

Doppelt ehrlich...

Problem

Deutschland ist vom Onlineshopping oft enttäuscht. Unklare Preise, schwacher Service und fehlende Transparenz prägen das Image vieler Anbieter. Galaxus positioniert sich dabei bewusst als ehrliche Alternative. „Deutschlands ehrlicher Onlineshop“ ist dabei kein Claim, sondern ein Versprechen. Genau dieses Versprechen soll unsere Kampagne „Doppelt ehrlich...“ sichtbar und spürbar machen.

Idee

Amazon, Otto, Saturn oder Temu sind in Deutschland allgegenwärtig und Galaxus' grösste Konkurrenz. Diese Bekanntheit nutzen wir bewusst. Unsere Headlines sind doppeldeutig formuliert. Sie funktionieren gleichzeitig als ehrliche Produktbeschreibung und als Seitenhieb auf die grössten Wettbewerber. So wird Galaxus' radikale Ehrlichkeit zur kreativen und bewusst kontroversen Mechanik. Direkt, trocken und mit Galaxus-Humor.

Umsetzung

Jedes Sujet zeigt ein Produkt, dessen Name identisch mit einem bekannten Wettbewerber ist. Die Headline basiert auf echten Reviews, Produktbeschreibungen oder unserer radikal ehrlichen Haltung. Dadurch entsteht eine Aussage, die sachlich stimmt und gleichzeitig, wie eine klare Botschaft an die Konkurrenz wirkt.

Mit dieser ehrlichen Provokation legen wir uns bewusst mit den Grossen an und zeigen: Galaxus spielt auf Augenhöhe. Nur ehrlicher.

 **GALAXUS**

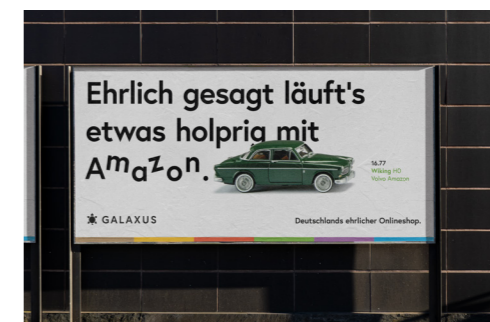


Ehrlich
gesagt ist
Prime
eine teure
Spielerei.

29.15
Transformers
Optimus Prime

 GALAXUS

Deutschlands
ehrlicher Onlineshop.



Deutschlands ehrlicher Onlineshop.