



Pressemitteilung

Neukundengeschäft: Smyths Toys spielt bei Kreation und Media mit pilot Hamburg Spielwarenhändler führt nach Übernahme von Toys "R" Us in der DACH-Region neue Marke SMYTHS Toys ein

Hamburg, 7. Februar 2019. Neukundengeschäft für pilot. Die Hamburger Agentur sichert sich nach einem Pitch den Media- und Kurations-Etat des irischen Spielwarenhändlers Smyths Toys für die DACH-Region. Smyths Toys hatte Mitte letzten Jahres die Toys "R" Us-Landesgesellschaften in Deutschland, Österreich und der Schweiz übernommen und führt aktuell die neue Marke Smyths Toys Superstores in diesen drei Ländern ein. Die neu entwickelte Kampagne mit dem Leitgedanken „Macht die Welt zu eurem Spielplatz“ umfasst TV, Radio, Online, Digital-Out-of-Home sowie Beileger (Off- und Online). Ziel ist es, die neue Marke Smyths Toys Superstores in der DACH-Region bekannt zu machen und zu etablieren sowie den Traffic in den Saleskanälen der Marke zu steigern. Die Kampagne startete mit ersten regionalen Maßnahmen wie Digital out-of-Home und Funk Ende Januar, der TV-Spot und zahlreiche Creatives werden ab März on air gehen. Das Mediavolumen bewegt sich im zweistelligen Millionen Euro-Bereich.

Zentrales Element in der Kreation der Kampagne sind die gelben Würfel des Smyths Toys-Logos, die in den unterschiedlichen Kanälen spielerisch inszeniert werden. Außerdem hat pilot einen eingängigen Rap-Song für den Spielwarenhändler entwickelt, der als wiederkehrender Jingle im Rahmen verschiedener Werbemaßnahmen zum Einsatz kommt. Dieser auditive rote Faden soll eine schnelle Erkennbarkeit der Marke gewährleisten und eine emotionale Verbindung zur Zielgruppe herstellen. Die Kampagne richtet sich sowohl an Eltern, insbesondere die Mütter, als auch Kinder und wird sowohl national als auch regional für die über 90 Smyths-Standorte ausgesteuert.

„Überzeugt hat uns das enge Zusammenspiel von Media und Kreation: eine sehr konsequente, inhaltliche Vernetzung von beiden Disziplinen – für uns ein erheblicher Mehrwert!“, begründet Susanne Moormann, Director Marketing- & E-Commerce Central Europe bei Smyths Toys die Entscheidung für pilot. „Und natürlich haben sich auch die pilot-Konzeptideen positiv hervorgehoben – inklusive eines tollen, neuen Kampagnen-Claims für Smyths Toys. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit den piloten.“

Stefan Baller, Executive Creative Director, pilot Hamburg: „Eine komplett neue Marke einzuführen, ist immer eine besonders schöne Herausforderung. Und unser Konzept ist ein hervorragendes Beispiel für eine integrierte, ‚medienkreative‘ Kampagne – mit einem strategischen, visuellen und auditiven roten Faden über quasi alle Kanäle. Wir freuen uns sehr, diesen Weg gemeinsam mit Smyths Toys zu gehen.“

Evelyn Lüttgens, Geschäftsführerin pilot Hamburg erklärt die Herangehensweise bei der verzahnten Multichannel-Kampagne wie folgt: „Wir haben von Anfang an alle Gewerke an einen Tisch gebracht und die Kampagne gemeinsam entwickelt. Das Ergebnis ist eine wirklich integrierte Einführungskampagne für die neue Marke Smyths Toys. Alle Maßnahmen sind inhaltlich und medial aufeinander abgestimmt und bauen aufeinander auf – national, wie regional. Wir freuen uns riesig, dass wir den Zuschlag bekommen haben. Es zeigt uns, dass wir bei pilot mit unserem integrierten Ansatz richtig liegen. Das Silodenken bei derartigen Aufgabenstellungen ist vorbei – eine enge Zusammenarbeit von Media und Kreation dafür unabdingbar.“

„Ziel ist die Orchestrierung nationaler Medien und lokaler Kampagnen, die kommunikative Unterstützung der schrittweisen Umbenennung von Standorten und die damit verbundene Aufgabe, punktgenau Zielgruppen, Medien und Content auszutariieren“, ergänzt Wolfgang Nägele, Mitglied der Geschäftsleitung bei pilot Hamburg.

Über pilot (www.pilot.de)

pilot macht Werbung für das digitale Zeitalter. Eingebettet in Markt- und Werbeforschung spielen bei pilot die Bereiche Media, Kreation und Technologie nahtlos zusammen. Das Angebot der unabhängigen und inhabergeführten Agenturgruppe umfasst strategische Kommunikationsberatung, Mediaplanung und -einkauf (Klassisch/Digital), Programmatic Advertising, Kreation, Content Marketing, Bewegtbild-Produktion, Mobile und Social Media Marketing, Performance Marketing, geostrategisches Marketing, Markt- und Werbeforschung, Medien- und Industriekooperationen sowie Content und Technologien für digitale Screens.

Gestartet ist pilot 1999 als Mediaagentur für klassische und digitale Medien. Auch die Gestaltung und Produktion von Werbekampagnen war von Anfang an ein wichtiger Baustein des Leistungsspektrums. Bis heute entstehen an den Schnittstellen von Media und Kreation innovative, crossmediale Kommunikationsideen für Marken. Eine enge Vernetzung von Kompetenzen und Fachbereichen ist dabei entscheidend.

Heute arbeiten bei pilot über 400 Experten der unterschiedlichsten Spezialgebiete an den Standorten Hamburg, München, Berlin, Stuttgart und Nürnberg. Gemeinsam entwickeln sie Markenkommunikation, die nachweisliche Erfolge für Werbungtreibende bringt. Zu den Kunden der Agentur zählen namhafte nationale und internationale Unternehmen wie Bauer Joghurt, BORCO-Marken-Import, Conditorei Coppenrath & Wiese, Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Duravit, EnBW, Fidelity, Fisherman's Friend, Henkell & Co. Gruppe, Hochland, Jack Wolfskin, Melitta, mentos, Procter & Gamble, Radeberger-Gruppe, Reemtsma, Ritter Sport, Schwartauer Werke, Techniker Krankenkasse, Volkswagen Bank und Weleda. pilot ist Gründungsmitglied von Local Planet, einem globalen Verbund unabhängiger und inhabergeführter Mediaagenturen (www.localplanetmedia.com).

Bildmaterial der Kampagne stellen wir Ihnen gerne zur Verfügung

Für weitere Rückfragen:

pilot Hamburg

Stefan Baller
T 040 – 303766-416
E s.baller@pilot.de

pilot Hamburg

Evelyn Lüttgens
T 040 – 303766-22
E e.luettgens@pilot.de

dot.communications

Martina Euchenhofer
T 089 – 530 797-23
E m.euchenhofer@dot-communications.de