Pressmeddelande

12 november 2014

**Media Markts nya kommunikations-koncept - En smartare affär**

**Under våren inledde Media Markt i Sverige ett stort varumärkesarbete tillsammans med varumärkesbyrån LynxEye. Arbetet har nu resulterat i ett nytt kommunikationskoncept signerat Lowe Brindfors.**

Det nya konceptet ”En smartare affär” leker inte bara med idén att du alltid hittar ett bra erbjudande hos Media Markt. Det ska också påvisa att Media Markt ligger i framkant när det kommer till såväl sortiment som innovativa produkter. Konceptet ska inspirera och informera kunden om vad hemelektronik kan göra för att få en roligare och mer givande upplevelse och vardag.

– Självfallet kommer bra priser även fortsättningsvis vara viktigt i vår kommunikation, men vi visar nu även andra värden som vi vet är viktiga för våra kunder. Vi vill med glimten i ögat prata om teknikens idag väldigt självklara roll i våra liv, **säger Mia Lund Hanusek, Marknadsdirektör på Media Markt.**

En viktig del i Media Markts globala kommunikationsstrategi är att vara polariserande och skapa reaktioner och diskussion. Den första kampanjen har temat ”Naturen är tråkig” och syftar till att på ett skämtsamt sätt väcka eftertanke kring teknikens plats i vardagen. Lowe Brindfors är byrån som står bakom det nya konceptet i köpta kanaler och från och med onsdag rullas konceptet ut i TV, print, online och som DR.

– I det nya konceptet vill vi lyfta kommunikationen till något mer än bara pris och produkt och istället visa på insikter om vilken plats tekniken fyller i våra liv. Genom att skapa igenkänning från vardagliga situationer vill vi med humor visa hur teknik både kan underlätta och tillföra glädje i olika situationer i livet, **säger Nico Hasselström, vice VD och projektledare för uppdraget på Lowe Brindfors.**

**För ytterligare information vänligen kontakta:**Anna Sjödin | kommunikationschef | 08- 555 02400 | mail: press.sverige@media-saturn.comNico Hasselström | vice VD Lowe Brindfors | mail: nicolas.hasselstrom@lowebrindfors.se