

Mehr Sound, mehr Spaß!

Media Markt startet in die Soundwochen – mit einem erstmals für die TV-Werbung adaptierten YouTube-Format und Augmented Reality Content

Ingolstadt, 03.08.2016: Deutschlands Elektrofachhändler Nummer Eins startet erstmals eine Imagekampagne rund um das Thema Sound. Vom 03. bis 14. August 2016 zeigt Media Markt unter dem Motto „Mehr Sound, mehr Spaß“, welche Produkte und Innovationen zu Hause oder unterwegs für den perfekten Klang sorgen. Viel Innovation steckt auch in der Umsetzung der begleitenden Kampagne. Als erstes Unternehmen überhaupt setzt Media Markt für die Kreation der TV-Spots in Zusammenarbeit mit dem österreichischen Sounddesigner Mario Wienerroither auf die im Netz gefeierten Musicless Musicvideos. Für noch mehr Spaß sorgt zudem der begleitende Inhouse-Flyer: Mit Hilfe der Media Markt App lassen sich zusätzliche digitale Augmented Reality Inhalte entdecken – inklusive einem extra Feature für Pokémon-Trainer.

Anlässlich der Soundwochen hat Media Markt in einer repräsentativen Studie¹ das Musikverhalten und die Nutzung von Soundgeräten in Deutschland einmal genauer unter die Lupe genommen. „So belegt unsere Studie zum Beispiel, dass mehr als drei Viertel aller Befragten Musik zum Entspannen hören oder der Süden Deutschlands bei Musik besonders gerne laut mitsingt. Nicht fehlen dürfen dabei natürlich die richtigen Soundgadgets. Diese stehen im Mittelpunkt unserer Soundwochen – einer Imagekampagne, die gerade durch innovative Elemente wie Augmented Reality Content und auch überraschende

¹ Online Befragung auf Basis eines Online Panels, Personen im Alter ab 16 Jahren in Deutschland, repräsentativ, n= 1.000, Juli 2016, durchgeführt von Icon Added Value, Nürnberg, im Auftrag von Media Markt

TV-Spots dem Motto ‚Mehr Sound, mehr Spaß‘ gerecht wird“, so Thomas Hesse, Marketingleiter Media Markt Deutschland.

Ob moderne Soundsysteme für den dreidimensionalen Raumklang, hochwertiges DJ-Equipment, wasserfeste Outdoor-Lautsprecher oder High-End-Kopfhörer für glasklaren Hörgenuss – diese und viele weitere Produkte sowie eine kompetente Beratung vor Ort stehen deshalb während der Media Markt Soundwochen im Mittelpunkt. Im Kampagnenzeitraum wird zudem jeder Einkauf bei Media Markt mit einer dreimonatigen Musikflatrate von JUKE, dem digitalen Entertainmentportal von Media Markt, belohnt.

Imagekampagne auf allen Kanälen

Hören und sehen wird man die Soundwochen-Kampagne auf allen Kanälen. Neben der Bewerbung am POS, einem hochwertig gestalteten Inhouse-Flyer sowie einem nationalen Flyer wird es Funkspots und umfangreiche Social-Media Aktivitäten geben. Eine ganz andere Perspektive auf das Thema Sound liefern die TV-Spots: In Zusammenarbeit mit dem österreichischen Sounddesigner Mario Wienerroither, der besonders auf YouTube durch seine gefeierten Musicless Musicvideos (<https://www.youtube.com/user/digitalofen>) bekannt geworden ist, hat Media Markt den Musikvideos von Gregory Porters „Don't lose your steam“ und Udo Lindbergs „Durch schwere Zeiten“ einen völlig neuen Sound verpasst. „Die Zusammenarbeit mit Media Markt zum Thema Musicless Musicvideos hat mir sehr viel Spaß gemacht. Es ist natürlich phantastisch, dass dadurch noch mehr Leute Spaß an diesen Clips haben werden. Das Spannende an den Videos sind der Text und die Melodie, aber auch die Entstehungsgeschichte der Songs. Geräusche, die durch die Bewegungen der Akteure entstehen, oder sich im Hintergrund abspielen, sind für meine Arbeit besonders spannend“, erklärt Mario Wienerroither.

Inhouse-Flyer ergänzt um Augmented Reality Content

Ein weiteres Highlight steckt im Inhouse-Flyer, der zu den Soundwochen entwickelt wurde: Zwischen zahlreichen Informationen zu unterschiedlichen Soundtrends und Produkten wurden in den Flyer ergänzende Augmented Reality Features eingebettet, die mit der Media Markt App gescannt und entdeckt werden können: zusätzliche Filme, 360 Grad-Ansichten von Produkten, Multiroom-Sounds sowie eine besondere Überraschung für Pokémon Go-Fans.

Credits:

Verantwortlich auf Unternehmensseite:

Thomas Hesse, Marketingleiter Media Markt Deutschland

Agentur: Zum roten Hirschen GmbH

Text/Konzept: Benjamin Huber // Thorsten Pütz

Art: Jakob Florczyk // Jakob Szroborz

Beratung: Fabian Kleinmann

Sounddesign: Mario Wienerroither

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 266 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.

Kontakt:

Media Markt
Unternehmenskommunikation
Eva Simmelbauer
Wankelstraße 5
D-85046 Ingolstadt
Tel.: +49 (841) 634-1111
Fax: +49 (841) 634-2478

E-Mail: presse@mediamarkt.de