

07.01.2016

Neue Markenkommunikation rückt REWE noch näher an den Kunden: „REWE. Dein Markt“

REWE entwickelt seine Markenkommunikation kontinuierlich weiter



REWE entwickelt seine Markenkommunikation kontinuierlich weiter: Ab Samstag (9. Januar) heißt es in jedem deutschen REWE Markt „REWE. Dein Markt“.

„Die kontinuierliche Entwicklung unserer Markenkommunikation ist die logische Weiterentwicklung der Marke REWE und passt sich den veränderten Ansprüchen der Kunden an den modernen Supermarkt an. Der aufgeklärte Lebensmittel-Shopper sucht das persönliche emotionale Einkaufserlebnis in der Nähe mit Wochenmarktcharakter und freundlicher Beratung. Hier erwartet er nicht nur ein Top-Sortiment sondern beispielsweise auch regionale und lokale Produkte von Erzeugern aus der Region, Bio-Produkte und nachhaltigere Produkte. Das sind heute mit die entscheidenden Hebel für die Wahl der Einkaufsstätte. Darauf haben wir reagiert und mit „REWE. Dein Markt“ die passende Antwort auf die Kundenwünsche gefunden, erklärt REWE Marketingchefin Elke Wilgmann zur Einführung des neuen Claims.

REWE ist als national einheitliche Marke im Vergleich zu anderen Marken zwar noch sehr jung, aber nach nur neun Jahren im deutschen Vollsortimentsmarkt voll etabliert und präsent: „Wir haben mittlerweile einen Bekanntheitsgrad von 98 Prozent und als Nummer 2 unter den deutschen Vollsortimentern haben wir in kurzer Zeit enorm viel erreicht“, so Elke Wilgmann. Doch jetzt müssen wir den nächsten Schritt gehen und nahbarer, emotionaler werden, noch näher an den Kunden rücken und seine Bedürfnisse in den Vordergrund unserer Kommunikation stellen, so Wilgmann.

Gemeinsam mit dem Hamburger Standort der Agenturgruppe „thjnk“ wurde der Markenauftritt und Claim weiterentwickelt. Visuell transportiert werden diese Markenwerte in einem neuen Corporate Design, das ebenfalls gemeinsam mit REWEs neuer Agentur „thjnk“ entwickelt wurde.

„Gemeinsam mit REWE und unserer Designagentur „loved“ haben wir in den vergangenen Monaten einen neuen Markenauftritt erarbeitet, der REWE zu der vielfältigen Marke macht, die sie ist“, so Armin Jochum, Co-Gründer und Vorstand thjnk ag.

Die Einführung des Claims startet ab Samstag (9. Januar) mit einem 60-sekündigen TV-Spot auf allen reichweitenstarken TV-Sendern. Der Spot, der die neu definierten Markenwerte „Frische“, „Qualität“, „Nachbarschaft“ und „Regionalität“ in den Fokus stellt, entstand unter der Regie von Bruce St. Claire/Tempomedia. Begleitet wird der Spot von Werbemitteln am PoS und einem überarbeiteten Handzettel-Design. Abgerundet wird das Bild durch das neu entwickelte REWE-Kundenmagazin „Frisch & Gut“.

Der Hamburger Standort der Agenturgruppe „thjnk“ konnte sich im vergangenen August in einem hochkarätig besetzten Pitch den Etat sichern. Der REWE-Etat wird geführt von Patrick Hammer (Client Service Director), Patrick Matthiensen (Creative Director) und Leif Johannsen (Creative Director).

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 16,9 Mrd. Euro (2014), mehr als 90.000 Mitarbeitern und weit über 3.000 REWE Märkten gehört die REWE Markt GmbH zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Die REWE Märkte werden als Filialen oder durch selbstständige REWE-Kaufleute betrieben.

REWE gehört zur genossenschaftlichen REWE Group, einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2014 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von über 51 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren 330.000 Beschäftigten und 15.000 Märkten in 12 europäischen Ländern präsent. In Deutschland erwirtschafteten im Jahr 2014 rund 228.000 Mitarbeiter in rund 10.000 Märkten einen Umsatz von 37 Milliarden Euro.

Für Rückfragen:

REWE Unternehmenskommunikation,

E-Mail: presse@rewe.de

