

Presseinformation

Neue Kampagne zur größten Shopping Saison des Jahres: MediaMarktSaturn stellt zum Black Friday alle Zeichen auf Bunt

Mit den „Colorful Weeks“ bringt MediaMarktSaturn Farbe in die triste Jahreszeit. Die neue, internationale Handelskampagne verbindet das zentrale Einkaufserlebnis mit attraktiven Tech-Angeboten. Online, im TV, am POS und Social Media zeichnet sich die bunte Kampagne durch Dynamik und Lebensfreude aus und führt somit die Kampagnenplattform Let's go! perfekt weiter. Stars der Kampagne sind die Mitarbeitenden des Konzerns selbst.

Ingolstadt, 30. Oktober 2023

Bunt, statt monoton schwarz: Pünktlich zur traditionell dunkelsten Werbezeit des Jahres geht MediaMarktSaturn mit seiner neuen, internationalen Kampagne farbenfrohe Wege. Von 30. Oktober bis 4. Dezember bieten die „Colorful Weeks“ einen willkommenen Kontrast zur sonst eher tristen Farbwelt der Black Friday Kampagnen. Die Idee dahinter: In den dunklen Tagen vor der Weihnachtszeit bieten die Media Märkte und Saturn-Märkte sowie deren Online Shops eine farbenfrohe Alternative und einen positiven Rahmen für einen Monat voller Top-Angebote.



Der alljährliche Black Friday gehört im Einzelhandel zu den umsatzstärksten Tagen des Jahres. So auch bei MediaMarktSaturn. Doch in diesem Jahr ist alles anders. Mit den „Colorful Weeks“ bietet Europas marktführender Elektronikfachhändler fünf Wochen lang zahlreiche Angebote in den Onlineshops und den rund 400 Media Märkten und Saturn-Märkten in Deutschland an. Und zwar bewusst bunt: „Im sonst tristen, schwarzgeprägten November erschien es uns nur logisch, hier einen starken Gegenimpuls zu liefern, der unsere Kundinnen und Kunden emotional erreicht und in eine positive Grundstimmung versetzt“, sagt Michael Schuld, Chief Commercial & Marketing Officer der MediaMarktSaturn Retail Group.

Vom 30. Oktober bis zum Ende der „Cyber Week“ am 4. Dezember schlägt also die Stunde der „Colorful Weeks“. Zum Auftakt der farbenfrohen Aktionswochen gibt es zahlreiche attraktive Angebote. Schlag auf Schlag folgen dann der „Singles Day“, die „Black Week“ sowie der berühmte „Black Friday“ am 24. November. Als neues Finale der heißesten Deal-Wochen des Jahres startet in Deutschland ab dem 27. November die „Cyber Week“, die am 4. Dezember endet. Die Kampagnenidee stammt von der Kreativagentur Saatchi&Saatchi, die bereits seit dem Start für die im vergangenen Jahr geschaffene Kampagnenplattform „Let’s Go!“ verantwortlich ist. Die übergeordnete Kampagnenstrategie basiert auf der neuen Markenaussage und der strategischen Neuausrichtung des Unternehmens, bei der neben dem Produktangebot das Kundenerlebnis an allen Touchpoints, ein breites Spektrum an Leistungen und die persönliche Beratung im Mittelpunkt stehen.

„Colorful Weeks“ – nichts ist authentischer als das eigene Team!

Das Besondere an der diesjährigen Kampagne? Der Star ist die Mannschaft! MediaMarktSaturn bringt seine eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ins Rampenlicht. Über eine Casting-Plattform für alle Länder, in denen das Unternehmen aktiv ist, konnten sie sich mit kreativen Fotos und Videos bewerben. So sollte ein möglichst repräsentativer Mix über alle Länder hinweg entstehen. Die Beteiligung war überwältigend: Letztlich wurden 40 Kolleginnen und Kollegen zum Kampagnenshooting eingeladen. Hier entstanden über 350 Motive und zehn Bewegtbild-Sequenzen für Online, TV und Social Media.

„Grundsätzlich bringt das eigene Team die meiste Authentizität und Glaubwürdigkeit für eine Handelskampagne mit“, so Michael Schuld. „Die Freude an unserer Arbeit und die Leidenschaft für das Unternehmen ist in jedem entstandenen Frame spürbar – diese Lebensfreude und Dynamik springt einfach über. Ich bin sehr stolz auf dieses großartige Team, deren persönliches Engagement diese Kampagne für mich zu etwas ganz Besonderem gemacht hat.“

Weiteres Bildmaterial zur Kampagne finden Sie hier: [Neue Kampagne zur größten Shopping Saison des Jahres: MediaMarktSaturn stellt zum Black Friday alle Zeichen auf Bunt | MediaMarktSaturn](#)

Über MediaMarktSaturn Retail Group

Die MediaMarktSaturn Retail Group ist Europas führendes Handelsunternehmen für Consumer Electronics sowie die dazugehörigen Services und Dienstleistungen. Im Rahmen seiner strategischen Neuausrichtung definiert das Unternehmen diese Kategorie jetzt neu: Mit dem Begriff „Experience Electronics“ beschreibt MediaMarktSaturn seine Neupositionierung und zugleich das Leistungsspektrum für seine Kundinnen und Kunden, indem der Elektronikhändler mit seinem Portfolio an Formaten und Marken das Kundenerlebnis und die persönliche Beratung in den Mittelpunkt stellt. Zum Unternehmen zählen die Kernmarken MediaMarkt und Saturn, die ihre rund 1.000 stationären Märkte in 12 europäischen Ländern umfassend mit Online-Vertriebsplattformen vernetzen und dabei in acht europäischen Ländern die Marktposition 1 oder 2 besetzen. Die Eigenmarken PEAQ, KOENIC, ISY und ok. runden das Portfolio ab. MediaMarktSaturn beschäftigt rund 50.000 Mitarbeiter und gehört mehrheitlich zur CECONOMY AG. Der Umsatz des Unternehmens betrug im Geschäftsjahr 2021/22 rund 21,8 Milliarden Euro, rund ein Viertel machte dabei der Online-Vertrieb aus. Mit 2,2 Milliarden Kundenkontakten pro Jahr über alle Kanäle hinweg verfügt der Elektronikhändler über eine enorme Reichweite. Mehr Informationen unter www.mediamarktsaturn.com. (Daten Stand per 30.09.2022, Zahlen 2022/23 folgen zum 18. Dezember 2023)

Susanne Killian

Corporate Communications

MediaMarktSaturn Retail Group

Tel.: +49 (0)151 42256166

presse@mediamarktsaturn.com

www.mediamarktsaturn.com

www.mediamarkt.de

www.saturn.de