



Hamburg, 18.05.2018

Pressemitteilung.

Altar Schwede! thjnk und IKEA bringen HARRY unter die Haube.

Eines der größten Medienereignisse des Jahres steht an – Prinz Harry heiratet! Schön für Meghan. Aber IKEA und thjnk finden: Nicht nur Miss Markle hat einen HARRY verdient, sondern auch Marie, Max und Co. Deshalb bekamen am 17.05.2018, zwei Tage vor der Royal Wedding, auch „Normalsterbliche“ die Chance, sich einen „Prinz HARRY“ zu sichern.

Der HARRY von IKEA verfügt zwar ebenfalls über eine noble Blässe, hat aber sonst nicht viel mit seinem berühmten Namensvetter gemein. Denn, welch Überraschung: Er ist ein Stuhl!

Den Stuhl konnten die Menschen – egal, ob Frau oder Mann – im Rahmen der Aktion „Marry HARRY!“ heiraten. Die Hochzeit fand im Einrichtungshaus IKEA Hamburg-Altona statt. Zugegeben nicht ganz die Kapelle vom Schloss Windsor, aber Publikum, Altar, Moderator, Musik und viel IKEA-Deko sorgten auch in Hamburg für royale Hochzeitsstimmung. Schließlich lief die Aktion unter dem aktuellen Kampagnen-Motto „Mit Deko ist geiler!“ und beweist – wie im TV-Spot „Rede“ zur aktuellen Kampagne –, dass mit der richtigen Deko jeder Ort eine Hochzeitslocation sein kann.

Und ganz im Stile vergangener royalen Hochzeiten gab es für die Bräute und Bräutigame auch eine Mitgift: Sie konnten den Stuhl HARRY über die Türschwelle tragen und gratis mit nach Hause nehmen.

Tobias Vogler, External Communication Manager, IKEA Deutschland: „Wir bei IKEA finden, dass jeder das Recht auf seinen HARRY und eine Traumhochzeit hat – schön, dass wir dieses Gefühl mit unseren Produkten im Rahmen von 'MARRY HARRY!' spielerisch anbieten können.“

„Unsere aktuelle Deko-Kampagne mit dem Aufhänger 'Hochzeit', ein IKEA-Produkt namens 'HARRY' und die royale Hochzeit – diese Kombination ist natürlich eine Einladung für freudvolle, besondere Kommunikation und macht den Besuch zu einem echten IKEA-Moment,“ so Hendrik Heine, Geschäftsführer, thjnk Berlin.

Realisiert wurde die Aktion im IKEA-Einrichtungshaus Altona mit der Eventagentur Initialwerk. Dokumentiert und filmisch begleitet wurde die Aktion von der Filmproduktion CFS und Pictima. Im kleineren Rahmen findet die Aktion vom 18.05. bis 19.05. in weiteren IKEA-Einrichtungshäusern statt.

Aufmerksamkeit für die Aktion schafft Publicis.Sapient zudem durch Verlängerung in den digitalen Kanälen von IKEA Deutschland auf Facebook und Instagram unter dem Hashtag #marryHARRY. Wer dort ein Selfie mit sich und HARRY postet, hat die Chance, eine von 10 IKEA-Geschenkkarten im Wert von 100 Euro zu gewinnen. Dabei arbeitet Publicis.Sapient nicht nur mit regulären Posts, sondern auch mit lokalen Facebook Ads sowie Instagram- und Facebook-Stories.

GGH MullenLowe verlängert die Aktion in weitere digitale Kanäle. Ein Newsletter informiert Abonnenten über Gewinnspiel und Gewinn, lokal ausgesteuerte Teaser ergänzen die Kommunikation.

Verantwortlich auf Kundenseite:

Country Marketing Manager:	Heiko Klauer
External Communication Manager:	Tobias Vogler
Verantwortlicher Projektleiter:	Max Bohne, Kathleen Döring
Projektteam:	Annabelle Gerhardt, Chantal Gilsdorf, Natanja Grün, Sonja Rozet, Dorothea Giese-James
Corporate Communications:	Chantal Gilsdorf

Verantwortlich auf Agenturseite thjnk Berlin:

Geschäftsführer Kreation:	Stefan Schulte
Creative Director Concept/Copy:	Sabine Kuckuck
Creative Director Art:	Anne Isert
Creative Copy Senior:	Benjamin Waldt, Malte Vogt
Creative Concept/Art:	Sophie Kearney, Stephan Nürge, Julian Ortlieb
Strategist Senior:	Stephan Friedrich
Geschäftsführer Beratung:	Hendrik Heine
Management Supervisor:	Maria Schwarz
Account Management:	Kerstin Hagg

Initialwerk GmbH:

Geschäftsführer:	Lars Hoffmeister
Projektmanagerin:	Eva Neumann

Verantwortlich auf Produktionsseite:

TV Producer (CFS):	Hermann Krug, Kristina Albrecht
Filmproduktion:	Pictima
Regie:	Florian Gregor
Kamera:	Lucas Pretzel & Lee Maas
Postproduktion:	Pictima

Verantwortlich auf Agenturseite Publicis.Sapient:

Community Manager:	Anne Rassner, Lena Elfrath
Creative Director:	Britta Schöffler
Concept Developer:	Camila Gomes
Project Assistant:	Zara-Diana Karamali
Client Executive:	Daniel Matanovic
Manager Program Management:	Ines Seitz
Senior Strategist:	Jay Boynton
Art Senior:	Katharina Günther, Amin Pourjavid
Account Delivery Lead:	Matthias Ott

Verantwortlich auf Agenturseite GGH MullenLowe:

Account Management:	Jana Nehls
Art:	Saba Mahmoodi
Copy:	Marco Czarnetzki, Anna Paulina Graf
Creative Direction:	Matthias Müller, Oliver Heidorn
Account Direction:	Natascha Mitulla, Lotte Strasburger
Development:	Lucas Feldtmann

Kontakt:

thjnk AG

Teresa Köster

Telefon: +49 30 408 1786-28

E-Mail: presse@thjnk.de