

„Tech-Nick für Champions“: Elektrofachhändler Saturn präsentiert Kampagne zur WM 2014

- **Neue TV-Spots mit Testimonial Tech-Nick**
- **Technikbegeisterung im Fokus**
- **Motto „Ultra Günstig. Tech-Nick für Champions!“**
zusätzlich in Print, Funk, online und am PoS

Ingolstadt, 15.5.2014: Pünktlich zur Fußball-WM 2014 in Brasilien bringt Saturn zwei neue Spots mit seinem Markenbotschafter Tech-Nick auf die deutschen Bildschirme. Unter dem Motto „Ultra Günstig. Tech-Nick für Champions!“ sorgt der sympathische Marktmitarbeiter für WM-Feeling in den Saturn-Märkten. Damit wirbt Saturn rund um das Fußball-Ereignis zusätzlich auch in Print, Funk, online und am PoS. Spot-Premiere ist Samstagabend, 17. Mai, im deutschen Fernsehen.

Seit Oktober vergangenen Jahres ist Tech-Nick für Saturn als Werbefigur im Einsatz und verbreitet Technikbegeisterung auf allen Kanälen. In eigens für die WM produzierten TV-Spots tritt er nun mit Fan-Kutte bekleidet als Anheizer in seinem Markt an. Dabei präsentiert er ultragünstige und beste Produkte wie die aktuell wohl begehrteste Trophäe, den WM-Pokal. Damit löst er Begeisterungstürme bei den fußballverrückten Kunden aus, die direkt in Fan-Gesänge à la „Ultra Günstig. Tech-Nick für Champions“ einstimmen. „Mit dem neuen Spot knüpfen wir an die bestehende Strategie an und stellen bewusst die Technikbegeisterung in den Fokus“, so Carsten Strese, Geschäftsführer der Media-Saturn Deutschland GmbH. „Zusätzlich transportieren wir die WM-Euphorie in unsere Märkte.“ Zunächst startet Saturn mit einer gekürzten Spot-Version am Samstagabend, 17. Mai, in allen reichweitenstarken TV-Sendern im deutschen Fernsehen.

Das Motto „Ultra Günstig. Tech-Nick für Champions“ wird im Rahmen der umfangreichen Kampagne in Print, Funk, online und am PoS rund um die Fußball-WM eingesetzt.

Die Kampagne wurde von der Leadagentur Serviceplan Campaign, Hamburg entwickelt. Tech-Nick wird gespielt von Schauspieler Antoine Monot Jr.. Regie bei den Spots führte erneut Arne Feldhusen. Markenfilm Hamburg zeichnet für die Produktion der TV-Spots verantwortlich; Sehsucht für deren Postproduktion; Hastings Hamburg für Funk. Die Mediaplanung für TV liegt bei Mediaplus München.

Gerne stellen wir Ihnen die Spots in voller Länge und Kampagnenmotive auf Anfrage zur Verfügung.

Über Saturn

1961 gegründet wird Saturn heute unter dem Dach der Media-Saturn-Holding GmbH – Europas Nummer Eins im Elektrofachhandel – als eigenständige Vertriebsmarke geführt. In Deutschland beschäftigte Saturn 2013 mehr als 8.250 Mitarbeiter und ist hierzulande mit 154 Märkten vertreten. Europaweit gibt es insgesamt 220 Saturn-Häuser in sechs Ländern. Sie zeichnen sich aus durch ihre attraktive Lage, ihre Angebotsvielfalt von bis zu 100.000 Elektroartikeln, großzügige Verkaufsflächen mit bis zu 18.000 Quadratmetern, kompetente Beratung, guten Service und durch ihre konsequenten Tiefpreise. Das stationäre Geschäft ergänzt Saturn in Deutschland mit seinem Onlineshop unter www.saturn.de. Im Rahmen dieser Multichannel-Strategie haben Saturn-Kunden die Möglichkeit, die Vorteile des Online-Shoppings mit dem Einkaufserlebnis sowie der persönlichen Beratung und Serviceleistungen vor Ort individuell für sich zu nutzen.

Kontakt:

Saturn
Unternehmenskommunikation

Regina Jud

Wankelstraße 5

D-85046 Ingolstadt

Tel.: +49 (841) 634-1111

Fax: +49 (841) 634-2478

E-Mail: presse@saturn.de