

Neue Saturn-Werbekampagne So viel Tech-Nick gab es noch nie: 365 Tage Tech-Talk

Ingolstadt, 19.10.2015: Saturn geht neue Wege mit seiner Werbung und erweitert seine klassische Kampagne mit dem sympathischen Saturn-Mitarbeiter Tech-Nick um ein neues Format: Beim 365 Tage Tech-Talk auf saturn.de beantwortet Antoine Monot, Jr. alias Tech-Nick in unterhaltsamen Clips die wichtigsten Fragen rund um das Thema Technik. Und das ein Jahr lang. Jeden Tag. Der Clou der neuen Kampagne: Tech-Nick berät die Saturn-Kunden nicht mehr wie bisher nur mit expressiver Mimik und Gestik – ab sofort spricht er auch. Start der neuen Werbekampagne ist am Montag, dem 19. Oktober 2015.

Die Saturn-Werbung mit Tech-Nick erfreut sich seit mittlerweile zwei Jahren großer Beliebtheit. Nun wird das 2014 eingeführte Motto „Bei Technikfragen – Tech-Nick fragen“ inhaltlich neu aufgeladen und um eine „Always-On“-Komponente, den Tech-Talk, ergänzt. Das Herzstück der neuen Kampagne bilden umfassende Bewegtbild-Inhalte.

Beim 365 Tage Tech-Talk auf www.saturn.de/techtalk beantwortet Tech-Nick in seinem neuen Technikstudio die wichtigsten Technikfragen in unterhaltsamen Clips, die mal wenige Sekunden, mal mehrere Minuten lang sein können. Um Abwechslung zu garantieren, beschäftigt sich der Technikliebhaber mit Rettungsaktionen für überflutete Handys, zeigt coole Life-Hacks oder erklärt Fachbegriffe auf seine ganz eigene Art. Außerdem stellt er Neuheiten vor, vergleicht unterschiedliche Produkte und gibt viele praktische Technik-Tipps für Geräte, die jeder bei sich zu Hause hat.

„Tech-Nick ist nun noch präsenter und kann seine Technikkompetenz noch besser ausspielen. Wir haben uns für den Tech-Talk davon inspirieren lassen, was unsere Kunden in den Saturn-Märkten oft fragen, aber auch davon, was im Web diskutiert wird und welche Innovationen auf Messen präsentiert werden“, so Oliver Mehwald, Geschäftsführer der redblue Marketing, der hauseigenen Werbe- und Marketingagentur der Media-Saturn-Gruppe, und verantwortlich für das strategische Marketing der Marke Saturn. „Die Produktion der Kampagne ist aufwendiger als je zuvor. Schließlich wollen wir ein ganzes Jahr lang jeden Tag aufs Neue einen echten Technik-Mehrwehrt bieten.“

Sechs informative und humorvolle TV-Werbespots mit bis zu 30 Sekunden Länge präsentieren außerdem die wichtigsten Aspekte des Saturn-Angebots: Neben dem Multichannel-Einkaufserlebnis geht es um persönliche Beratung und individuelle Lösungen, um das Anfassen und Erleben im Markt sowie um Produktinnovationen.

Und was sagt Tech-Nick selbst zu dem neuen Werbeauftritt? „Ich hatte Riesenspaß im Studio, durfte mich so richtig ausleben, neueste Technik ausprobieren und viel improvisieren“, freut sich Schauspieler Antoine Monot, Jr., der den sympathischen Saturn-Mitarbeiter seit Start der Kampagne verkörpert. „Eins kann ich versprechen: So viel Tech-Nick gab es noch nie!“

Tech-Nick auf allen Kanälen

Gedreht wurden alle Inhalte von Markenfilm Crossing in deren Studios in Hamburg-Wedel sowie im Saturn-Markt in der Hamburger Mönckebergstraße, dem größten Elektrofachmarkt der Welt. Regie führten Benjamin Brettschneider, Florian Friedrich und Jens Holzgrefe. Die Konzeption und Kreation übernahm wie bereits bei den ersten beiden Tech-Nick-Kampagnen die Kreativagentur

Serviceplan Hamburg. Die Postproduktion verantwortet Sehnsucht Hamburg. Die Mediaplanung für TV liegt bei Mediaplus München.

Der erste TV-Spot wird am Montagabend, dem 19. Oktober 2015, auf allen relevanten TV-Kanälen ausgestrahlt. Zeitgleich startet der Tech-Talk auf www.saturn.de/techtalk sowie die Umsetzung der Kampagne in Printmedien, im Radio, über soziale Medien und in allen Saturn-Märkten.

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 2014 mehr als 8.400 Mitarbeiter und ist hierzulande an 157 Standorten vertreten. Europaweit gibt es 202 Saturn-Märkte in vier Ländern. Saturn-Märkte 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
Annabell Feith
Wankelstraße 5
D-85046 Ingolstadt
Tel.: +49 (841) 634-1111
Fax: +49 (841) 634-2478

E-Mail: presse@saturn.de