

UNTERNEHMER UND IHRE BUSINESSZIELE IM FOKUS: METRO STARTET NEUE INTERNATIONALE MARKENKAMPAGNE

1/2

- Neue internationale METRO Kampagne stellt Kunden noch stärker in den Mittelpunkt. Der neue Claim „Your Success is our Business“ unterstreicht den Anspruch der Marke
- Kunden aus mehr als 20 Ländern sind die Gesichter der neuen Kampagne: Sie haben ein klares Ziel für ihr jeweiliges Geschäft, bei dem METRO aktiv unterstützt
- Statement „We don't work for METRO. We work for millions of own businesses all around the globe.“ leitet die Kampagne ein

Düsseldorf, 28. Juni 2018 – Mit einer neuen internationalen Markenkampagne geht METRO als langjähriger Unterstützer von kleinen und mittelgroßen Unternehmern den nächsten Schritt, um diesen Ansatz noch stärker zu unterstreichen: Mehr als 20 Kunden aus über 20 Ländern sind die Gesichter der neuen internationalen Kampagne. METRO fördert sie nicht nur mit medialer Aufmerksamkeit, sondern auch bei der Realisierung ihres eigenen Geschäftsziels, das die Markenbotschafter sich gesetzt haben. Der Claim „Your Success is our Business“ wird so direkt in Taten umgesetzt. METRO unterstreicht mit diesem Markenversprechen sein Selbstverständnis, dass der Erfolg seiner Kunden im Mittelpunkt steht.

„Mit der Aussage "We don't work for METRO" starten wir stolz die neue internationale Markenkampagne von METRO. Denn eigentlich arbeiten wir nicht für METRO, wir arbeiten jeden Tag für den Erfolg von Millionen selbstständiger Unternehmer rund um den Globus. So unterstützen wir zum Beispiel Christa in Deutschland, die ihr Familienunternehmen digitalisieren will. Wir arbeiten für Dorian in Frankreich, der ein weiteres preisgekröntes Restaurant eröffnen möchte. Mehr als 20 Kunden aus verschiedenen METRO Ländern stehen im Mittelpunkt unserer Kampagne. Wir unterstützen und begleiten sie auf ihrem Weg zur Erreichung ihrer eigenen Unternehmensziele“, sagt Philippe Palazzi, Chief Operating Officer METRO AG.

METRO unterstützt seine weltweit über 21 Millionen Großhandels-Kunden mit Initiativen wie dem jährlichen Own Business Day oder digitalen Lösungen, die direkten Einfluss auf ihr operatives Geschäft haben, wie die Erstellung einer eigenen Website oder ein kostenloses Tool für Online-Reservierungen. Das Ziel dieser Maßnahmen ist, dass sich die selbstständigen Unternehmer stärker auf ihr Geschäft fokussieren können, inspiriert werden und mehr Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit erhalten.

Die neue Markenausrichtung wird Schritt für Schritt in der Markenkommunikation, den internen und externen Kommunikationskanälen und an den internationalen Standorten von METRO sichtbar sein. Alle Informationen zu den unterschiedlichen Gesichtern der Kampagne sowie METROs Initiativen für diese Unternehmer sind auf www.metro-cc.com/weworkforyou verfolgbar. Auf den lokalen METRO Webseiten sowie über die verschiedenen Social Media Kanäle erfahren Kunden und Interessierte in Videoclips und Interviews unter anderem, wie die Kampagnengesichter aus mehr als 20 Ländern bei der Erreichung der eigenen Businessziele von METRO unterstützt werden. Zum Beispiel bei der

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf

Eröffnung ihres nächsten Shops, dem Einsatz für nachhaltiges Catering oder bei der Neu-Erfindung von Street-Food.

2/2

Den Auftakt der neuen Markenkampagne machte der Teaser „We don't work for METRO“ an verschiedenen internationalen Standorten des Unternehmens. Dieses Statement zeigt den Markenkern von METRO, macht neugierig und inszeniert aufmerksamkeitsstark den Kick-Off der neuen Kampagne. Die Auflösung erfolgte über die verschiedenen internen und externen Kanäle. „Unser Statement ist mit Absicht provokativ. Durch die Auflösung stellen wir jedoch klar, dass der Erfolg unserer Kunden auf der ganzen Welt für uns immer im Mittelpunkt steht“, sagt Philippe Palazzi. „Wir arbeiten nicht für METRO, sondern für jeden einzelnen unserer Kunden – denn ihr Erfolg ist unser Business.“

METRO ist ein führender internationaler Spezialist für den Groß- und Lebensmittelhandel. Das Unternehmen ist in 35 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2016/17 erwirtschaftete METRO einen Umsatz von rund 37 Mrd. €. Das Unternehmen liefert maßgeschneiderte Lösungen für die lokalen und internationalen Bedürfnisse seiner Groß- und Einzelhandelskunden. Mit seinen Vertriebsmarken METRO/MAKRO Cash & Carry und Real sowie Belieferungsservices und Digitalisierungsinitiativen setzt METRO die Standards von morgen: für Kundenfokussierung, digitale Lösungen und tragfähige Geschäftsmodelle. Mehr Informationen unter www.metroag.de.

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 230361
40089 Düsseldorf

T +49 211 6886-4252
www.metroag.de
presse@metro.de
@METRO_News

Aufsichtsrat: Jürgen B. Steinemann, Vorsitzender
Vorstand: Olaf Koch, Vorsitzender
Christian Baier, Heiko Hutmacher, Philippe Palazzi

Sitz Düsseldorf
HRB Nr. 79055
Amtsgericht Düsseldorf