

Start der Kampagne zum Multichannel-Jubiläum

Da ist selbst Rapunzel hin&web: MediaMarkt feiert fünfjähriges Bestehen des Onlineshops

Ingolstadt, 17.05.2017: Diese Angebote sind alles andere als ein alter Zopf: Zum fünften Geburtstag seines Onlineshops legt sich MediaMarkt mächtig ins Zeug. Mit einer rund zweiwöchigen Aktionskampagne feiert Deutschlands Elektrofachhändler Nummer eins sein erfolgreiches Multichannel-Konzept und macht zugleich auf die vielen damit verbundenen Kundenvorteile und Services aufmerksam. Den Kampagnenauftakt bildet ein eigens produzierter Imagespot im TV. Flankiert wird dieser von Werbemaßnahmen in Print, Online, Radio, am POS und in den Social-Media-Kanälen.

Vor fünf Jahren startete MediaMarkt seinen Onlineshop und legte damit zugleich den Grundstein für die Verschmelzung des stationären mit dem digitalen Geschäft. Damit hat sich das Unternehmen als der Anbieter positioniert, der seinen Kunden über alle Vertriebskanäle hinweg eine durchgängige Kundenerfahrung bietet – und zugleich die Möglichkeit, alle On- und Offline-Services flexibel miteinander zu kombinieren.

Auch in der am 17. Mai startenden Kampagne stellt MediaMarkt die zahlreichen Vorteile und Services, die sich durch die Verknüpfung der verschiedenen Vertriebskanäle ergeben, in den Fokus – von der Möglichkeit, online zu bestellen und im nächsten Markt abzuholen, über die Option, die Verfügbarkeit von Produkten im Markt vorab online zu prüfen bis hin zu Abhol-, Umtausch- und Reparaturservices vor Ort.

Wenn Rapunzel hin&web ist...

Eingeläutet wird die von der Agentur Zum roten Hirschen entwickelte Kampagne mit dem TV-Spot „Rapunzel“. „Mit Rapunzel haben wir uns einer weit bekannten Märchenfigur bedient, die unser Motto ‚hin&web‘ – also die unschlagbare Kombination aus Markt und Onlineshop – sehr real in Szene setzt“, erklärt Thomas Hesse, Marketingleiter MediaMarkt Deutschland. „Mit dem Spot zeigen wir unterhaltsam, welche Vorteile es hat, sich online bei MediaMarkt zu informieren und gleichzeitig den Markt als Ort für die persönliche Beratung, zum Anfassen und Ausprobieren von Produkten sowie zum Einkaufen nutzen zu können.“

Der Spot beginnt vor einer märchenhaften Kulisse: Am Waldrand sieht der Zuschauer einen Turm. Aus dem einzigen Fenster ragt ein langer, blonder Zopf, der fast bis zum Boden reicht. Beim Blick durch das Turmfenster entdeckt man am Ende des Zopfes allerdings nicht die zauberhafte Rapunzel, sondern nur ein einsames Bett. Wo ist sie nur? Gefunden wird die schöne Prinzessin schließlich Luftgitarre spielend und mit vollem Körpereinsatz rockend mit Kopfhörern im MediaMarkt. Mitarbeiter tragen ihr dienstbeflissen die verschiedensten Elektronikprodukte zur Kasse. Der Offtext dazu: „Für alle, die viel zuhause sind, gibt’s den MediaMarkt Onlineshop mit Lieferservice. Und alle, die vorher lieber ausprobieren wollen, kaufen einfach direkt im Markt.“

Der Kampagnenzeitraum erstreckt sich vom 17. bis 29. Mai 2017. Zum Start gibt es einen begleitenden, 12-seitigen Aktions-Prospekt sowie im weiteren Verlauf der Kampagne täglich neue Angebote zu Feiertagen in den Märkten und im Onlineshop.

Credits:

Verantwortlich: Thomas Hesse, Marketingleiter MediaMarkt Deutschland

Agentur: Zum roten Hirschen GmbH

Beratung: Jens Kurznack, Veronika Meier zu Eißel

Kreation: Arndt Rossnagel

Über MediaMarkt

MediaMarkt, Deutschlands und Europas Elektrofachhändler Nummer Eins, wurde 1979 gegründet und wird heute unter dem Dach der MediaMarktSaturn Retail Group als eigenständige Vertriebsmarke geführt. In Deutschland ist das Unternehmen derzeit mit 270 Märkten vertreten; Ende 2015 beschäftigte Media Markt hier mehr als 14.100 Mitarbeiter. Insgesamt findet man europaweit in 14 Ländern mehr als 800 Media Märkte mit rund 46.000 Mitarbeitern. Kennzeichnend für MediaMarkt 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, Personal und Marketing verantwortlich. Im Zuge der Expansion erschließt MediaMarkt auch neue Vertriebskanäle, insbesondere über den Online-Handel. Im Rahmen dieser Multichannel-Strategie vereint MediaMarkt die Vorteile des stationären und des Online-Handels unter dem Dach einer vertrauten Marke.

MediaMarkt Unternehmenskommunikation

Eva Simmelbauer

Wankelstraße 5 D-85046 Ingolstadt

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

presse@mediamarkt.de | @MediaSaturn_PR

www.mediamarkt.de