

28.02.2022

ja! - einfach, einprägsam, erfolgreich

REWE Kult-Eigenmarke ist „Seit 40 Jahren vom Leben getestet“



Als Helmut Kohl erstmals Bundeskanzler wurde, mit dem C64 der erste Heimcomputer erschien und Deutschland mit Nicole erstmals den Eurovision Song Contest gewann, arbeitete auch REWE in Köln an einer Premiere, deren Erfolg noch nicht abzusehen war: 1982 erscheint ja!. Blauer Schriftzug auf weißem Grund. Sonst nichts. Einfach, einprägsam, erfolgreich – inklusive späterem Kultstatus. Und das seit 40 Jahren. Heute ist ja! nicht nur eine der ältesten Eigenmarken, sondern auch die bekannteste. Aus den 28 Artikeln von einst ist das Sortiment auf über 1.000 Artikel gewachsen.

Kaum eine andere Marke hat Kund:innen über die Jahrzehnte so beständig begleitet und überzeugt: ja! gehört beim gemütlichen Fernsehabend dazu, ist Getränkebegleiter bei vielen Festivals, hat unzählige Hochzeiten begleitet und so manchen Nachbarn besänftigt. Von daher lautet der Claim der neuen zweiwöchigen Kampagne folgerichtig „Seit 40 Jahren vom Leben getestet. Immer günstig und super bewertet!“ Ein TV-Spot, [Link ergänzen] der auch online ausgespielt wird, sowie Plakate entführen nochmal zurück in die Zeit der 80er: Vokuhila, grelle Neonjacken und Röhrenfernseher lassen das Jahrzehnt kurz lebendig werden. Und damals wie heute stets mittendrin: ja!

Doch so wie sich Zeiten und Menschen verändert haben, geht auch ja! die Entwicklung mit. Von dem ikonischen blauen Schriftzug auf weißem Grund haben Logo und Farbgebung eine Evolution durchgemacht. Mittlerweile bekennt ja! Farbe, ohne den gelernten Schriftzug zu verlieren. „Wenn Kund:innen einer Marke über so lange Zeit ihr Vertrauen schenken, muss sie mit kontinuierlicher Qualität und einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugen. Dennoch darf eine Marke nie stehenbleiben, sie muss das geänderte Konsumverhalten und die gestiegenen Ansprüche aufnehmen. Auch im günstigen Preissegment wollen Kund:innen sich auf Qualität verlassen können“, sagt Clemens Bauer, Director REWE Marketing & Media. „Deswegen blicken wir in der aktuellen Kampagne nicht nur auf 40 erfolgreiche Jahre zurück, sondern zeigen damit, dass wir auch für die Zukunft viel in die Marke ja! investieren werden.“

ja! überzeugt zudem mit Qualität. Das beweisen kontinuierlich sehr gute Urteile und Noten von Stiftung Waren wie auch von Öko-Test. Auch die mehrere hunderttausend Mitglieder umfassende Community der REWE Produkttester:innen ist sich meistens einig – mit hohen Punktzahlen für ja!. Die Produkttester:innen sind Kund:innen, die sich freiwillig melden und daher unabhängig bewerten. Und wer sich jetzt selbst überzeugen will, kann sich direkt als **Produkttester:in** registrieren.

Das verantwortliche Team:

Unternehmen: REWE Markt GmbH, Köln

Clemens Bauer, Director Marketing & Media

Kreativ Agentur: thjnk Hamburg

Regie: Fatal Farm - Jeffrey Max

Filmproduktion: Cobblestone Filmproduktion GmbH

Musik: Ahoi Music

Mediaagentur: OMD Düsseldorf

Digital Kreation: REWE Marketing

Digital Media: REWE Marketing

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 26,7 Mrd. Euro (2021), bundesweit 161.000 Mitarbeitern und 3.700 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 2021 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund

77 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 380.000 Beschäftigten in 20 europäischen Ländern präsent.

Für Rückfragen: REWE Unternehmenskommunikation, presse@rewe.de