

Eine rauschende Party auf den Erfolg!

Media Markt startet Kampagne zum ersten Geburtstag des Kundenclubs

Ingolstadt, 15.02.2017: Im Februar 2016 ging bundesweit der Media Markt Club an den Start – und das mit Erfolg: Nur ein Jahr später verzeichnet das Loyaltyprogramm von Deutschlands führendem Elektrofachhändler bereits zwei Millionen Mitglieder. Gefeierte wird der erste Club-Geburtstag mit einer umfangreichen Marketingkampagne, die von Werbemaßnahmen in TV, Print, Radio, am POS und in den Social-Media-Kanälen begleitet wird. Besonderes Highlight: Am 25. März hat das Unternehmen das gesamte Phantasialand in Brühl bei Köln exklusiv für seine Clubmitglieder gemietet.

Getreu dem Motto „Hauptsache ihr habt Spaß!“ stehen nicht Preis- und Rabattangebote im Fokus des Media Markt Clubs, sondern Sofort-Vorteile wie zum Beispiel eine verlängerte Umtauschzeit und digitale Kassenzettel, regelmäßige lokale Events sowie jede Menge attraktive Gewinne und Überraschungen. Damit hebt sich das Kundenbindungsprogramm von Deutschlands Elektrofachhändler Nummer eins deutlich von anderen CRM-Programmen am Markt ab – und das mit Erfolg: So konnte Media Markt bereits zwei Millionen Mitglieder für seinen Club gewinnen. „Wir freuen uns sehr, dass der Club bei unseren Kunden so gut ankommt und sich dies auch in relevanten Kennzahlen widerspiegelt. Wir führen den Erfolg vor allem auf die Kombination konkreter Sofort-Vorteile, regelmäßiger Incentives und emotionaler Faktoren wie lokale Events, Gewinnspiele und ‚money can’t buy‘-Aktionen zurück“, sagt Thomas Hesse, Marketingleiter Media Markt Deutschland. So zeigen die Zahlen, dass Clubmitglieder nicht nur häufiger bei Media Markt kaufen als Nicht-Mitglieder, sondern auch mehr ausgeben:

Während alle Kunden im Durchschnitt 3,3 Einkäufe im Jahr bei Media Markt tätigen, kommen Clubmitglieder auf durchschnittlich 4,7 Einkäufe im Jahr. Der durchschnittliche Warenkorbwert von Clubmitgliedern liegt 57 Prozent über dem Wert, den Nicht-Mitglieder im Schnitt erzielen. In Summe geben Clubmitglieder im Jahr dadurch doppelt so viel bei Media Markt aus wie Kunden ohne Clubkarte. Insgesamt werden bereits 18 Prozent der Media Markt-Umsätze über Mitglieder des CRM-Programms generiert.

Große Geburtstagskampagne mit einer Mega-Party im Phantasialand

Anlässlich des ersten Clubjubiläums startet Media Markt ab dem 15. Februar eine zweistufige Geburtstagskampagne. In der ersten Phase steht die Bewerbung des Clubs und seiner Vorteile inklusive des Events im Phantasialand im Vordergrund. In der zweiten Phase liegt der Fokus dann auf Produktangeboten anlässlich des Clubgeburtstags. Das Kampagnenspektrum reicht von TV- und Funk-Spots sowie Print-Anzeigen über Online- und Social Media-Maßnahmen bis hin zu Prospekten und POS-Material. „Höhepunkt und gleichzeitiger Abschluss der Kampagne ist unsere Geburtstagsparty am 25. März im Phantasialand, das wir an diesem Tag exklusiv für unsere Clubmitglieder gemietet haben“, so Thomas Hesse. Vom 15. bis einschließlich 24. Februar 2017 haben Clubmitglieder jeweils ab 20 Uhr die Chance, sich unter www.mediamarkt.de/club zu registrieren und damit für sich und bis zu drei weitere Personen exklusive Eintrittskarten zu erhalten.

Ein Jahr Media Markt Club – die Highlights

Welche Besonderheiten der Media Markt Club zu bieten hat, zeigt ein Rückblick auf die Highlights des ersten Jahres. Zur Bandbreite der Club-Aktionen gehörten Ticketverlosungen für Fußball-Bundesligaspiele, Konzerte, Kinovorstellungen und besondere Veranstaltungen sowie Autogrammstunden mit Prominenten und VIP-Shoppingevents. Außerdem

lockten Live-Kochshows und actionreiche Events wie Bungee-Jumping zahlreiche Club-Mitglieder in die Märkte. Ein besonderes Highlight war das exklusive Konzert von Andrea Berg im August 2016 in Berlin, für das ausschließlich Clubmitglieder Tickets gewinnen konnten. Aber auch beim monatlich stattfindenden Mega-Glückskick gab es im ersten Clubjahr attraktive Preise, wie zum Beispiel einen Gutschein für eine Kreuzfahrt mit der MS Deutschland oder Karten für die Fußball-EM in Frankreich inklusive Anreise und Übernachtung in Paris.

Credits:

Marketingleiter Media Markt Deutschland: Thomas Hesse

Agentur: Zum roten Hirschen GmbH

Beratung: Jacqueline Mautz (Leitung) und Alexander Eble

Kreation: Arndt Rossnagel (ECD), Ben Huber (Text & Konzeption), Philipp Brandt (Art)

Strategie: Nicola Brown

Über Media Markt

Media Markt, Deutschlands und Europas Elektrofachhändler Nummer Eins, wurde 1979 gegründet und wird heute unter dem Dach der Media-Saturn-Holding GmbH als eigenständige Vertriebsmarke geführt. In Deutschland ist das Unternehmen derzeit mit 267 Märkten vertreten; Ende 2015 beschäftigte Media Markt hier mehr als 14.100 Mitarbeiter. Insgesamt findet man europaweit in 14 Ländern mehr als 800 Media Märkte mit rund 46.000 Mitarbeitern. Kennzeichnend für Media Markt sind die einzigartige Auswahl an Markenprodukten zu Tiefpreisen, kompetente Beratung, guter Service, ein unverwechselbarer Werbeauftritt und seine dezentrale Struktur. Jeder Geschäftsführer ist zugleich Mitgesellschafter seines Marktes und zeichnet damit für Sortiment, Preisgestaltung, Personal und Marketing verantwortlich. Im Zuge der Expansion erschließt Media Markt auch neue Vertriebskanäle, insbesondere über den Online-Handel. Im Rahmen dieser Multichannel-Strategie vereint Media Markt die Vorteile des stationären und des Online-Handels unter dem Dach einer vertrauten Marke.