



Rahmeninformationen zum Jubiläum

- Das Jahr 2010 ist für neckermann.de von großer Bedeutung und gleichzeitig ein wichtiges Signal an die Kunden.
- Die in den letzten Monaten entwickelten Maßnahmen zeigen Wirkung und verfehlen ihr Ziel nicht. In der zweiten Jahreshälfte – also zur Herbst-Winter-Saison - werden wir den Fokus auf unser zweites, diesjähriges Jubiläum setzen: „15 Jahre online“.
- Im **Online-Shop** ist das Jubiläum am auffälligsten durch den **Jubiläumsreiter** sichtbar. Hier findet der User ganz im Sinne einer integrierten Kundenkommunikation gebündelt alle Themen rund um das Jubiläum wie Gewinnspiele und weitere VKF-Maßnahmen und Jubiläumsangebote. Die interaktive Bühne auf unserer Homepage sowie die Bühnenteaser auf den Welteneinstiegsseiten ermöglichen die Nutzung zentraler Teaserflächen zur gleichzeitigen Kommunikation verschiedener (Jubiläums-) Themen. In der Erlebniswelt wird die übergreifende Marketingaktion „die möglichenmacher“ mit Teilnahmemöglichkeit und ausführlichen Informationen intensiv dargestellt.
- Auch der **Hauptkatalog** steht seit Anfang des Jahres ganz im Zeichen der Jubiläumskommunikation an unsere Kunden. Neben der Titelgestaltung finden sie im Hauptkatalog beispielsweise Artikel zu Jubi-Preisen. Artikel also mit einem besonders attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis. Auf den Einstiegsseiten wird außerdem die große möglichenmacher-Aktion promotet.
- In unserem Jubiläumsjahr treten wir sowohl mit **tollen Angeboten** als auch mit **besonderen Aktionen** die Beweisführung an, dass Neckermann es möglich macht. Dabei bedienen wir uns zweier Mechanismen:
 - Zum einen sind unsere Kunden aufgefordert, uns ihren **Wunsch** einzusenden. Wir werden in diesem Jahr viele eingesandte Wünsche unserer Kunden erfüllen und natürlich darüber berichten.
 - Zum anderen gibt es feststehende **Events**, bei denen wir Ungewöhnliches möglich machen. Für diese Events können unsere Kunden sich bewerben. Wir erfüllen so insgesamt eine Vielzahl von Wünschen in unserem Jubiläumsjahr.
 - Als beispielhafte Sortiments-Maßnahme ist der sehr erfolgreiche „Jubel-Sonntag“ in unserem Onlineshop zu erwähnen.
- Last but not least hatten wir Anfang des Jahres einen **Fernsehwerbespot** on air. Selbstverständlich wurde der Spot, wie viele andere Maßnahmen in diesem Jahr auch, unter das Jubiläums-Dachthema „die möglichenmacher“ gestellt.
 - Den Spot gibt es in vier Versionen: jeweils zwei Produkte aus dem Bereich Technik sowie zwei Produkte aus dem Bereich Mode spielen die Hauptrolle im Spot. Sie stehen stellvertre-



- tend für das breite Angebot und konkretisieren das ausgezeichnete Preis-Leistungs-Verhältnis von neckermann.de.
- Für den Spot haben sich unsere Kreativen etwas sehr Eindrucksvolles einfallen lassen: Im Stile eines Trailers für einen Kinofilm werden die Möglichmacher dargestellt und ihr neuester Coup präsentiert. Sprecher ist der Schauspieler Sky du Mont.
 - Unsere „**Jubiläumshelden**“, die Jubi-Produkte werden auf Grund der Maßnahmen wie Platzierung im TV-Spot, prominente Platzierung im Hauptkatalog und prominente Auslobung auf unserer Online-shop-Startseite sehr gut angenommen. Um nur ein Beispiel zu nennen: Die Nachfrage nach der Waschmaschine, die im Innen-Rücktitel des Hauptkataloges platziert ist und gleichzeitig eines der vier Produkte aus dem TV-Spot ist, übertrifft bei Weitem unsere Erwartungen. Die aktuelle Hochrechnung liegt im fünfstelligen Bereich.