wahrgenommen
- Steigerung der Sales von Q1 auf Q2 2015 um 90 % im Vergleich zum Vorjahresquartal sogar um 266 %.
- Im Zeitraum August 2014 auf August 2015 Steigerung der Verkäufe sogar um 315 %.
- Mehrere nationale und internationale PR-Auszeichnungen.

### WIE HABEN WIR ES GEMACHT

- Strategischer Wechsel von Technik- zu Lifestyle-Fokus
- Aufbau Beziehungen zu Influencern, die unseren Lifestyle leben
- Ausstattung von 45 Red Bull Athleten
- Design von UE Booms durch Instagram-Star & Tattoo-Artist Angelo Fantic
- Kooperationen mit Bloggern aus den Bereichen Beauty, Lifestyle, Sport
- Contest „Das härteste Vorbereitungsfoto“ mit der größten Amateur-Fußball-Plattform und Fußball-Legende Didi Ramusch

