



**DUISBURG  
KONTOR**  
TOURISMUS // MÄRKTE // EVENTS

Pressemitteilung - Duisburg, 19. März 2019

## Starke Typen für die Duisburger Wochenmärkte

Neue Marketingkampagne zielt auf junges Publikum ab



Der städtische Wochenmarktbetreiber Duisburg Kontor möchte mit einer neuen Marketingkampagne in 2019 den Erfolg der Wochenmärkte in Duisburg sichern. Fast nirgendwo in NRW kann man wöchentlich so viele Märkte besuchen wie in der Ruhrmetropole – nämlich 59!

„Die Wochenmärkte in Duisburg sind gut aufgestellt. Dennoch schauen wir natürlich über den Tellerrand hinaus und sind stetig bestrebt auch andere Personengruppen für unsere Märkte zu begeistern. Deswegen werden wir in diesem Jahr eine neue Marketingoffensive starten.“, erklärt Duisburg Kontor-Geschäftsführer Uwe Kluge.

Gelingen soll das mit der Kommunikation der echten Alleinstellungsmerkmale der Wochenmärkte: den Menschen! Patrick Kötteritzsch, Marketingleiter bei Duisburg Kontor beschreibt die Ziele der Kampagne: „Wir wollen die starken Typen zeigen, die sympathisch sind und mit knackigen Sprüchen für Aufmerksamkeit sorgen können. Auf unseren Wochenmärkten hat man ein einzigartiges Einkaufserlebnis, das nicht mit dem Supermarkt vergleichbar ist. Hier erlebt man den Einkauf von Mensch zu Mensch.“



**DUISBURG  
KONTOR**  
TOURISMUS // MÄRKTE // EVENTS

Die besondere, persönliche Beziehung der Kunden zu ihren Wochenmarkthändlern wird augenzwinkernd und salopp in den Mittelpunkt gestellt. Die frechen Fragen wie „Suchst Du einen, der für Dich rumgurkt?“ oder „Magst Du Mädels, bei denen Du Gänsehaut kriegst?“ stellen in ihrer Doppeldeutigkeit die markanten Persönlichkeiten der Händler in den Fokus.

Uwe Kluge stellt heraus: „Auf dem Wochenmarkt trifft man

echte Typen, die eine tiefe Beziehung zu ihren Produkten aber auch zu ihren Kunden haben.“ Welcher Supermarkt kann das schon? Richtig: keiner.

Die Kampagne setzt sich aus Offline- und Online-Kommunikationsmaßnahmen zusammen, die orchestral miteinander verbunden sind. Im Stadtgebiet werden Großflächenplakate und Citylight-Plakate zu sehen sein. Dazu wird im Lokalradio mit einer originellen Funkspotkampagne das Thema witzig ergänzt. Online werden die Wochenmarkt-Surfer auf die Landingpage [www.duisburger-wochenmaerkte.de](http://www.duisburger-wochenmaerkte.de) geführt. Dazu werden sie auf den Social-Media-Kanälen Facebook und YouTube mit frischen Ideen und Making-of-Videos versorgt. Hier wird ein Blick hinter die Kulissen gewährt, die Models aus der Kampagne erklären dabei ihre ganz persönliche Beziehung zum Wochenmarkt.

Nicht ganz zufällig sind dabei die Tonalität der Kampagne und die Auswahl der Medien. Denn Kernzielgruppe der Maßnahmen sind junge Menschen zwischen 18 und 35, die Wert auf gesunde und nachhaltige Ernährung legen – und dabei ein echtes Einkaufserlebnis haben wollen, keinen seelenlosen Konsumtempel. Dabei darf Werbung nicht nerven, sondern soll unterhalten und für ein Lächeln im Alltag sorgen.

Passend zum **Start der Kampagne ab dem 26. März 2019** können sich die Besucherinnen und Besucher der Duisburger Wochenmärkte wieder auf kleine Geschenke freuen. Duisburg Kontor und die Marktbeschicker wollen die Kundschaft





**DUISBURG**  
**KONTOR**  
TOURISMUS // MÄRKTE // EVENTS

für ihren Besuch belohnen und werden zwischen dem 26. und 30. März täglich frische Einkaufstaschen an die Kundschaft verteilen. Weitere Informationen dazu sind auf [www.duisburger-wochenmärkte.de](http://www.duisburger-wochenmärkte.de) zu finden.

**Bildnachweis:** Duisburg Kontor

**Kontakt für Medienvertreter:**

Patrick Kötteritzsch, Telefon +49 (0)203 30525-27, E-Mail:  
[p.koetteritzsch@duisburgkontor.de](mailto:p.koetteritzsch@duisburgkontor.de)