

Neue, europaweite Markenkampagne in 13 Ländern

Let's go!: Neuer Markenauftritt von MediaMarkt mit Fokus auf Customer Experience

Dietikon, 03. Oktober 2022 - MediaMarktSaturn hat gemeinsam mit seiner neuen Lead-Kreativ-Agentur Saatchi & Saatchi ein internationales Kampagnenkonzept für seine Marke MediaMarkt entwickelt. Ausgerollt wird es erstmals unternehmensweit in allen 13 Ländern, in denen MediaMarkt aktiv ist. Die Kampagne basiert auf einem neuen Brand Purpose und ist damit geprägt von der strategischen Neuausrichtung des Unternehmens, bei der das Kundenerlebnis und die persönliche Beratung im Mittelpunkt stehen. Herzstück und verbindendes Element der Kampagne ist der Claim „Let's go!“, der die gesamte Kommunikation über alle Kanäle hinweg miteinander verzahnt. In der Schweiz startet die Kampagne am 3. Oktober 2022.

Der Elektronikhändler, der einst Consumer Electronics als neue Kategorie etabliert hat, definiert diese Kategorie im Zuge seiner strategischen Weiterentwicklung jetzt neu: Mit dem Begriff „Experience Electronics“ beschreibt MediaMarkt seine Neupositionierung – und zugleich das Leistungsspektrum für seine Kunden.

„Wir wollen unseren Kundinnen und Kunden Erlebnisse bieten und Technik auf besondere Art und Weise erfahrbar machen«, erklärt Vittorio Buonfiglio, General Managing Director von MediaMarkt Schweiz. «Ebenso wollen wir ihnen mit der neuen Kampagne zeigen, welche Services wir um sie herum aufgebaut haben, um sie von der Beratung über Verkauf und den gesamten Lebenszyklus eines Produktes zu begleiten um ihnen das Leben einfacher zu machen.»

Technik besser erleben. Für ein Leben voller Möglichkeiten

Kundinnen und Kunden können bei MediaMarkt Produkte anfassen, ausprobieren und kennenlernen, also im wahrsten Sinne des Wortes erleben. Technik wird so zu einem aufregenden, positiven Abenteuer auf der gesamten Customer Journey – vom Testen vor Ort bis hin zur optimalen Einrichtung zuhause. Dementsprechend auch der neue Brand Purpose: «Technik besser erleben. Für ein Leben voller Möglichkeiten.» Auf Englisch lautet der Brand Purpose: "We create Experience Electronics to enrich people's life».

Im Zentrum der Kampagne stehen Menschen in all ihrer Vielfalt, die auf ihrer Reise durch die Welt der Technik mitgenommen werden. ‚Let's go!‘ ist eine Einladung an die Kundinnen und Kunden, Technik und auch die Begeisterung dafür wieder neu zu entdecken. ‚Let's go!‘ steht für all die Möglichkeiten, die Technik den Menschen bietet, und für die Erlebnisse, die MediaMarkt seinen Kundinnen und Kunden durch persönliche Beratung und passende Serviceleistungen ermöglicht. Als kompetenter Partner bietet MediaMarkt Kundinnen und Kunden Orientierung, und zwar auf allen Kanälen. Im Markt vor Ort genauso wie online.

Emotionale Kampagne zeigt den starken Kundenfokus

Drei wesentliche Elemente stärken das neue Markenimage. Der erste, wichtige Aspekt ist die emotionale Aufladung der Kampagne, die auch in einem neuen Look erscheint. Gleichzeitig liegt ein Schwerpunkt auf der Kommunikation der vielfältigen Serviceleistungen, mit denen das Unternehmen seine enge Kundenorientierung beweist. Letzter und dritter Baustein der Kampagne ist die Bewerbung von Produkten und Angeboten, auch zu saisonalen Anlässen wie Black Friday oder Weihnachten. Der Claim „Let’s go!“ ist das Bindeglied zwischen allen Marketing-Aktivitäten und bildet das Dach für die gesamte Kommunikation – nicht nur extern, sondern auch intern.

Gelauncht wird die crossmediale Markenkampagne am 1. Oktober in Deutschland und am 3. Oktober in der Schweiz und wird während der ganzen Kampagnenlaufzeit vom 03.10. bis 18.10.2022 via TV und Online / Social breit gestreut.

«Die Kampagne basiert stark auf Emotionen, die wir über Bewegtbild an unsere Kunden weitergeben möchten,» erklärt Nicolas Bill, Marketingleiter von MediaMarkt Schweiz. «Brand Purpose und Brand Entwicklung stehen am Anfang im Fokus. In einem zweiten Teil werden wir mit Service Spots auf unsere Top Beratung und Expertise unserer Mitarbeiter eingehen, sowie auf die Services Click&Collect innerhalb von 30 Minuten und die SmartBar. Erst dann wird die Kampagne auch die Produktkommunikation aufnehmen.»

Erste konzernweit ausgerollte Employer Branding-Kampagne

Im Einklang mit dem neuen Markenauftritt steht auch das Employer Branding des Unternehmens. Unter dem Claim „Let’s go!“ startet im Oktober erstmals eine international einheitliche Employer Branding-Kampagne, die ebenfalls schrittweise in allen 13 europäischen Ländern, in denen das Unternehmen aktiv ist, ausgerollt wird. Als Testimonials der crossmedialen Kampagne fungieren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie stehen für die Vielfalt im Unternehmen und vermitteln zugleich die Bandbreite der einzelnen Berufsbilder. Vor allem zeigen sie, was MediaMarktSaturn ausmacht: Teamgeist, Spaß und die Begeisterung für Technik.

Media Markt Schweiz AG

In der Schweiz eröffnete Media Markt seine ersten Märkte in Dietikon und Dietlikon im Jahr 1994. 1996 folgte in Crissier der erste Markt in der Westschweiz, in Grancia 1997 der erste im Tessin. Heute betreibt Media Markt 25 Märkte in der Schweiz, 16 davon im deutschsprachigen Raum, sieben in der Westschweiz und zwei im Tessin. Insgesamt beschäftigt Media Markt in der Schweiz rund 1015 Mitarbeitende.

mediamarkt.ch