

Roller

Neue Positionierung

Montag, 08.08.2022

Ab dem Herbst will Roller mit einer neuen Positionierung und einer neuen 360-Grad-Kampagne an den Start gehen. Vier Agenturen waren aufgefordert, Roller mit einer strategischen Neuausrichtung fit für die Zukunft zu machen. In einem mehrmonatigen Pitch hatte sich dann die Hamburger Agentur You durchgesetzt, welche schon seit 2015 für Roller arbeitet.

Um der Kundschaft möglichst viele Produktangebote zur Verfügung zu stellen, setzt Roller nach eigener Aussage alles daran ein besonderes Einkaufserlebnis zu bieten. So werde unter anderem auch ein gezieltes Auge auf die Bedürfnisse und Interessen der Kundschaft gerichtet, sich daran orientiert und weitgehend investiert. Mit der neuen Kampagne schaffe es Roller, sein starkes und erkennbares Image neu hervorzuheben.

Neujustierung der Marke Roller

Die stringente und durchdachte strategische Plattform der Agentur und deren Umsetzung in einem zukunftssträchtigen Konzept waren ausschlaggebend für den Gewinn des Etats bei Roller. „Die neue strategische Ausrichtung der Marke Roller und die Ideen für die Umsetzung als angebotsstarker Discounter und Wohlfühl-Brand ist You perfekt gelungen. Wir freuen uns, die Agentur weiterhin als starken Partner an der Seite zu haben“, betont auch Roller Geschäftsführer Marketing und Vertrieb Lars Hunger.

Derzeit beschäftigt sich die Agentur mit der Ausarbeitung des präsentierten Konzepts: Die Preiswürdigkeit des Discounters wird künftig mit dem Brand-Feeling glückliches Wohnen verknüpft: Roller soll zur preissensiblen Wohlfühlmarke werden. Damit werde den während der Pandemie gestiegenen Erwartungen an die Gestaltung der eigenen vier Wände als Wohlfühl-Ort Rechnung getragen.

In allen Kanälen präsent

Die 360-Grad-Kampagne wird über die Kanäle TV, Funk, Online sowie am POS ausgespielt. Den Auftakt macht die Herbstkampagne, die das neue Markengefühl reichweitestark kommunizieren wird.

Neue Positionierung