

we.

by **LOEWE.**

We. HEAR 1

We. HEAR 2

We. by Loewe.

Stereo Bluetooth Speaker – We. HEAR 1 & We. HEAR 2

we.
by LOEWE.

2 Grössen & 4 Farben



We. by Loewe.

Bluetooth Speaker. We. HEAR 1



We. by Loewe.

Bluetooth Speaker. We. HEAR 1



Überlegener Sound

Der We. HEAR 1 Bluetooth-Lautsprecher hat eine Gesamtmusikleistung von 40 Watt, bietet einen super Sound und eine satte Klangqualität.

Spritzwassergeschützt / Staubdicht

Das spritzwassergeschützte und IPX 6 zertifizierte Gehäuse macht den Speaker zum perfekten Begleiter für Ihre Outdoor-Abenteuer.

Lange Akkulaufzeit

Eine extrem lange Akkulaufzeit von bis zu 14 Stunden und eine kurze Ladezeit sorgen für ausgiebigen Musikgenuss.



Einfach zu bedienen

Attraktive kleine, leichte Grösse - einfach zu handhaben und leicht zu bedienen. Intuitive Bedienung: Mit wenigen Tasten und schneller Verbindung.

Design made in Germany

Der We. HEAR 1 Lautsprecher ist in vier inspirierenden Farben erhältlich - Coral red, Aqua blue, Storm grey, Cool grey. Das Akustikgewebe ist mit Loewe entwickelt und bringt beste Klangergebnisse.



reddot winner 2021



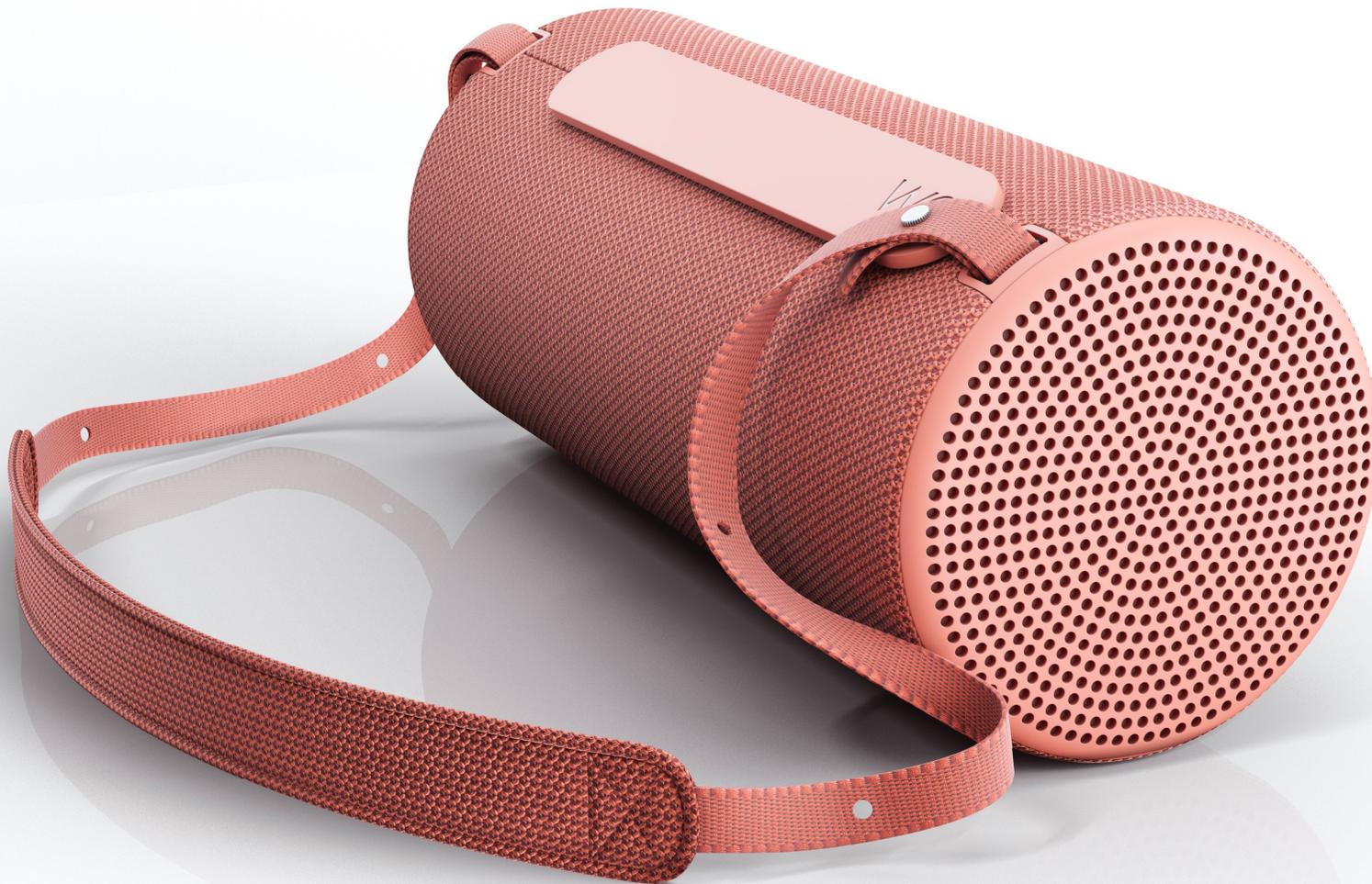
We. by Loewe. Features.



Geräte Typ	We. HEAR 1
Artikelnummer	60701x10
Batterietyp	7,4 V / 2000 mAh
Ladestrom	5V / 2A
Spielzeit	12 - 14h
Ladezeit	2 - 3h
Audioausgangsleistung	2 x 10W RMS, ergibt 40W Gesamtmusikleistung
Wasserschutz	IPX6
Bluetooth-Version	V5.0
Bluetooth-Leistungs- / Frequenzbereich	Maximale Leistung <10 mW bei 2402 – 2480 MHz
Bluetooth-Protokolle	A2DP, AVRCP
Umgebungstemperatur	0° C – 40° C
Relative Luftfeuchtigkeit	20 – 70%
Geräteabmessungen (B x H x T)	90 x 220 x 83 mm
Gerätegewicht	0,74 kg

We. by Loewe.
Bluetooth Speaker. We. HEAR

We.
by LOEWE.



We. by Loewe.

Bluetooth Speaker. We. HEAR 2



Überlegener Sound

Der We. HEAR 2 Bluetooth-Lautsprecher hat eine Gesamtleistung von 60 Watt, bietet einen super Sound und eine satte Klangqualität.

Spritzwassergeschützt / Staubdicht

Das spritzwassergeschützte und IPX 6 getestete Gehäuse macht den Speaker zum perfekten Begleiter für Ihre Outdoor-Abenteuer.

Lange Akkulaufzeit

Eine extrem lange Akkulaufzeit von bis zu 17 Stunden und eine kurze Ladezeit sorgen für ausgiebigen Musikgenuss.



Einfach zu bedienen

Attraktive Grösse und Trageriemen - einfach zu handhaben und leicht zu bedienen. Intuitive Bedienung: Mit wenigen Tasten und schneller Verbindung.

Design made in Germany

Der We. HEAR 2 Lautsprecher ist in vier inspirierenden Farben erhältlich - Coral red, Aqua blue, Storm grey, Cool grey. Das Akustikgewebe ist mit Loewe entwickelt und bringt beste Klangergebnisse.



reddot winner 2021



We. by Loewe. Features.



Geräte Typ	We. HEAR 2
Artikelnummer	60702x10
Batterietyp	7,4 V / 4000 mAh
Ladestrom	5V / 2A
Spielzeit	15 - 17h
Ladezeit	4 - 5h
Audioausgangsleistung	2 x 15W RMS, ergibt 60W Gesamtmusikleistung
Wasserschutz	IPX6
Bluetooth-Version	V5.0
Bluetooth-Leistungs- / Frequenzbereich	Maximale Leistung <10 mW bei 2402 – 2480 MHz
Bluetooth-Protokolle	A2DP, AVRCP
Umgebungstemperatur	0° C – 40° C
Relative Luftfeuchtigkeit	20 – 70%
Geräteabmessungen (B x H x T)	118 x 290 x 112 mm
Gerätegewicht	2 kg

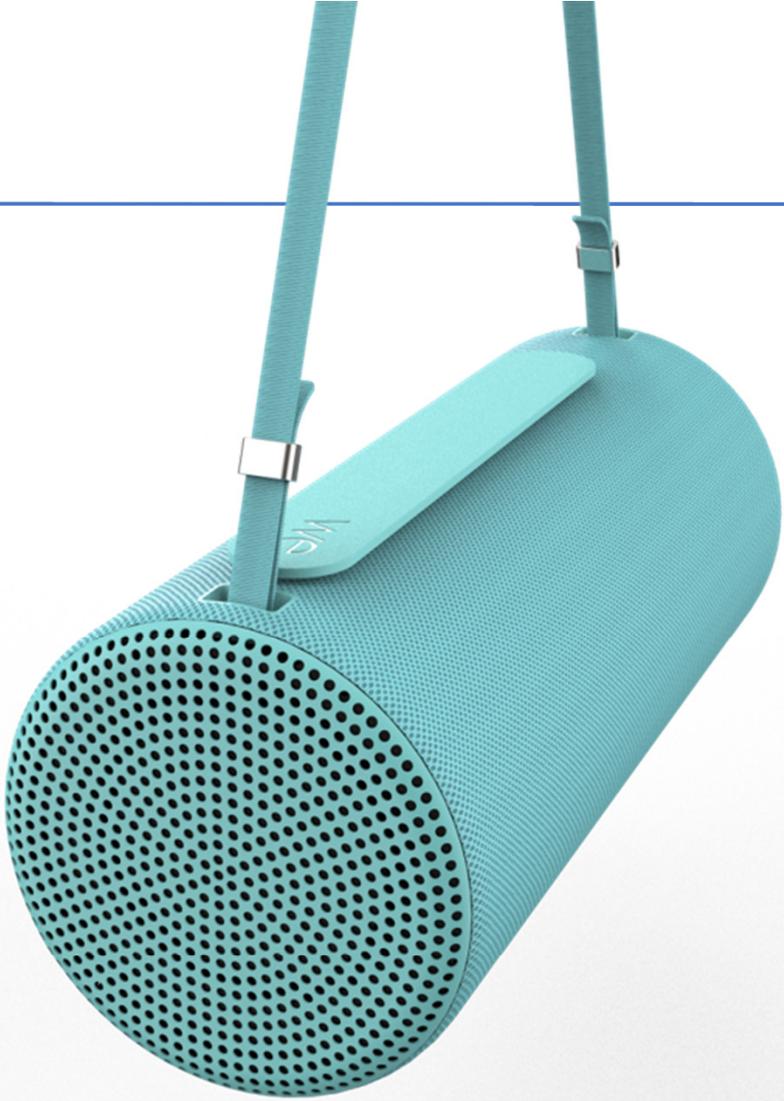
Artikelnr.	Produkt	UVP	Farbe	Verfügbarkeit
60701V10	We. HEAR 1	129 CHF	Aqua blue	August 2021
60701S10	We. HEAR 1	129 CHF	Cool grey	August 2021
60701R10	We. HEAR 1	129 CHF	Coral red	August 2021
60701D10	We. HEAR 1	129 CHF	Storm grey	August 2021
60702V10	We. HEAR 2	199 CHF	Aqua blue	August 2021
60702S10	We. HEAR 2	199 CHF	Cool grey	August 2021
60702R10	We. HEAR 2	199 CHF	Coral red	August 2021
60702D10	We. HEAR 2	199 CHF	Storm grey	August 2021

Hinweis: Die Termine sind abhängig von den Zertifizierungen und Genehmigungen der lokalen Märkte. Die hervorgehobenen Einführungsdaten sind die ersten Ländereinführungsdaten in der DACH-Region.

We. by Loewe.

Stereo Bluetooth Speaker – We. HEAR 2

We.
by LOEWE.



We. by Loewe.

Dimensionen & Verpackungsgewicht.



Neue We. by Loewe Verpackung – We. SEE und We. HEAR Produkte sind in stylischen Kartons verpackt und passen perfekt zu dem We. by Loewe Design Konzept.



Folie 11

BL3 [@Balaziova Jana] [@Mahr Madeleine] Got the dimensions and weights from Susanne and inserted them here. Jana could you please double check, if its right?

Baumann Laura; 22.06.2021

We. by Loewe.

Produktübersicht.



	We. SEE 55	We. SEE 50	We. SEE 43	We. SEE 32	We. HEAR 1	We. HEAR 2
Single carton B x H x T in mm	1395 x 888 x 160	1231 x 798 x 160	1076 x 692 x 160	810 x 582 x 160	158 x 111 x 263	214 x 143 x 347
Single carton Gewicht in kg	29,8	26,9	18,8	12,4	1,2	2,7
Multipack(4 units)* B x H x T in cm					34 x 29 x 23,5	44,7 x 37 x 30,2
Multipack* Gewicht in kg					6	11,5

* Multipack MOQ für We. HEAR 1 und We. HEAR 2

we.

by **LOEWE.**

Marketing Kampagne.

We. by Loewe. Personas.

Die We. by Loewe Personas repräsentieren verschiedene Zielgruppen, die Loewe mit der neuen Marke und dem Produktportfolio erreichen will.

Alle Personas haben bestimmte Charakteristiken | Attribute | Werte gemeinsam.

- Moderner Lifestyle
- Modebewusstsein
- Audiophil
- Neugierde, Lust auf Neues
- Ausdrucksstark
- Extrovertiert
- Sorglos

Emilia Styler
 Beruf: Junior Marketing Manager, 23
 Familie: Single
 Ort: Kleine Wohnung in der Stadt

Anforderungen an Entertainment.

- Mit meinen Freunden Musik hören – wann, wo ich will.
- Filme, Serien schaue ich auf meinem TV zu Hause.
- Ich liebe auf mich zugeschnittene Film-Inhalte, wie von Netflix oder Amazon prime.

Was mir wichtig ist.

- Einschalten und abtauchen in Musik- oder Videoinhalte.
- Es soll trendy sein, gut aussehen und mir einen gewissen Mehrwert bieten.

Was mich frustriert.

- Schlechte Internetverbindung oder Verbindungsprobleme.
- Wenn die Akkulaufzeit zu kurz ist.

Mediennutzung.

Print: [Bar chart]

Online & Social Media: [Bar chart]

Empfehlungen: [Bar chart]

Quartz & PR: [Bar chart]

Touch Points.

Facebook: [Bar chart]

Online: [Bar chart]

TSS: [Bar chart]

Messen: [Bar chart]

„Einschalten und abtauchen in meine Lieblingsinhalte.“

Noah Styler
 Beruf: Projekt Manager, 31
 Familie: In einer Beziehung mit Julia, 28
 Ort: Moderne Wohnung in der Stadt

Anforderungen an Entertainment.

- Alles, was ich schaue, streame ich – vor allem aber Serien.
- Ich möchte ein gutes Bild und Sound zum Aufdrehen, gerade bei Blockbustern ist mir das besonders wichtig.

Was mir wichtig ist.

- Ich möchte ein Produkt das auffällt, das nicht jeder hat.
- Ich bin gerne on- und offline zugleich. Mein mobile Device muss mit meinem TV zusammen funktionieren.

Was mich frustriert.

- Ohne Internetverbindung bin ich kein Mensch.
- Technik die nicht das hält, was sie verspricht. Die Qualität muss stimmen.

Mediennutzung.

Print: [Bar chart]

Online & Social Media: [Bar chart]

Empfehlungen: [Bar chart]

PR: [Bar chart]

PA: [Bar chart]

Touch Points.

Facebook: [Bar chart]

Online: [Bar chart]

TSS: [Bar chart]

Messen: [Bar chart]

„Ich bin gerne on- und offline zugleich. Mein mobile Device muss mit meinem TV zusammen funktionieren.“

Sophia Pragmatist
 Beruf: BWL-Studentin, 26
 Familie: In einer Beziehung mit Lukas, 25
 Ort: WG mit der besten Freundin

Anforderungen an Entertainment.

- Ich brauche guten Sound, um meine Musik zu hören.
- Filme, Serien und YouTube schaue ich auf dem Notebook oder auf meinem kleinen Fernseher im WG-Zimmer.

Was mir wichtig ist.

- Kreative Produkte, die Spaß machen zu bedienen, ohne viel Schnick-Schnack.
- Ein gutes Preis-Leistungsverhältnis ist mir wichtig. Ich will eine tolle Marke zum fairen Preis.

Was mich frustriert.

- Wenn etwas nicht so funktioniert, wie ich es gern möchte.
- Wenn die Anwendung zu komplex ist, steige ich aus.

Mediennutzung.

Print: [Bar chart]

Online & Social Media: [Bar chart]

Empfehlungen: [Bar chart]

Quartz & PR: [Bar chart]

Touch Points.

Facebook: [Bar chart]

Online: [Bar chart]

TSS: [Bar chart]

Messen: [Bar chart]

„Kreative Produkte, die Spaß machen zu bedienen, ohne viel Schnick-Schnack.“

We. by Loewe.

Marketing Kampagne – Social Media & Online.

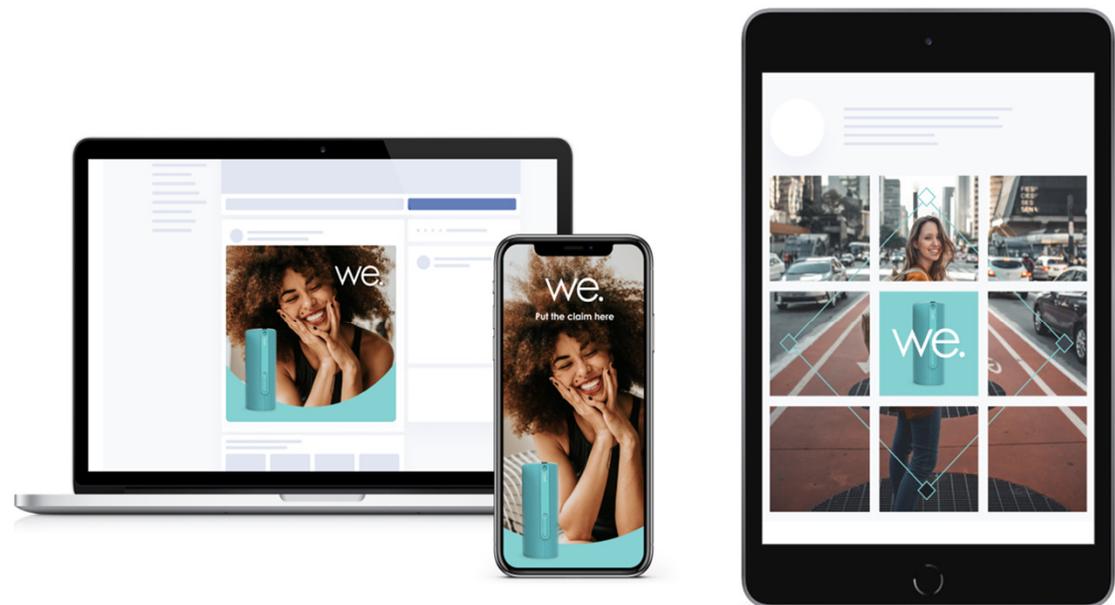


Insbesondere die Leidenschaft für Musik und Filme ist bei der jüngeren Generation stark ausgeprägt. Dies wirkt sich auf die Akzeptanz entsprechender Werbeformate aus.

Musik und Filme beeinflussen ihre Wahrnehmung von Werbung positiv.

Mit unserer Marketingstrategie werden wir neue Inhalte kreieren, insbesondere Musikvideos oder kurze Clips für Social-Media-Kanäle, mit denen wir inhaltlich punkten.

Mit Spass und den nötigen Informationen versorgen wir unsere Zielgruppe mit Unterhaltung rund um die neue Marke.



We. by Loewe. Marketing.

Phasen der Kampagne.

1. Teaser

Unsere neue Marke wird angeteasert und wir starten online mit den ersten Aktivitäten auf den Social Media Kanälen.



2. Awareness

Wir starten eine zielgruppenorientierte Online- und Social-Media-Kampagne, um Interesse zu wecken und über die neue Marke We. by Loewe zu informieren.



3. Leads

Traffic-Generierung auf der neuen We. by Loewe Website und den We. by Loewe Social Media Kanälen.



4. Order

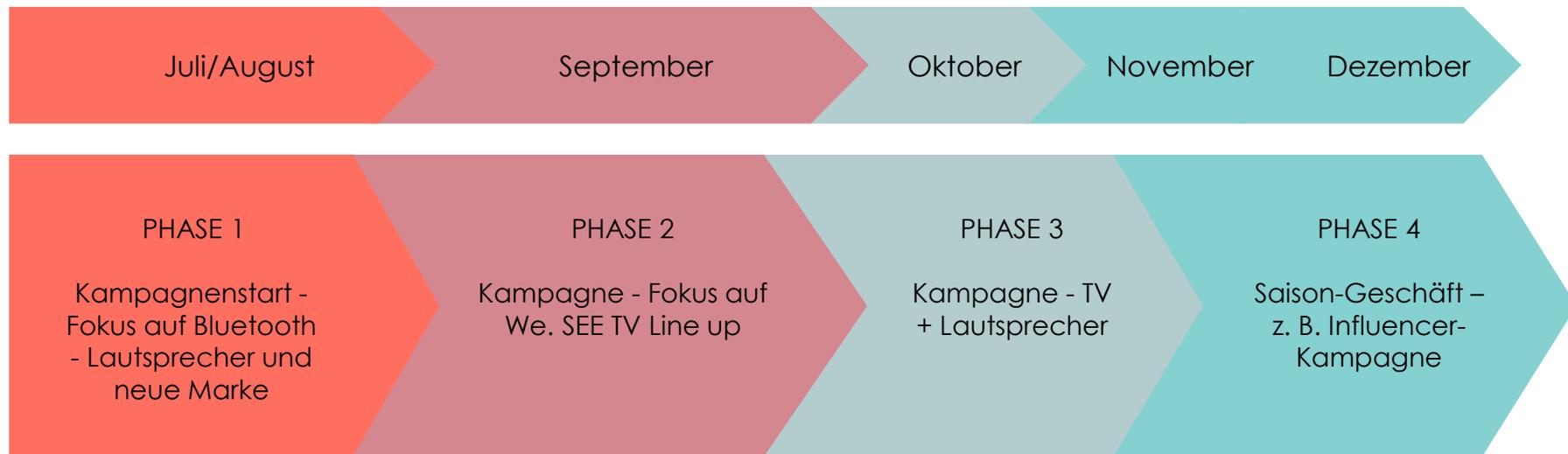
Start des Verkaufs in den Filialen sowie online auf E-Commerce-Plattformen.



5. Live Experience

Kunden und Interessenten erleben das Produkt-Highlight live in den Shops.





Wir starten die Kampagne ab Ende Juli/Anfang August 2021. Unser Fokus wird zunächst auf We. HEAR 1 und HEAR 2 liegen.

Social Media dient über das ganze Jahr als Basis und wird kontinuierlich fortgesetzt. Um die Kampagne entsprechend zu verlängern, empfehlen wir Ihnen, diese Aktivitäten auch in Ihren Märkten zu übernehmen. Nutzen Sie unsere Vorlagen, verlinken Sie auf die offiziellen Kanäle der Marke und bewerben Sie das neue Line-Up.

In der 2. Phase der Kampagne stehen die We. SEE TVs in den Mittelpunkt. Unsere Content-Strategie ermöglicht es, die Themen und Features ansprechend zu visualisieren - auf vielfältige Weise. Ausblick: Einsatz von Influencern und Anpassung der Massnahmen an das Saisongeschäft.

We. by Loewe.

Marketing Kampagne– Social Media & Online.



We. by Loewe.

Marketing Kampagne- Online Aktivitäten.

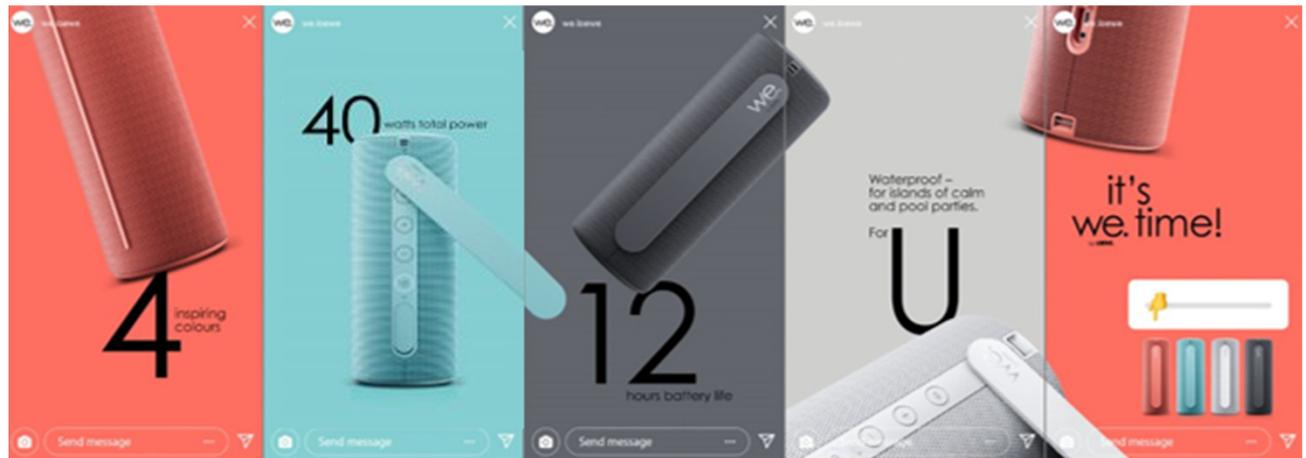


Wir wollen sicher sein, dass unsere Botschaften bei der jungen Generation ankommen, deshalb setzen wir auf virale Kampagnen und Online Aktivitäten.

Kreative Kampagnen, ein Mix aus Kanälen und die Einbindung von jungen Menschen sind für uns entscheidend.

Junge Menschen sind neugierig und haben sich oft noch nicht für eine Marke entschieden. Sie sind bereit, Neues auszuprobieren, weil sie unvoreingenommen sind. Sie beschäftigen sich oft zum ersten Mal mit einer Marke oder einem Produkt oder Dienstleistung.

WE. wird dort sein, wo die junge Zielgruppe uns finden wird.



We. by Loewe.

Marketing Kampagne– Social Media & Online.

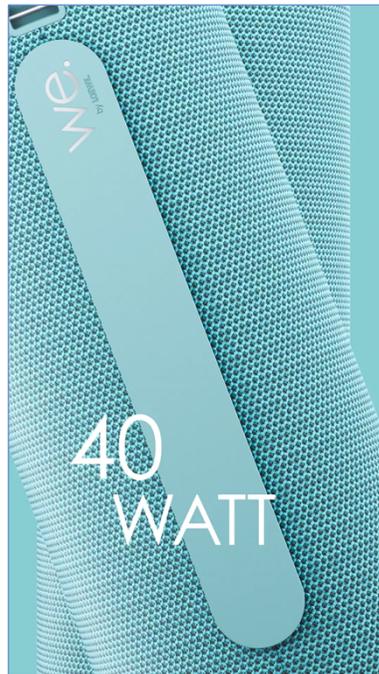
We.
by **LOEWE.**



We. by Loewe.

Marketing Kampagne – Social Media & Online.

we.
by LOEWE.



We. by Loewe.

Marketing Kampagne – Social Media & Online.



Passend zur Kampagne gibt es auch Kommunikationsmittel für den Point of Sale, die der Fachhandelspartner für seine Werbung nutzen kann.

Wir stellen dafür Anzeigen in verschiedenen Layouts zur Verfügung.

Diese kann der Partner für seine Werbung nutzen - auch für den Druck.



We. by Loewe. Kommunikationsmaterial.

Wir werden Ihnen folgendes Kommunikationsmaterial ab Anfang Juli zur Verfügung stellen:

Sie erhalten die Download-Links für:

- Presseinformation und passendes Bildmaterial
- Video-Inhalte
- Digital Ads , Anzeigen für Print
- Online-Banner
- Youtube-Inhalte
- Social-Media-Assets
- Schlüsselwörter
- Hashtags

Bitte beachten Sie, dass wir in Kürze weitere Informationen zur POS-Bestückung in einem separaten PDF zuschicken werden.



we.

by **LOEWE.**