

Neue Saturn-Jahreskampagne von Jung von Matt

„Du kannst mehr“ – Saturn macht mit bewegenden Geschichten Technik erlebbar

Ingolstadt, 30.10.2017: Wie inszeniert Mann mit einer Drohne einen romantischen Heiratsantrag? Sind Virtual Reality-Brillen das neue Fotoalbum, mit dem man Erinnerungen wieder lebendig machen kann? Und kann ein Staubsauger Monster zu Freunden machen und eine neue Waschmaschine Nachbarn zusammenbringen? Wie Technikprodukte Glücksmomente schaffen, die unter die Haut gehen, und man mit Technik so im wahrsten Sinne des Wortes „mehr kann“, zeigt Saturn mit bewegenden Spots seiner neuen Jahreskampagne. Sie wurde von Jung von Matt entwickelt und setzt ab 1. November 2017 bis Ende Juli 2018 die neue Markenpositionierung „Technik (er)Leben“ von Saturn in Szene.

Gleich vier Spots erzählen Geschichten, in denen durch liebevolle Ideen und mithilfe von Technik nahestehenden Menschen ganz besondere und berührende Momente geschenkt werden. Weil sie sich um andere kümmern möchten bzw. sie lieben, wachsen die Protagonisten der Kurzfilme über sich hinaus. Sie werden zu Helden des Alltags. Ihre Ideen realisieren sie mit Elektrogeräten – seien es praktische Haushaltshelfer oder innovative Trendprodukte –, die in der jeweiligen Geschichte eine ganz besondere Rolle einnehmen. „Technik spielt im Leben der Menschen eine immer größere Rolle. Unsere Filme zeigen auf eine ganz subtile, aber sehr treffende Art, wie Technik das Leben bereichern kann, denn dank ihr haben unsere Geschichten ein Happy End“, so Thorsten Eder, Leiter Marketing Saturn Deutschland. „Diesen Ansatz setzen wir übrigens auch bereits in der aktuellen Ausgabe unseres Saturn Printmagazins TURN ON mit dem Titel ‚Warum uns Technik happy macht‘ um.“

„Mit der Kampagne wollen wir den neuen Markenkern von Saturn, ‚Technik (er)Leben‘, unmittelbar erfahrbar machen“, erläutert Carsten Strese, COO von MediaMarktSaturn Deutschland und verantwortlich für den Vertrieb von Saturn. „Er steht gleichermaßen dafür, dass wir Technik für unsere Kunden zum Erlebnis machen, wie für die

Saturn Unternehmenskommunikation

Annabell Feith

Wankelstraße 5 D-85046 Ingolstadt

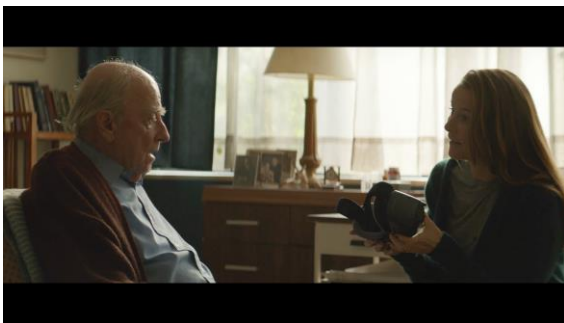
+49 (841) 634-1111 | +49 (841) 634-2478

presse@saturn.de | @MediaSaturn_PR

www.saturn.de

herausragende Rolle, die die Technik im Leben der Menschen heute spielt. Diese Markenpositionierung ist die logische Weiterentwicklung unseres bisherigen Markenattributes ‚Technikbegeisterung‘, die wir in den letzten Jahren erfolgreich mit entsprechenden Kampagnen umgesetzt haben. Nun stehen noch mehr der Mensch und sein individuelles Erleben von Technik im Mittelpunkt unserer Marke. Damit zeigen wir, dass unsere Produkte und Services mehr als nur funktional sind, und ganz persönliche Technikerlebnisse bereiten können.“

Die Spots im Einzelnen:



Anna (89-Sekunden-Kurzfilm)

Eine erwachsene Frau besucht ihren alten Vater im Pflegeheim. Er erkennt sie jedoch nicht und sitzt traurig und abwesend in seinem Zimmer. Die Tochter geht ganz aufgelöst nach Hause. Beim nächsten Besuch setzt sie ihrem Vater eine VR-Brille auf. Der befindet sich

plötzlich in seinem alten Leben wieder, sieht seine damals junge Frau, sein Haus, sein Kind als Baby, als kleines Mädchen, als junge Frau. Die Erinnerungen kehren zurück und er erkennt seine Tochter wieder. Beide umarmen sich gerührt.



Lichter

Ein junges Paar steht auf dem Dach eines Hochhauses in einer Metropole. Der Mann hält seiner Freundin die Augen zu und überreicht ein Geschenk. Freudestrahlend packt sie es aus – zum Vorschein kommt eine Drohne. Auf ihrem Gesicht spiegelt sich Enttäuschung wider.

Doch unbeeindruckt davon lässt ihr Freund die Drohne aufsteigen. Er gibt ihr ein Tablet und sie sieht die Aufnahmen der Drohne aus der Luft: Auf dem Dach des Hauses

Saturn Unternehmenskommunikation

Annabell Feith
Wankelstraße 5 D-85046 Ingolstadt
+49 (841) 634-1111 | +49 (841) 634-2478
presse@saturn.de | @MediaSaturn_PR
www.saturn.de

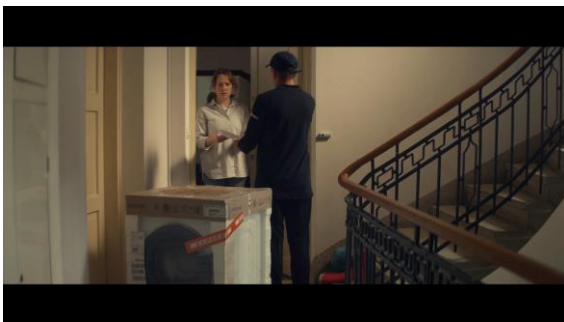
erscheinen in Leuchtschrift zwei Wörter, gebildet aus unzähligen Lampen: „Marry Me“. Überwältigt von ihren Gefühlen fällt sie ihm überglücklich um den Hals.



Monster

Ein kleiner Junge vor dem Einschlafen: Er hat Angst vor Monstern, die in der Nacht unter dem Bett hervorkriechen. Sein Vater versucht ihm zu erklären, dass auch Monster Freunde werden können. Der Kleine glaubt es nicht, aber der Vater überredet ihn, es zu versuchen. Als er

allein im Zimmer ist, stellt der Junge eine Schachtel mit Spielzeug und Keksen unter sein Bett und flüchtet sich dann in das Bett seines Vaters zum Schlafen. Der Vater geht mit einem Staubsauger in das Zimmer seines Sohnes... Am nächsten Morgen holt der Junge die Schachtel unter seinem Bett hervor. In ihr liegt nur noch ein Zettel mit der Aufschrift: „Freunde“. Auf dem Teppich sind große Monster-Tapser zu sehen, die vom Bett wegführen. Der Vater steht in der Tür und lächelt. Er hat in der Nacht die Spuren in den Teppich gesaugt.



Schlaflos

Ein älterer Mann wälzt sich schlaflos im Bett. Es ist ein ohrenbetäubendes Rattern zu hören. Man sieht eine alte Waschmaschine als Quelle des Lärms in der Nachbarwohnung. Wutentbrannt steht er auf und geht zur Nachbartür. Er will klingeln, dann sieht er durch den

Türschlitz eine junge Frau im Flur sitzen, die einen großen Berg Wäsche sortiert. Der Mann geht nachdenklich zurück in seine Wohnung. In der nächsten Einstellung drückt ein Finger die Klingel der Nachbarwohnung. Die junge Frau öffnet, doch geklingelt hat nicht der alte Mann, sondern ein Paketbote, der eine neue Waschmaschine bringt. Der ältere Mann kommt die Treppe herauf, seine Blicke und die der jungen Frau treffen

Saturn Unternehmenskommunikation

Annabell Feith

Wankelstraße 5 D-85046 Ingolstadt

+49 (841) 634-1111 | +49 (841) 634-2478

presse@saturn.de | @MediaSaturn_PR

www.saturn.de

sich. Auf ihrem Gesicht zeichnet sich ein ungläubiges und dankbares Lächeln ab. Statt sich zu beschweren, hat der Nachbar der alleinerziehenden Mutter eine neue Waschmaschine geschenkt.

Federführend für die Strategie der Kampagne bei Jung von Matt waren Thomas Strerath (Vorstand) und Magnus Hoeltke (Planning Director), die Kreation verantworten Götz Ulmer (Vorstand Kreation) und Jens Pfau (Geschäftsführer Kreation JvM/Next Alster). Realisiert hat die cineastisch hochwertigen Kurzfilme die Filmproduktionsfirma *tempomedia*. Mit Alex Feil stand ein renommierter Regisseur hinter der Kamera, der für Saturn bereits Commercials mit Alice Cooper und Bill Kaulitz gedreht hatte. Die Spots werden im Fernsehen und Kino zu sehen sein, sowie auf saturn.de und auf Social Media-Plattformen eingesetzt.

Der Startschuss zur Kampagne fällt am 1. November. Dann wird „Anna“ als 89-Sekunden-Kurzfilm zur besten Sendezeit um 20.13 Uhr zeitgleich auf allen privaten TV-Sendern ausgestrahlt.

Über Saturn

Saturn macht Technik für seine Kunden zum Erlebnis und zeigt, wie moderne Technikprodukte ihr Leben bereichern können. 1961 gegründet, wird Saturn heute als eigenständige Vertriebsmarke unter dem Dach der MediaMarktSaturn Retail Group – Europas Nummer Eins im Elektrofachhandel – geführt. In Deutschland ist Saturn mit 158 Märkten vertreten und beschäftigt rund 9.000 Mitarbeiter. Insgesamt gibt es rund 200 Saturn-Märkte in vier europäischen Ländern. Saturn-Märkte zeichnen sich durch ihre attraktive Lage, ihre Angebotsvielfalt an Markenprodukten mit einem attraktiven Preis-Leistungsverhältnis, großzügige Verkaufsflächen sowie exzellenten Service und Beratung aus. Das stationäre Geschäft vernetzt Saturn in Deutschland eng mit seinem Onlineshop unter www.saturn.de sowie mobilem Shopping per App. Im Rahmen dieser Multichannel-Strategie profitieren Saturn-Kunden sowohl von den Vorteilen des Online-Shoppings, als auch von der persönlichen Beratung und den Serviceleistungen in den Märkten vor Ort.

Saturn Unternehmenskommunikation

Annabell Feith

Wankelstraße 5 D-85046 Ingolstadt

+49 (841) 634-1111 | +49 (841) 634-2478

presse@saturn.de | @MediaSaturn_PR

www.saturn.de