

30.07.2021

## „REWE ist mein Markt, weil er mir Zeit für die wichtigen Dinge schenkt“

In 14 Spots stellt REWE die Bedürfnisse der Kund:innen in den Mittelpunkt



Ob Markt, Abholservice oder REWE To Go: Jeder Kunde und jede Kundin hat seine oder ihre Ansprüche an einen Einkauf bei REWE. Die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppen stellt REWE in den Mittelpunkt der Kommunikation bei der neuen, achtwöchigen Kampagne, die am 2. August startet: „Das ist mein Markt, weil...“. Der Fokus liegt auf Bewegtbild: 14 verschiedene Spots zeigen Gründe von Kund:innen, die REWE zu ihrem Markt machen.

„Jede:r von uns kauft meistens mehrmals pro Woche ein. Wir alle möchten nicht anonym behandelt werden, sondern freuen uns über die kleinen persönlichen Aufmerksamkeiten im Alltag – bestenfalls wie in einer guten Nachbarschaft, in der man sich kennt. Dieses Gefühl sollen unsere Kund:innen bei ihren REWE Einkäufen haben. Welche Bedürfnisse wir dafür erfüllen müssen, zeigen wir in der neuen Kampagne, die damit unseren Claim ‚REWE. Dein Markt‘ emotional weiter auflädt und stärkt.“

Egal, ob Studentin oder Vater, jede:r hat einen ganz persönlichen Grund, der den REWE Markt zu seinem oder ihrem Markt macht. Deswegen stellt REWE die Kund:innen in den Mittelpunkt der Kampagne. Für digitale Medien sind zehn verschiedene Online-Videos im Zehn-Sekunden-Format entstanden. Sie werden zielgruppengerecht nach den jeweiligen Bedürfnissen ausgespielt. In den kurzen Sequenzen werden REWE Services wie der eigene Lieferservice oder die REWE App mit attraktiven Coupons präsentiert. Sie enden jeweils mit der Begründung „Das ist mein Markt, weil ...“. Zum Beispiel, weil man auch zuhause vom Bett aus gut einkaufen kann, wenn die Party am Vorabend etwas heftiger ausgefallen ist. Oder weil der Abholservice Zeit spart, die man lieber mit der Familie verbringt.

Auch im TV erzählen Spots, in welchen Situationen REWE die Bedürfnisse der Kund:innen wie unterstützt. Eines von vier Beispielen: Ein Student erfährt kurz vor seinem ersten Date, dass seine neue Bekanntschaft Veganerin ist. Im REWE Markt sucht ein Mitarbeiter mit ihm gemeinsam die richtigen Produkte aus dem großen veganen Sortiment aus, für das REWE jüngst die Auszeichnung als „veganfreundlichster Supermarkt 2021“ von PETA Deutschland erhalten hat. Die Begründung des Studenten lautet: „REWE ist mein Markt, weil auf ihn immer Verlass ist“.

REWE führt Vorteilskarte ein

Mit der Kampagne führt REWE zudem die Vorteilskarte neu ein: Mit nur einem Scan kann man ab sofort PAYBACK Punkte, App-Coupons und Treuepunkte per Smartphone sammeln und einlösen. Einfach in der App aktivieren und im Markt vor den Scannerarm an der Kasse halten. Während der Kampagne läuft zusätzlich das App-Coupon-Voting: Wöchentlich stehen Coupons zur Auswahl, über die man abstimmen kann. Der Coupon mit den meisten Stimmen ist in der Folgewoche im Markt einlösbar.



Youtube Video Poster

Die Übersicht mit allen Spots:

<https://www.rewe.de/service/playlist-dein-markt/>

Das verantwortliche Team:

Unternehmen: REWE Markt GmbH, Köln

Clemens Bauer, Leiter Marketing

Kreativ Agentur: thjnk Hamburg

Regie: Cadmo Quintero

Filmproduktion: Cobblestone

Musik: 2WEI Music GmbH

Mediaagentur: OMD Düsseldorf

Digital Kreation: REWE Marketing

Digital Media: REWE Marketing

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 26,5 Mrd. Euro (2020), bundesweit 161.000 Mitarbeitern und über 3.700 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.

Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2020 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 75 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 380.000 Beschäftigten in 22 europäischen Ländern präsent.

Für Rückfragen: REWE Unternehmenskommunikation, [presse@rewe.de](mailto:presse@rewe.de)