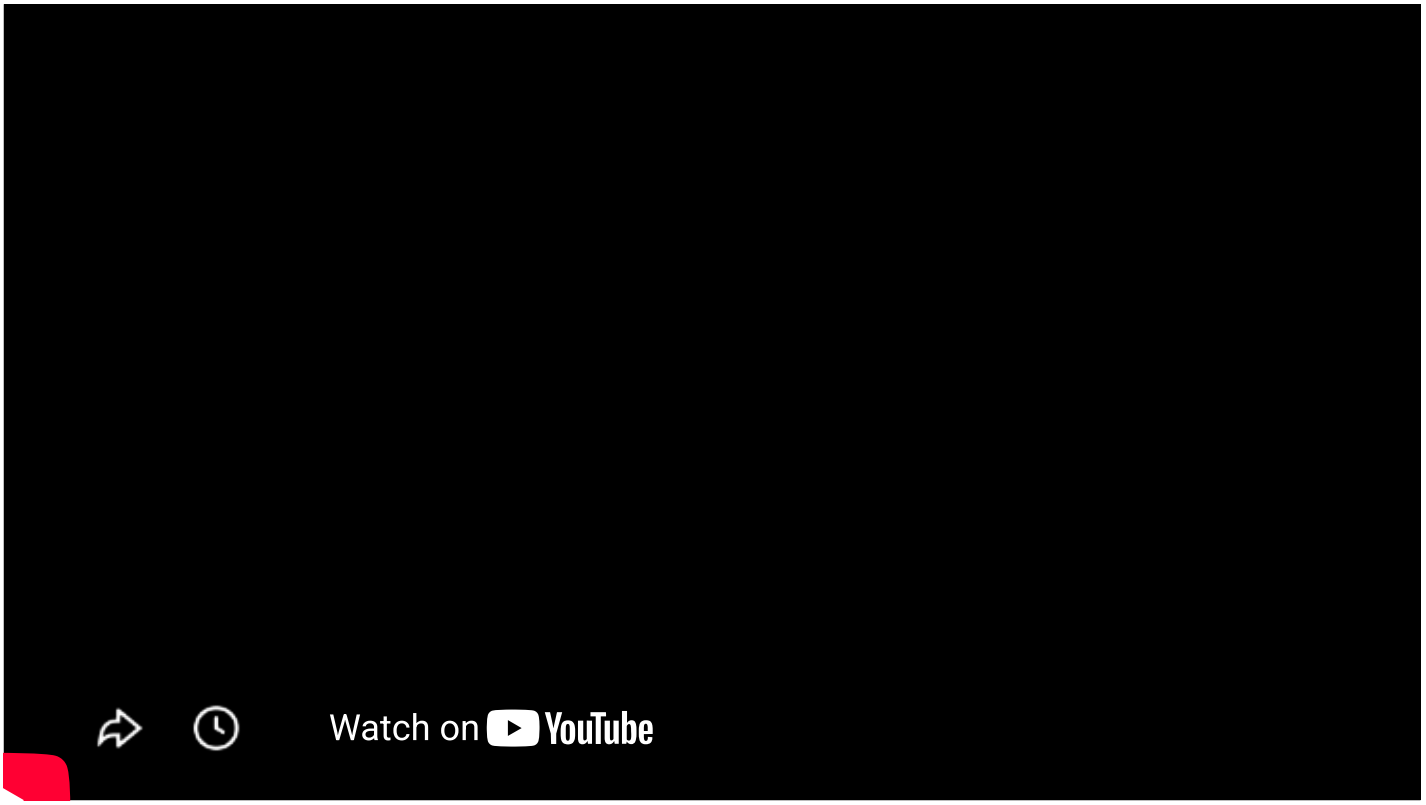
Montag, 2. November 2026, 14:40 Uhr CET

«Mega Random. Mega Deal.»: Überraschung als Kern von daydeal

Drei neue Spots zeigen, was Kund:innen an daydeal lieben: dass man nie weiss, was täglich um 9 Uhr aufpoppen wird.



▲ Wenn ein Deal selbst die Trauer unterbricht

Mägenwil, 2. November 2026 – **Seit 2009 überrascht daydeal seine Kund:innen täglich mit neuen Angeboten. Nun überrascht die Deal-Plattform des grössten unabhängigen Schweizer Onlineshops Brack mit einer neuen Kampagne. Diese steht unter dem Motto «Mega random. Mega Deal.», und rückt damit in den Mittelpunkt, was daydeal ausmacht. Die Kampagne entstand in enger Zusammenarbeit mit der Agentur Headstart Collective.**











Eine Geburt, ein Abschied, ein Tatort: Die drei Spots spielen in Momenten, in denen eigentlich das jeweilige Ereignis im Mittelpunkt stehen sollte. Doch genau dann taucht ein Deal auf, der so deplatziert wie unerwartet alle Aufmerksamkeit auf sich zieht. Die Protagonisten verhalten sich dabei wie unsere Tagesdeals selbst: mega random. Im ersten Spot sorgt ein Deal mitten in einem der emotionalsten Momente, der Geburt eines Babys, für zusätzliche Begeisterung. Im zweiten zieht er an einer Abdankung, wo eigentlich Trauer und Ernst den Ton angeben, plötzlich alle Blicke auf sich. Und im dritten bringt er die angespannte Stimmung bei der Spurensicherung an einem Tatort unerwartet zum Kippen. «Social Media lebt von Überraschungen; genau wie daydeal. Mit den drei Spots wollten wir bewusst mit Erwartungen brechen und Situationen schaffen, die so absurd sind, dass man einfach hängen bleibt. Schnell erzählt, mit einer guten Portion Humor und einem klaren Ziel: Aufmerksamkeit in den ersten Sekunden», so Nico Bellabarba, Co-Founder der Agentur Headstart Collective.









Customer Insights als Basis

Was nach Comedy-Timing aussieht, beruht auf einer Beobachtung aus der eigenen Community. Wer bei daydeal einkauft, kommt nicht wegen eines bestimmten Produkts, sondern liebt es, dass es gar kein fixes Sortiment gibt – damit verändert sich der Onlineshop quasi Woche für Woche komplett. «Wir haben unsere Kund:innen gefragt, was sie an daydeal mögen, und die Antwort war eindeutig: dass man nie weiss, was kommt», sagt Roman Reichelt, Chief Marketing & Communications Officer bei Brack.Alltron. «Am Montag ein iPhone, am Dienstag ein Blutdruckmessgerät, am Mittwoch ein Hometrainer. Diese Neugier lässt sich nicht auf später verschieben, und sie hält sich an keine Etikette.» Von IT & Multimedia über Haushalt & Wohnen bis hin zu Sport & Freizeit erwartet die Kund:innen jeden Tag eine vielfältige Auswahl an «random» Top-Angeboten zu attraktiven Konditionen.

Mit der Kampagne zeigt sich daydeal auch in aufgefrischtem Look. Logo, Farben und Typografie waren in die Jahre gekommen und wurden gemeinsam mit MetaDesign behutsam überarbeitet.

Die Spots sind ab 2. November auf diversen digitalen Kanälen zu sehen und begleiten daydeal bis Ende des Jahres.

Media Kit: Überraschung als Kern von daydeal
newsroom.brackalltron.ch

Über Brack.Alltron

Brack.Alltron – gemeinsam gestalten wir den Handel von morgen

Brack.Alltron besteht aus den Marken Alltron, Brack, Brack Business, DayDeal und Jamei sowie aus dem Logistikdienstleister Brack.Alltron Logistik. Die Unternehmensgruppe umfasst heute 1292 Mitarbeitende und hat 2025 einen Umsatz von 1,16 Milliarden Schweizer Franken erzielt.

brackalltron.ch

Kontakt für Medienanfragen zu dieser Mitteilung

Lukas Keller
Lead PR & Newsroom
publicrelations@brackalltron.ch
056 200 69 58

Link kopieren

https://newsroom.brackalltron.ch/274058-mega-random-mega-deal-uberraschung-als-kern-von-daydeal/