

Media-Markt flirtet mit Familien

Media-Markt Mit einem Product-Placement in einem Kinofilm rückt Media-Markt Familien in den Fokus und wagt sich gleichzeitig erstmals an ein Thema, das bislang nicht Teil der gleichermaßen bewährten wie umfangreichen Marketing-Strategie war. Im Film *Hanni & Nanni – Mehr als beste Freunde*, der am 25. Mai in den Kinos anläuft, ist die Marke Media-Markt in zwei Szenen integriert. Im ersten Placement laufen die beiden Zwillinge über den Berliner Gendarmenmarkt. Sie sind auf dem Weg ins Musikstudio ihres Vaters, gespielt von Boss-Hoss-Musiker Sascha Vollmer. Sie passieren eine digitale Litfaßsäule mit Media-Markt-Logo. Das zweite Placement zeigt, wie Laila und Rosa im Internat ein Paket erhalten – auch hier erscheint das Logo. Ihr Vater schickt ihnen einen Doppelstecker und zwei Kopfhörer für ihren alten Walkman, damit sie zusammen Musik hören können.

Es ist eine 360-Grad-Crosspromotion, die Marketingleiter Thomas Hesse umsetzt. So gab es beispielsweise auch ein Gewinnspiel „Hanni & Nanni live“ sowie Family-VIP-Tickets für die Filmpremieren am 14. Mai in Berlin. Auch der Media-Markt-Club ist eingebunden. Über einen zielgruppengerecht ausgespielten Newsletter startet ein weiteres Gewinnspiel, in dem die Mitglieder ein privates Screening für bis zu 100 Freunde gewinnen können. Zudem laufen auch Trailer im Instore-TV. Und: Die Youtuberin Faye Montana, die ebenfalls mitspielt, trommelt auf ihrem Kanal für den Film. Der Trailer wurde bereits mehr als 300 000 Mal aufgerufen. „Das gut integrierte Product-Placement in *Hanni & Nanni – Mehr als beste Freunde* und die daraus entwickelten Kooperationskonzepte haben Media-Markt für die Zielgruppe Familien nicht nur vernünftigen und relevanten Content beschert, sondern werden sicherlich auch bei den Gewinnern für emotionale Momente sorgen“, sagt Thomas Hesse. Realisiert wurde die Maßnahme von der Münchner Branded-Entertainment-Spezialagentur MA Media. lip

Verantwortlich: Thomas Hesse, Marketingleiter, München
Agentur: MA Media, München
Realisation: Sandra Freisinger-Heinl
Filmproduktion: UFA Fiction
Medien: Kino

