

Tech-Nick twittert für Saturn: Elektrofachhändler baut Social Media-Aktivitäten weiter aus

- **Wortkarge Werbefigur zwitschert jetzt mit Technik-Fans**
- **Saturn intensiviert den Kundendialog auf Facebook, YouTube, Twitter und Co.**

Ingolstadt, 10. April 2014: Ab sofort hat Tech-Nick, der sympathische Fachberater aus der Saturn-Werbung, seinen eigenen [Twitter-Kanal](https://twitter.com/SaturnDE) (twitter.com/SaturnDE). Regelmäßig meldet sich die Werbefigur, die im TV durch Mimik und Gesten kommuniziert, im Sozialen Netz mit originellen und informativen Tweets rund um Technik und Trends, aber auch ganz privat zu Wort. Mit dem neuen Twitter-Auftritt ergänzt der Elektrofachhändler seine bisherigen Social Media-Aktivitäten auf [Facebook](#) und [YouTube](#).

Seit Oktober vergangenen Jahres flimmert Tech-Nick, der Saturn-Mitarbeiter, über die deutschen TV-Bildschirme. Aber woher kommt dieser Technik-Freak überhaupt? Was sind seine Hobbies? Für welchen Fußballverein schlägt sein Herz? Welche Musik hört er gerne? All das verrät Tech-Nick nun via [Twitter](#) seinen Followern. Dabei gewährt er nicht nur Einblicke in sein Privatleben, sondern fachsimpelt gemeinsam mit technikbegeisterten Usern über die neuesten Produkte, kommentiert das Tagesgeschehen und hält über die nächsten Events und Aktionen auf dem Laufenden.

Der Twitter-Auftritt ist Teil einer umfassenden Social Media-Strategie des Unternehmens. „Wir bemerken, dass es im Netz ein großes Bedürfnis gibt, sich über Technik-Themen auszutauschen“, so Carsten Strese, Geschäftsführer der Media-Saturn Deutschland GmbH und verantwortlich für Marketing und Vertrieb der Marke Saturn. Auf den Dialog im Netz setzt Saturn daher bereits über seine

Facebook-Seite, die mit aktuell mehr als 1,4 Millionen Fans derzeit unter den [11 beliebtesten Facebook-Seiten](#) von Marken in Deutschland rangiert. Ergänzt wird dieser Dialog durch die unterhaltsamen [TechLab-Videos](#) auf YouTube, in denen neueste Produkte authentisch und unabhängig vorgestellt und erklärt werden. Innerhalb kürzester Zeit begeisterte der TechLab-Kanal powered by Saturn rund 45.000 Abonnenten. Alle Social Media-Aktivitäten von Saturn, wie Facebook, YouTube und jetzt auch Twitter sind stark untereinander vernetzt und ergänzen sich gegenseitig. „Auch beim Online-Einkauf oder der Online-Recherche möchten sich unsere Kunden mit anderen austauschen, um sich für das richtige Produkt zu entscheiden“, so Carsten Strese. „Daher sehen wir unsere Online-Aktivitäten als wichtigen Bestandteil unserer Multichannel-Strategie.“

Der Twitter-Kanal ist seit Anfang März live und hat bereits rund 7.000 Follower gewonnen. Für das Konzept hinter dem Auftritt zeichnen die webguerillas in München, Deutschlands führende Full-Service-Agentur für alternative Werbeformen, verantwortlich.

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 beschäftigt Saturn 2013 mehr als 8.250 Mitarbeiter und ist hierzulande mit 153 Märkten vertreten. Europaweit gibt es insgesamt 223 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