

Ausgangslage Die meisten Online-Shops arbeiten mit Fake-Rabatten, Countdown-Timern und Kaufdruck, weil sie vor allem den schnellen Checkout wollen und nicht den richtigen Kauf. Das Ergebnis sind Impulskäufe, Retouren und immer weniger Vertrauen. Kein Shop traut sich zu sagen: „Spar dein Geld. Du brauchst das nicht.“

Problem Galaxus ist Deutschlands ehrlicher Onlineshop. Nur wissen das die wenigsten oder fragen sich, was das überhaupt bedeuten soll. Der Claim existiert seit 2018, aber er wurde nie so konsequent gelebt, wie er klingt. Zudem stellt sich die Frage: Wie kann ein Onlineshop ehrlich sein? Und was hab ich davon? Genau hier setzt unsere Kampagne an.

Idee Galaxus bricht das oberste Gesetz des E-Commerce: Wir fragen dich, ob du das Produkt wirklich brauchst.

Statt Kaufdruck setzen wir auf Kaufberatung und statt Manipulation auf radikale Ehrlichkeit. Unsere Kampagne stellt die unbequeme Frage, die kein anderer Shop stellen würde: „Brauchst du's wirklich oder ist es nur gerade nice?“

Plakate zeigen Produkte, sowie einen QR-Code, der allerdings nicht zum Warenkorb führt, sondern zu einem Quiz. Drei gezielte Fragen. Eine ehrliche Antwort. Manchmal ist die Antwort: Ja, kauf's. Manchmal ist sie: Nein, spar dein Geld.

Beides ist Galaxus. Deutsche Direktheit. Radikal ehrlich.

Warum das funktioniert

- Radikale Differenzierung**
Wir sind der einzige Shop, der auch mal vom Kauf abrät.
- Involvement**
QR-Code + Quiz = aktive Auseinandersetzung statt passiver Werbung.
- Humor + Selbstironie**
Wir nehmen uns nicht zu ernst, aber die Ehrlichkeit schon.
- Langfristige Loyalität**
Wer uns beim „Nein“ vertraut, kauft beim „Ja“ garantiert bei uns.
- PR-Magnet:**
Ein Shop, der „Nein“ sagt, sorgt für Gesprächsstoff.

Das Ziel

Kurzfristig Maximale Awareness für „Deutschlands ehrlicher Onlineshop“ – erlebbar, nicht nur behauptet.

Langfristig Vertrauen als unschlagbares Marken-Asset etablieren. Wer bei Galaxus kauft, tut es mit gutem Gewissen, weil Galaxus ihn vorher ehrlich beraten hat.

Umsetzung



Touchpoint 1: Out-of-home Plakate

Jedes Motiv zeigt ein Produkt, sowie einen QR-Code, der zu einem Quiz führt. Kein Preis. Kein „Jetzt kaufen“. Nur die Frage, ein QR-Code – und die Einladung zur Wahrheit.

Brauchst du's wirklich?
Wie Galaxus mit radikaler Ehrlichkeit auch mal von einem Kauf abrät.

1. Startscreen

2. Quiz-Fragen

3. Ehrliche Antwortmöglichkeiten

4. Produktempfehlung auf der Galaxus Webseite



Touchpoint 3: Live-Stunts

Als Verlängerung der Kampagne werden in den grössten Städten Live-OOH platziert, die den Produktnutzen erlebbar machen.



Touchpoint 2: Interaktives Quiz

Die Frage auf dem Plakat weckt Zweifel. Das Quiz liefert die Wahrheit. Produktspezifische Fragen zu Nutzung, echtem Bedarf und aktueller Lebenssituation werden gestellt. Das eigene Konsumverhalten wird bereits durch die gestellten Fragen hinterfragt. Ergebnis: nein, ja oder schwierig mit [Produktspezifischer Begründung]

Kernbotschaft

Ehrlich währt am längsten.

Im Gegensatz zu anderen Onlineshops fragt dich Galaxus, ob du's wirklich brauchst und berät dich ehrlich, auch wenn die Antwort „Nein“ ist.

Online-Shopping braucht neue Werte. Wir setzen sie mit radikaler Ehrlichkeit.