

# FRISCH. MODERN. FÜR ALLE.

Kunde: Mix Markt

Task: Regionale, crossmediale Kampagne für Neueröffnung



## Hintergrund & Aufgabe

Mix Markt ist mit rund 450 Filialen eine der größten Supermarktketten mit osteuropäischen Lebensmitteln. Doch die klassische Zielgruppe der Spät- und Aussiedler schrumpft. Mix Markt will daher mit einem hochwertigen Markenkonzept, verbunden mit der umfassenden Modernisierung seiner Filialen, breitere Käuferschichten ansprechen.

Die Neueröffnung in Sindelfingen markiert den Start dieser Transformation – als Pilotmarkt für das bundesweite Rollout. Mit einer **regionalen, crossmedialen Marketingkampagne** soll das neue Konzept mit modernisiertem Look & Feel sichtbar und spürbar gemacht werden. Ziel ist es, die Markenbekanntheit zu steigern und sowohl bestehende als auch neue Kunden zur Eröffnung und während des Aktionszeitraums für einen Marktbesuch zu aktivieren.



### Strategie

Um den neuen Marktauftritt zu unterstützen und eine breitere Zielgruppe anzusprechen, entwickeln wir parallel dazu einen neuen Markenauftritt mit Claim und einem Key Visual als Leitmotiv. Dabei sollen **Herkunft, Qualität** und die **bewährten Stärken** von Mix Markt klar erkennbar sein. Für regionale Reichweite und maximale Aufmerksamkeit werden crossmediale Kanäle intelligent kombiniert.



### Idee

Mix Markt zeigt sich mit neuem Selbstverständnis – getragen vom emotionalen Claim **„DEINE KÜCHE. DEINE KULTUR. DEIN MIX MARKT. Der Geschmack von Zuhause, egal wo du bist.“** Ein florales Design mit osteuropäischer Tracht übersetzt diese Botschaft visuell. Statt Klischees setzen wir auf kulturelle Nähe, Vielfalt und ein Einkaufserlebnis, das vertraut wirkt und zugleich neu erscheint.



### Kanäle

**Inszeniert wird die Medienoffensive über die Kanäle von a+s RegioWave:**

- Großflächenplakate
- Addressable TV
- Prospektverteilung
- Kinospot
- Social Media
- Anzeigen



### Ergebnis

Die regionale Kampagne zur Neueröffnung in Sindelfingen ist ein voller Erfolg: Schon am ersten Tag ist der Markt gut besucht – begleitet von durchweg positivem Kundenfeedback. Das neue Konzept greift, alle Maßnahmen – von Großfläche, Anzeigen und Flyern über Social Media bis hin zu Kino und Addressable TV – spielen perfekt zusammen und machen die neue Markenwelt sichtbar, spürbar und messbar.

**240 %**

Umsatzsteigerung

**235 %**

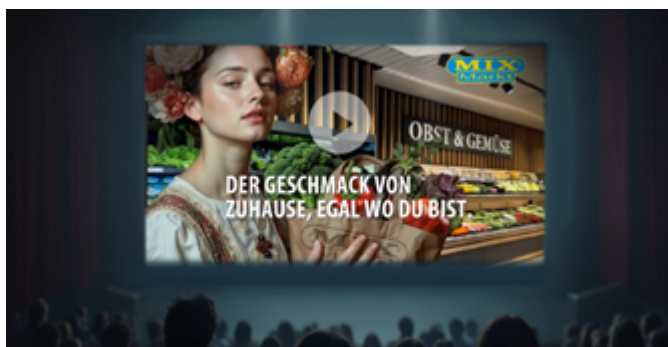
mehr Marktbesucher

# Impressionen

## Plakatwerbung

20 Großflächenplakate mit emotionalem Leitmotiv in **hochfrequentierten Lagen der Region** sorgen über zwei Dekaden hinweg für maximale Präsenz für die Neueröffnung.

**+ 600.000** Kontakte



## Kinowerbung

Der Mix-Markt-Spot läuft zwei Wochen lang in zwei großen Kinos der Region – in allen Sälen, bei jeder Vorstellung. Darunter: die **größte Kinoleinwand der Welt**. Das zentrale Kampagnenmotiv ist eigens als Bewegtbild inszeniert – für starken Wiedererkennungswert auf allen Kanälen.

**+ 25.000** Kontakte

## Addressable TV

**Gezielte Sichtbarkeit auf allen Sendern der RTL- und Seven.One-Group:** Im Stadtgebiet sorgen statische und animierte Switch-In-Banner über einen Zeitraum von 4 bis 6 Wochen für hohe Aufmerksamkeit – lokal und punktgenau.

**180.000** Einblendungen



## Social Media Ads

**„Mix Markt Match – Dein Geschmack, dein Date!“**

Eine interaktive, regionale Social-Media-Kampagne, die die Produktvielfalt mit humorvollem Storytelling auf charmante Weise inszeniert. Carousel, Einzelbilder und Story-Umfragen erzielten in der 2–4-wöchigen Laufzeit hohe Engagement-Raten und **stärken die Markenbindung zur Eröffnung**.

## Printanzeigen

Für die Wochenendausgabe des Böblinger Wochenblatts wird eine ganzseitige Anzeige gestaltet mit ausgewählten Topartikeln zur Eröffnung und eigens entwickelten Piktogrammen für die wichtigsten Warengruppen (z. B. Fleisch, Fisch, Obst & Gemüse). Klar strukturiert, visuell modern – für **maximale Wirkung auf einen Blick**.

**85.000** Auflage

Kurz vor Markteröffnung, erscheint eine halbseitige Anzeige für **verlängerte Sichtbarkeit im unmittelbaren Umfeld**.

**85.000** Auflage



## Prospektverteilung

Am Wochenende vor Markteröffnung wird parallel zur 2. Printanzeige noch ein **Aktionsprospekt** über das Wochenblatt direkt im unmittelbaren Umfeld des neuen Mix Marktes verteilt – für noch mehr Präsenz rund um die Eröffnung.

**22.000** Teilaufgabe

*Wir waren vom ersten Entwurf an begeistert. Die Mischung aus Emotion, Design und regionaler Kampagnen-Strategie war einfach stimmig – und perfekt auf unsere Zielgruppe abgestimmt.*

DENIS MARON, REGIONAL MANAGER MIX MARKT