

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/51105/1069310/ooh-la-la-saturn-neue-kampagne-verbindet-emotion-und-technik> abgerufen werden.



Ooh la la Saturn! Neue Kampagne verbindet Emotion und Technik

22.10.2007 - 09:00 Uhr, Saturn

Ingolstadt (ots) -

- Querverweis: Bild wird über obs versandt und ist unter <http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> abrufbar -

Emotion, Ästhetik, Technik - mit einer erweiterten Botschaft und ohne den alten Claim starten am 24.10.2007, 18:00 Uhr, bundesweit die TV-Spots der neuen Saturn-Kampagne. Unter dem Motto "Wir lieben Technik! Wir hassen teuer!" ist das Ergebnis der Zusammenarbeit mit Saturns neuer Kreativagentur Scholz & Friends ab Mittwoch überall zu sehen. Aktuell läuft die Teaserphase, die seit 21.10.2007 in TV- und Hörfunkspots sowie auf Citylights einen Vorgeschmack auf den neuen Werbeauftritt gibt. Musikalisch untermauert werden die Spots von dem Song "Ooh la la" von Goldfrapp.

Fünf Jahre nach dem Launch von "Geiz ist geil!" trennt sich Saturn von einem der erfolgreichsten Claims der Werbegeschichte. Dies bedeutet keineswegs die Abkehr des Elektrohändlers von seiner Tiefpreispolitik. Roland Weise, Vorsitzender der Geschäftsführung der Media-Saturn-Holding GmbH: "Das Preisargument spielt weiterhin eine wichtige Rolle für die Kunden und damit auch für unsere Kommunikation. Allerdings hat sich Saturn in den vergangenen Jahren verändert und neben der weiterhin gültigen Konzentration auf den Preis verstärkt auch Aspekte wie Marken, Einkaufserlebnis und Servicequalität forciert. Dies spiegelt sich in der neuen Kampagne wider." Obwohl Studien belegen, dass "Geiz ist geil!" nach wie vor funktioniert, setzt Saturn jetzt aktiv ein Zeichen und stellt die Kommunikation auf die erweiterten Schwerpunkte ein. "Wir lieben Technik! Wir hassen teuer!" ist somit eine logische Weiterentwicklung des alten Claims. Das neue Motto dient als Klammer, welche die Technikwelt von Saturn ausdrucksstark mit dessen preisaggressiven Angeboten verbindet.

Die Kreativagentur Scholz & Friends hat einen komplett überarbeiteten Auftritt geschaffen, der ebenso aufwändig wie ästhetisch anspruchsvoll ist, ohne dabei den Preisaspekt aus den Augen zu verlieren. Veronika Hugo, das neue Gesicht der Kampagne, wurde bei einem Casting in Südamerika entdeckt. In New York fanden auch die Dreharbeiten für die TV-Spots statt. Mit großem technischen Aufwand wurden diese von Regisseur Arvind Palep in Zusammenarbeit mit 1st Avenue Machine realisiert. Ebenfalls neu ist der große Stellenwert von Musik als unterstützendes Medium in den Spots. Das Stück "Ooh la la" der britischen Band Goldfrapp unterstreicht die emotionale Atmosphäre und betont den hohen Anspruch von Saturn im Segment Entertainment/Musik.

Gern stellen wir Ihnen Bildmaterial zur Verfügung. Ab Mittwoch, 24.10.2007, 18:00 Uhr, finden Sie zudem TV- und Hörfunk-Spots zum Download unter www.media.media-saturn.com.

Saturn-Märkte zeichnen sich aus durch ihre zentrale Innenstadtlage, ihre Angebotsvielfalt von bis zu 100.000 Artikeln, großzügige Verkaufsflächen mit bis zu 18.000 Quadratmetern, kompetente Beratung, guten Service und durch ihre konsequenten Tiefpreise. Das 1961 gegründete Unternehmen wird seit 1990 unter dem Dach der Media-Saturn-Holding GmbH als eigenständige Gesellschaft geführt und setzte im Jahr 2006 hierzulande mit 6.807 Mitarbeitern 2,6 Milliarden Euro um. In Deutschland gibt es derzeit 125, europaweit 187 Saturn-Märkte in acht Ländern.

@@infblk@@

Für Rückfragen der Redaktion:
Sven Jacobsen

Saturn Unternehmenskommunikation
Wankelstraße 5
D-85046 Ingolstadt
Tel.: +49 (841) 634-1111
Fax: +49 (841) 634-2478
E-Mail: presse@saturn.de

Originaltext:

Pressemappe:

Pressemappe als RSS:

Saturn

<http://www.presseportal.de/pm/51105/saturn>

http://presseportal.de/rss/pm_51105.rss2