## SIEGENIA lancia #mywindowtotheworld

# Finestre che uniscono

«Mentre il mondo è fermo, sono le finestre che ci uniscono»: questo è il messaggio della campagna particolare con cui SIEGENIA crea un collegamento con i suoi clienti, partner e follower in questo periodo di isolamento chiusi in casa. «La finestra simboleggia l'unione tra dentro e fuori. Ci permette di restare collegati al mondo esterno, porta luce e calore e, soprattutto in questo momento, crea spesso anche un ponte tra le persone. È per questo motivo che abbiamo invitato i nostri follower a condividere con noi foto delle proprie finestre sul mondo. Descrivendoci il proprio momento alla finestra con una frase breve e densa di significato colleghiamo le persone, creiamo coesione e regaliamo un attimo di gioia», spiega Katja Schreiber, della direzione marketing-comunicazione.

La campagna #mywindowtotheworld sui social media, che SIEGENIA ha lanciato contemporaneamente in otto Paesi, è stata avviata da un video emozionale che ha già ricevuto numerosi like, è stato condiviso tante volte e ha già raggiunto in breve tempo circa 100.000 contatti social. Particolarmente interessante è il fatto che l'associazione Fenster + Fassade si è unita con entusiasmo a questa iniziativa, condividendo da parte sua il video su tutti i canali nel settore, in modo che un numero ancora maggiore di aziende ne possa trarre vantaggio e che il messaggio possa raggiungere un numero sempre più grande di persone.

#### Riscontro positivo con foto toccanti

L'iniziativa #mywindowtotheworld è piaciuta agli oltre 10.000 contatti che seguono SIEGENIA attraverso vari social media. Tra le foto pervenute in azienda si possono trovare attimi di felicità per le piccole cose, da rigogliosi paesaggi naturali visti da un balcone in città all'abbronzatura con la finestra aperta, ma anche momenti divertenti, come passarsi la carta igienica dalla finestra con l'aiuto di un manico di scopa. Il riscontro più emotivo è stato quello che il post ha ottenuto in Italia. «Mi sono commossa nel leggere le parole cariche di emozione con cui i nostri amici e partner in Italia ci hanno ringraziato per l'iniziativa», spiega Katja Schreiber.

Il collegamento al video: http://bit.ly/mywindowtotheworld

#### Didascalie

Fonte delle illustrazioni: SIEGENIA

*Soggetto I: SIE\_mywindowtotheworld\_Kampagnenmotiv.jpg*

Con la campagna #mywindowtotheworld sui social media, SIEGENIA in tempi di isolamento in casa crea un collegamento con i suoi clienti, partner e follower, regalando loro attimi di gioia.

*Soggetto II: SIE\_mywindowtotheworld\_Regenbogenfenster.jpg*

In #mywindowtotheworld i follower di SIEGENIA condividono foto delle proprie finestre sul mondo e descrivono i propri momenti alla finestra. Il riscontro più carico di emozioni è stato quello che la campagna ha ottenuto in Italia.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pubblicazione a cura di  GRUPPO SIEGENIA  Marketing-comunicazione  Industriestraße 1-3  D - 57234 Wilnsdorf  Tel.: +49 271 3931-412  Fax: +49 271 3931-77412  E-mail: pr@siegenia.com  www.siegenia.com | Redazione/contatti  Kemper Kommunikation  Kirsten Kemper  Am Milchbornbach 10  D - 51429 Bergisch Gladbach Tel.: +49 2204 9644808  E-mail: info@kemper-kommunikation.de  www.kemper-kommunikation.de | Informazioni sul testo  Pagina: 1  Parole: 343  Caratteri: 2 223 (spazi inclusi)  redatto il: 23.04.2020 |
| Vi preghiamo di inviarci una copia del testo o delle immagini pubblicate. | | |