

Start zur Crossmedia-Kampagne 2016 von BRACK.CH

BRACK.CH schickt die Schweiz auf Expedition

Mägenwil, 29. Februar 2016 – Die neue Marketingkampagne von BRACK.CH heisst «Expedition Brack». Bis Ende Jahr bläst der Online-Fachhändler übers Fernsehen, im Print, im Web, an Events und auf Social Media zur Jagd nach dem «Brack». Zu gewinnen gibt es eine Reise für zwei Personen in den hohen Norden im Wert von 10'000.– Franken.

Tote Hose in der Eiswüste: Eine Frau und ein Mann hocken angeödet in einer Forschungsstation. Auf einmal schrillt eine Alarmsirene los, der Radar zeigt eine ungewöhnliche Signatur, und die beiden Forscher machen sich unverzüglich auf zur Einschlagstelle. Ein mysteriöses Leuchten geht vom Objekt aus, das sich bei näherer Betrachtung als ein «Brack» in Form eines Kühlschranks entpuppt. Fasziniert öffnen sie die Tür, und... – so endet der witzige BRACK.CH-Werbespot, der seit heute im Fernsehen zu sehen ist.



Fängt die Abenteuer- und Reiselust gut ein: das Key Visual zur Kampagne

Oscar-Nomination für den Regisseur

Dieser TV-Spot markiert den Beginn der Kampagne «Expedition Brack», die der Onlinehändler BRACK.CH crossmedial übers ganze Jahr hindurch ausspielt und die die Geschichte der beiden Forscher weiter erzählt. Gedreht wurde anfangs Jahr in Schweden. Patrik Eklund, der Regisseur, hat für einen seiner Kurzfilme, «Istället för Abrakadabra», 2010 eine Nominierung für den Oscar in der Kategorie «Bester Kurzfilm» erhalten.

Individualreise für zwei als Hauptgewinn

Kernstück der Kampagne ist im ersten Halbjahr die Microsite expedition-brack.ch. Die Besucher können hier am grossen Wettbewerb teilnehmen, indem sie auf einer Karte ein Fähnchen dort platzieren, wo sie den im Werbefilm gefundenen Kühlschrank-Brack vermuten. Zu gewinnen gibt es eine Reise für zwei Personen im Wert von 10'000 Franken, offeriert von Travelhouse, dem Schweizer Reisespezialist für

Individual- und Rundreisen. Besonderheit: Der Gewinner darf das Reiseprogramm aus Aktivitäten wie Huskysafari, Motorschlittenfahrt oder Schneeschuhwanderung selbst zusammenstellen.

Fortführung des Konzepts «dä Brack»

Die Gesamtkonzeption und die Kreation hat BRACK.CH auch in diesem Jahr der Agentur Freundliche Grüsse anvertraut. Die meisten Einzelmassnahmen werden wie immer durch BRACK.CH selbst konzipiert, orchestriert und grösstenteils im eigenen Haus umgesetzt. Konzeptuell entwickelt BRACK.CH 2016 weiter, was der Onlinehändler vor drei Jahren begonnen hat: Der eigentliche «Star» ist – nebst den menschlichen Protagonisten – auch in den neuen Spots der «Brack»: Ein Objekt mit BRACK.CH-Logo – kurz: «dä Brack» – steht in der Kampagne stellvertretend für eines der anderen 80'000 Produkte, die das Unternehmen rasend schnell aus dem eigenen, hochmodernen Logistikzentrum im luzernischen Willisau liefert. Diesmal ist die Wahl auf einen «Kühlschrank-Brack» gefallen, da BRACK.CH seit 2015 auch Haushaltsgrossgeräte liefert und dieses Sortiment 2016 massiv ausbaut. Ziele der Kampagne sind, die Bekanntheit von BRACK.CH weiter zu steigern und das Wissen um die bei BRACK.CH erhältliche Produktvielfalt zu erhöhen.

Die Macher

*Verantwortlich bei BRACK.CH: Markus Mahler (CEO),
Chris Gärtner (Marketing Manager), Patrick Hoerdts (Teamleiter MarCom)
Freundliche Grüsse (Agentur), Hobbyfilm (Filmproduktion), Jingle Jungle (Sounddesign).*

((3070 Zeichen))

Visuals: <http://info.brack.ch/presse/medienmitteilungen/Bilder/expeditionbrack/>

Microsite: <https://www.expedition-brack.ch/>

Werbespot: <https://www.youtube.com/watch?v=TD46U5M90Ik>

Newsroom: <http://www.brack.ch/news>

Fragen zu dieser Mitteilung?

Kontaktieren Sie bitte

BRACK.CH AG

Daniel Rei

PR-Manager

Telefonnr.: 062 889 60 30

E-Mail: daniel.rei@brack.ch

Twitter: [@reidan](https://twitter.com/reidan)

offizieller Titelsponsor



BRACK.CH – besser online einkaufen

Der Online-Fachhändler BRACK.CH AG mit Hauptsitz in Mägenwil AG gehört zur Competec-Gruppe. BRACK.CH ist einer der führenden Onlineshops der Schweiz und bietet 80'000 Produkte aus IT und Elektronik, Haushalt und Garten, Büro und Spielwaren an. Bei der mehrfach preisgekrönten Liveshopping-Community DayDeal.ch powered by BRACK.CH ergattern sich Schnäppchenjäger Tag für Tag ein Produkt zum besten Preis der Schweiz. Die Mitarbeitenden von BRACK.CH betreuen Privat- und Geschäftskunden sowie öffentliche Institutionen – auch nach dem Kauf zeichnen sie sich durch persönliche und kompetente Beratung aus. BRACK.CH verschickt seine Pakete klimaneutral und nach dem Motto «bis 17 Uhr bestellt, morgen geliefert – portofrei». Seit der Saison 2013/14 ist das Unternehmen Titelsponsor der BRACK.CH Challenge League, seit 2016 Hauptsponsor von Swiss Triathlon. <http://www.brack.ch>