

„Hauptsache Ihr habt Spaß!“

Media Markt legt mit neuer Markenkampagne den Grundstein für Always-On-Kommunikationsstrategie

Ingolstadt. 05.10.2015: Media Markt Deutschland startet mit seiner neuen Saisonkampagne in den Herbst: Unter dem Motto „Hauptsache Ihr habt Spaß!“ rückt diese vor allem das rundum erfreuliche Einkaufserlebnis in den Fokus. Die gemeinsam mit der neuen Lead-Agentur Hirschen Group entwickelte Kampagne läuft am Mittwochabend, 7. Oktober 2015, im TV. Zugleich legt die Kampagne den Grundstein für eine Always-On-Strategie in der Kommunikation, der in Kürze weitere Bausteine folgen werden.

Durch den digitalen Wandel hat sich das Kaufverhalten der Konsumenten in den letzten Jahren stark verändert: Die Kunden sehen sich Elektronikprodukte im Geschäft an, vergleichen die Preise noch vor Ort per Smartphone und erwarten zudem eine Rundum-Beratung. Ob im Fachhandel, online oder mobil: Fragen brauchen Antworten, wenn sie auftauchen, eingekauft wird, wenn es gerade passt – von wo aus auch immer. Media Markt hat das frühzeitig erkannt und sich in den letzten Jahren zum führenden Multichannel-Händler entwickelt: Die größte Auswahl zum besten Preis mit dem besten Service gibt es heute vor Ort im Fachhandel, mobil und auch online.

Diese Haltung drückt Media Markt nun auch in der Kommunikation aus und setzt auf eine Always-On-Strategie. „Dies bedeutet, dass wir unseren Kunden kontinuierlich Inhalte liefern, mit denen sie sich gerne beschäftigen und die sie zum Mitmachen einladen. Das Ziel ist eine komplette Vernetzung aller Kommunikationsaktivitäten über alle Kommunikationskanäle hinweg“, sagt Alexander Ewig, Geschäftsführer der redblue Marketing, der hauseigenen Werbe- und

Marketingagentur der Media-Saturn-Gruppe, und verantwortlich für das strategische Marketing der Marke Media Markt.

Kampagnenmotto: Hauptsache Ihr habt Spaß!

Der kommunikative Ansatz sowie die inhaltliche Ausrichtung aller Aktivitäten folgen einer Neuausrichtung des Markenkernwertes von Media Markt. „Wir geben den Kunden das Versprechen: Egal, was Spaß für dich bedeutet, Media Markt und seine Mitarbeiter tun alles dafür, dass man ihn bekommt“, erklärt Thomas Hesse, Marketingleiter bei Media Markt Deutschland und führt weiter aus: „Dabei stellen wir die Kunden und ihre Bedürfnisse in den Mittelpunkt unserer Kommunikation. Und diese Bedürfnisse haben mit Wünschen, mit Emotionen zu tun, sie sind menschlich. Unsere Kunden wollen nicht unbedingt einen neuen Fernseher, sie wollen ein tolles Filmerlebnis. Das muss nicht immer vernünftig sein, aber das macht Spaß!“ Diese Neuausrichtung spiegelt sich insbesondere im neuen Kampagnenmotto „Hauptsache Ihr habt Spaß!“ wider.

In den Hauptrollen: Kunden und Media Markt-Mitarbeiter

Diese Botschaft greifen die aktuell anlaufenden TV-Spots auf, die damit spielen, dass die Verkäufer wissen, was der Kunde wirklich will und was ihm wirklich Spaß macht: Sei es der Wunsch nach unkompliziertem Service, die Unterstützung bei der Suche nach dem richtigen Geschenk, oder nach bester Technik zum fairen Preis. Die zunächst vier produzierten Spots zeigen Szenen aus Verkaufsgesprächen, in denen Kunden vom Media Markt-Mitarbeiter mit einem Angebot überrascht werden, das ihren – im Einspieler gezeigten – heimlichen Träumen entspricht. Das Besondere dabei: Die Spots sind sehr individuell in der Darstellung der Kundenwünsche, so wie die Kunden selbst. Ein Traum ist rasant geschnitten wie ein Musikvideo mit eigenem Song, ein anderer erinnert an ein 50er-Jahre Wes-Anderson-Flashback. Ein weiterer ist wie ein Sportevent-Trailer

produziert und der vierte Traum stellt eine Mischung aus Comedy und Theaterstück dar.

Bereits seit Freitag, 2. Oktober ist die Kampagne bundesweit mit ersten Out-of-Home-Schaltungen allgegenwärtig. Die illustrierten Anzeigenmotive arbeiten mit einer Frage-Antwort-Mechanik, rund um „Haben wollen“ und „Haben wir“. Ab Mittwoch, 7. Oktober startet die Kommunikation via TV, Radio sowie online, bevor am Donnerstag, 8. Oktober der digitale Out-of-Home-Channel sowie ein nationaler Flyer folgen. In wenigen Wochen wird Media Markt zudem eine eigene Content-Plattform launchen. Sie wird den Anspruch konsequent weiterführen, alle Kommunikationsaktivitäten über alle Kommunikationskanäle hinweg zu vernetzen.

Umsetzung mit neuer Lead-Agentur Hirschen Group

Für die neue Saisonkampagne zeichnet Thomas Hesse, Marketingleiter bei Media Markt Deutschland, verantwortlich. Mit der Entwicklung und Umsetzung wurde die Hirschen Group (Martin Blach, CEO Hirschen Group; Marcel Loko, Gründer und CCO Hirschen Group; Vincent Schmidlin, CSO Hirschen Group; Jost Köllner, GF Beratung ZgH Köln; Philipp Keller, GF Kreation ZgH Köln) beauftragt. Regie für die TV-Spots führte Sven Bollinger. Für die Filmproduktion trägt Tony Petersen Film die Verantwortung, die Postproduktion realisierte die LIGA01. Weitere Partner bei der Realisierung der Kampagne waren die Media-Agenturen Universal McCann und plan.net sowie die Online-Agentur For Sale Digital.

Über Media Markt

Media Markt, Deutschlands und Europas Elektrofachhändler Nummer Eins, wurde 1979 gegründet und wird heute unter dem Dach der Media-Saturn-Holding GmbH als eigenständige Vertriebsmarke geführt. In Deutschland ist das Unternehmen derzeit mit 260 Märkten vertreten; Ende 2014 beschäftigte Media Markt hier mehr als 12.400 Mitarbeiter. Insgesamt findet man europaweit in 14 Ländern mehr als 800 Media Märkte mit rund 45.000 Mitarbeitern. Kennzeichnend für Media Markt sind die einzigartige Auswahl an Markenprodukten zu Tiefpreisen, kompetente Beratung, guter Service, ein unverwechselbarer Werbeauftritt und seine dezentrale Struktur. Jeder Geschäftsführer ist zugleich Mitgesellschafter seines Marktes und zeichnet damit für Sortiment, Preisgestaltung, Personal und Marketing verantwortlich. Im Zuge der Expansion erschließt Media Markt auch neue Vertriebskanäle, insbesondere über den Online-Handel. Im Rahmen dieser Multichannel-Strategie vereint Media Markt die Vorteile des stationären und des Online-Handels unter dem Dach einer vertrauten Marke.

Kontakt:

Media Markt
Unternehmenskommunikation
Eva Simmelbauer
Wankelstraße 5
D-85046 Ingolstadt
Tel.: +49 (841) 634-1111
Fax: +49 (841) 634-2478

E-Mail: presse@mediamarkt.de