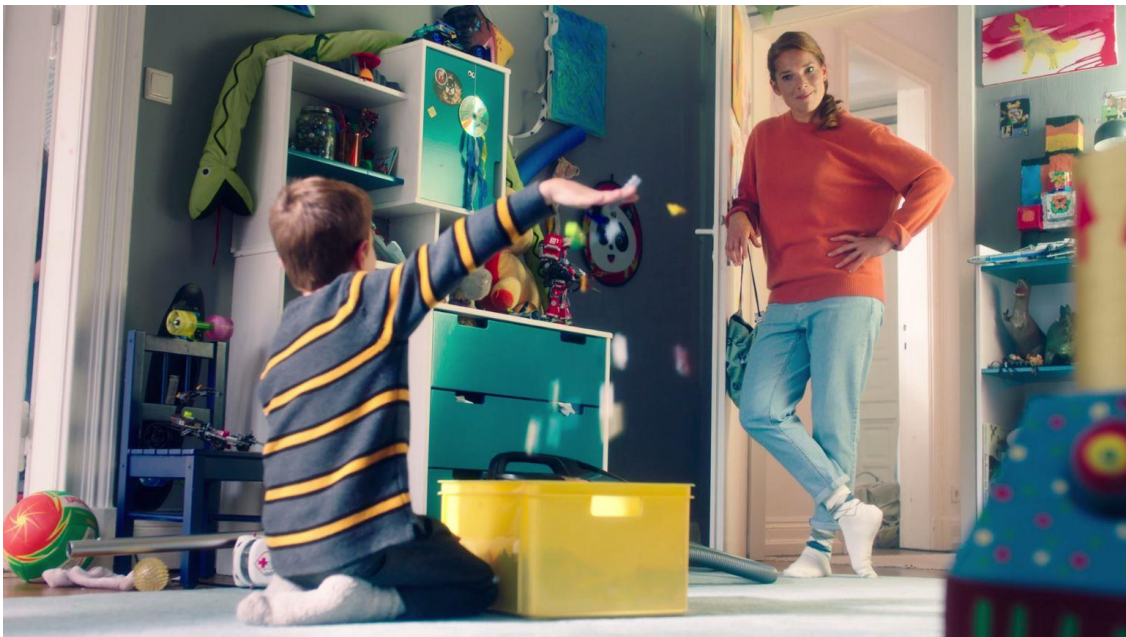


Neue Saturn Jahreskampagne

Du kannst mehr! Mehr Saturn, mehr Service

Ingolstadt, 01.10.2018: Die Saturn-Kampagne rund um den VR-Film „Anna“ war vergangenes Jahr in aller Munde. Nun hat Saturn die Kampagne mit neuen Elementen evolutionär weiterentwickelt. Im Mittelpunkt stehen dabei neben Produkten nun auch verstärkt Serviceleistungen, die den Umgang mit modernen Consumer-Electronics-Produkten erleichtern. Der Planet dient dabei als stilbildendes Element, der Markenclaim lautet weiterhin „Du kannst mehr!“.



Wie räumt man das Zimmer des Nachwuchses effizient auf? Welche Rolle kann Technik beim Ergattern eines WG-Zimmers spielen? Und warum hilft eine VR-Brille beim Abnehmen? Die Antworten darauf, wie Technik das Leben spürbar erleichtert und wie Saturn-Mitarbeiter für Glücksmomente sorgen, zeigt Saturn jetzt mit seiner neuen Kampagne, die wieder von Jung von Matt in Szene gesetzt wird.

Saturn Unternehmenskommunikation
Annabell Feith
Wankelstraße 5 D-85046 Ingolstadt
+49 (841) 634-3943 | +49 (841) 634-2478
presse@saturn.de | @MediaSaturn_PR
www.saturn.de

Lukas Kaiser, Leiter Marketing Saturn Deutschland: „Mit der neuen Kampagne zeigen wir, wie Saturn es seinen Kunden ermöglicht, Technik noch MEHR zu erleben. Wir sind die Experten für Lösungen rund um Technik, die den Menschen das Leben schöner machen und erleichtern. Und wir zeigen in unseren neuen Spots mit einem gewollten Augenzwinkern: Mit unseren Produkten und den dazu passenden Services kann jeder seinen Alltag meistern.“

Die Markenpositionierung „Technik (er)leben“ und der Markenclaim „Du kannst mehr!“ stehen auch in der kommenden Saison im Zentrum der Kommunikation von Saturn. Sie wird um prägnante Elemente, die die Markenpositionierung aufmerksamkeitsstark betonen, erweitert. So besinnt sich Saturn auf seine „planetaren“ Stärken und setzt künftig den Saturn-Ring als festes Wiedererkennungsmerkmal der Produktkommunikation ein. Hierfür wird ein neuer Produktraum geschaffen, in dem die Produkte visuell einprägsam präsentiert werden. Die Musik der Spots ist ebenfalls vom Planetenthema inspiriert, genauer gesagt von den Geräuschen der NASA-Raumsonde Cassini, die mehr als ein Jahrzehnt lang den Saturn erkundete.

Das umfassende Serviceangebot von Saturn wird fester Bestandteil der Kampagne: „Zum Erleben von Technik gehören nicht nur die Produkte selbst“, betont Remko Rijnders, Chief Operating Officer von MediaMarktSaturn Deutschland. „Vielmehr werden die begleitenden Services immer wichtiger, mit denen wir unseren Kunden das Leben erleichtern. Das fängt bei der Topberatung an, geht über die Lieferung von großen Geräten und die Neueinrichtung sowie den Schutz von Smartphones und PCs weiter, und hört mit unserem Zuhause-Service bei Technikproblemen noch lange nicht auf.“

In den neu inszenierten Spots stehen wieder Menschen und ihr persönliches Erleben von Technik im Mittelpunkt. Sie zeigen, wie in herausfordernden Alltagssituationen mit Hilfe von Technik smarte Lösungen gefunden werden. So zeigt zum Beispiel der Spot „Aufräumen 3.0“ ein Kinderzimmer, in dem überall Bausteine auf dem Boden verstreut liegen. Die Mutter nimmt den Staubsauger zur Hand und saugt die Steine im

Handumdrehen auf. Dann entleert sie locker den Beutel über der Spielzeugkiste – sehr zum Leidwesen ihres kleinen Sohnes, der mit einem spitzbübischen Lächeln schnell wieder eine Handvoll Bausteine auf dem Boden verteilt.

Die Kreation bei Jung von Matt verantworten Götz Ulmer (Kreativer & Partner), Anna Lichnog (CD Text), Sebastian Schnell (CD Art) und Simon Hiebl (ebenfalls CD Art). Produziert wurden die Spots von der Produktionsfirma „Sterntag“, die Regie führte Zoran Bihac. Die Postproduktion des Produktraums verantwortete „Das Werk“, die Musikproduktion stammt von „White Horse Music“. Die Spots werden im Fernsehen sowie auf saturn.de zu sehen sein und auf Social-Media-Plattformen eingesetzt. Zusätzlich kommen Funkspots zum Einsatz. Der Startschuss zur Kampagne fällt am 1. Oktober.

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 157 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.