



P R E S S E M I T T E I L U N G

„Vergiss Papier! Nimm die App.“ markt guru kehrt mit eigener Markenkampagne ins TV zurück

München, 21. November 2022. Was, wenn die Angebote der Woche vor dem Einkauf bereits in der Papiertonne gelandet sind? Oder das Auto bei der Shoppingtour vor lauter Handzetteln und Broschüren aus allen Nähten platzt? Das leidige Problem mit den unhandlichen Printprospekten und die smarte digitale Antwort darauf ist Thema der neuen Markenkampagne des Münchner Smartshopping-Spezialisten markt guru.

Mit seiner aktuellen Kommunikationsoffensive „Vergiss Papier! Nimm die App.“ kehrt markt guru nach vier Jahren erstmals wieder mit einer eigenen Markenkampagne auf die Fernsehbildschirme in Deutschland zurück. Der sechsmonatige TV-Flight wird im reichweitenstarken Sendernetzwerk der Seven.One Entertainment Group ausgestrahlt und adressiert neben den einkaufsoptimierenden SmartShopperInnen vor allem die HaushaltsentscheiderInnen, die (noch) Printprospekte nutzen. Zum Einsatz kommen zwei 20-sekündige Spots (Konzeption: Creative House, Kreation: Creative House und BRAINfive, Produktion: Film Deluxe), die auf launige Weise die Pannen-Klassiker „Prospekte weggeschmissen?“ und „Immer zu viele Prospekte dabei?“ aufs Korn nehmen und mit einer smarten Lösung aufwarten: der einfachen und komfortablen Einkaufsplanung mit der markt guru Digitalprospekte-App.

Die neue Markeninszenierung, die den Mehrwert und die Vorteile digitaler Prospektplattformen unterstreichen und neben den co-branded TV-Spots von Kunden die Bekanntheit und Nutzung der markt guru App nachhaltig steigern soll, ist Teil einer umfassenden Marketingagenda, die seit Mai 2022 von Franziska Wolf in der neu geschaffenen Position der Chief Marketing Officer (CMO) von markt guru verantwortet wird. Die versierte Marketing- und E-Commerce-Expertin, die von Travelzoo zu markt guru wechselte, verfügt über langjährige Erfahrung in der performance-orientierten Skalierung von Digitalunternehmen. Sie hat die Aufgabe, angesichts der stetig



P R E S S E M I T T E I L U N G

wachsenden Nachfrage von Konsumgüterindustrie und Handel nach intelligenten, digitalen Lösungen für die Angebotskommunikation, die qualifizierte Reichweite und Nutzungsintensität der markt-guru-Plattform auszubauen und das Markenprofil der vielfach prämierten Smart-Shopping-App weiter zu schärfen. Zur Umsetzung der damit verbundenen Multi-Channel-Strategie – u.a. Social Media, Mobile und TV – hat markt-guru zudem sein Consumer-Marketing-Team personell verstärkt.

„Prospekte sind und bleiben nach wie vor ein zentrales Format der Angebotskommunikation sowie eine wesentliche Informationsquelle für die VerbraucherInnen. In digitaler Form und angereichert mit zahlreichen orientierungsgebenden Servicefunktionen, wie sie die markt-guru-App bereitstellt, bieten sie ein hochwertiges Nutzungserlebnis als smarter, stets topaktueller Einkaufsplaner und -helfer ‚to go‘“, erklärt Dr. Marc-Etienne Geser, Geschäftsführer markt-guru Deutschland. „Diese Vorteile bei den KonsumentInnen noch stärker in den Fokus zu rücken, die markt-guru Community nachhaltig zu erweitern und unser Markenprofil weiter zu schärfen, sind wesentliche Ziele unserer jetzt eingeleiteten Marketingoffensive. Mit der Verpflichtung von Franziska in der neu geschaffenen Position der CMO, dem Ausbau unserer Marketingressourcen und der Intensivierung unserer Marketingaktivitäten schaffen wir die Grundlage für weiteres Wachstum und weitere Marktanteile in den kommenden Monaten und Jahren.“

Über markt-guru

markt-guru ist der Spezialist für leistungsstarke Shopper-Marketing-Lösungen und Betreiber der gleichnamigen, vielfach prämierten Smart-Shopping-App, die zu den beliebtesten und meistgenutzten Verbraucher-Services im deutschsprachigen Internet zählt.

Als maßgeblicher Marktgestalter bei der Digitalisierung des Shopper Marketings und innovativer 360-Grad-Lösungspartner beim PoS-Marketing eröffnet markt-guru Herstellern und Händlern den Zugang zu einer der reichweitenstärksten und attraktivsten Shopper Communities in Deutschland und stellt seinen Kunden ein vielseitiges Kampagneninstrumentarium zur Verfügung, das von der Kaufincentivierung über Cross- und Upselling bis zu unternehmensindividuellen Promotions



P R E S S E M I T T E I L U N G

zur Kundenbindung reicht. Das mehrheitliche Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE verfügt über ein exklusives Multiscreen-Mediaangebot (Digital: Online, Mobile und App, TV: klassisches TV und Addressable TV), mit dem über die eigene Plattform in Kombination mit den reichweitenstarken TV- und Digitalangeboten der ProSiebenSat.1 Gruppe bis zu 60 Millionen KonsumentInnen monatlich erreicht werden können. Für die klassischen und programmatischen Mediakampagnen können vielfältige Werbeformate und -formen gebucht werden, die sich von Digitalprospekten und Cashback über datenbasierte Display- und Videowerbung bis zu co-branded (Addressable) TV-Spots und kundenindividuellen Custom Clearing Solutions („Cashbot“) und vielen mehr erstrecken. Diese werden von markt guru auf der Grundlage umfangreicher und hochwertiger Insights in das Kaufverhalten von Millionen von VerbraucherInnen nach unterschiedlichsten Kriterien datenbasiert zielgruppenoptimiert angesteuert. Mit diesem Portfolio ermöglicht markt guru eine leistungsstarke ganzheitliche Ansprache und Aktivierung kauffreudiger Konsumentengruppen in großen Reichweiten mit wirkungsvollen Kontaktsteuerungslogiken aus einer Plattform heraus. Zum Kundenkreis von markt guru zählen die marktführenden Brands aus Branchen wie bspw. FMCG sowie die Top-Handelsunternehmen aus den Bereichen Lebensmittel, Consumer Electronics, Home & Garden und vielen mehr.

PRESSESERVICE

Presseinformationen sowie
honorarfreies Bildmaterial erhalten
Medienvertreter unter

<https://markt guru.de/presse>

PRESSEKONTAKT

< elias communications >

Nadja Elias

Schulstraße 31

D – 80634 München

Tel.: +49 (0)89 15890306

E-Mail: presse@markt guru.de