



## Presseinformation

### Damit Träume Wirklichkeit werden...

... muss man manchmal ein paar Dinge aus dem Weg räumen!

Lagerräume sind mehr als nur Quadratmeter zum Einlagern. Sie erzählen ganz persönliche Geschichten. Und oft helfen sie dabei, den kleinen Schritt zur Verwirklichung eines Traums zu machen. Das zeigt liebevoll die neue Kampagne von MyPlace-SelfStorage, die diesen Monat in Deutschland, Österreich und der Schweiz startet.

*Wenn Sie Interesse an einer Berichterstattung haben und wissen wollen, wie und warum Menschen Selfstorage nutzen, laden wir Sie herzlich ein, einen Termin mit uns zu vereinbaren. Wir zeigen Ihnen eines unserer Häuser, berichten aus dem Selfstorage-Alltag und vermitteln Kontakt zu verschiedenen Kundinnen und Kunden, die bereit sind, ihre Geschichten zu teilen.*

04.09.2023 – Sie stehen in fast jeder Großstadt: die Selfstorage-Häuser von MyPlace. Auf den ersten Blick wirken sie anonym. Doch in den großen Lagerhäusern verbergen sich unzählige, ganz persönliche und zutiefst emotionale Geschichten. Im TV-Spot zur aktuellen Kampagne blickt der Lagerraumanbieter hinter die charakteristisch blauen Abteiltüren und stellt die Menschen, die hinter den eingelagerten Schätzen stehen, in den Mittelpunkt.

Denn ob zu Hause oder im Büro, wir alle wünschen uns manchmal mehr Platz oder eine Möglichkeit, unsere Habseligkeiten einfach und sicher unterzubringen. Mit MyPlace-SelfStorage lässt sich Freiraum für vieles schaffen – maßgeschneidert und individuell.

#### Platz für Neues schaffen

Ob der Tänzer, der für ein eigenes Tanzstudio brennt, die werdende Mutter, die ein Kinderzimmer einrichten möchte, oder der Unternehmer, der in seinem Büro Platz für Ideen und Meetings schaffen will – sie alle haben eines gemeinsam: den Wunsch nach mehr Freiraum.

MyPlace-SelfStorage zeigt, dass es dabei um mehr als bloße Quadratmeter geht. Unter dem Leitgedanken „Damit Träume Wirklichkeit werden, muss man manchmal ein paar Dinge aus dem Weg räumen“ gewährt der neue TV-Spot einen Blick hinter die blauen Türen der Lagerabteile und zeigt die spannenden, oft sehr emotionalen Erlebnisse und Erinnerungen, die sich in Form der dort aufbewahrten Schätzen verbergen.



## Presseinformation

Mit der Agentur WIRZ hat MyPlace-SelfStorage einen starken Partner, der die Kampagnenentwicklung und -umsetzung hochprofessionell abgewickelt hat. Der niederländische Regisseur Job van As, der für den Filmdreh verantwortlich war, bringt es auf den Punkt: „Es war mir wichtig, die individuellen Geschichten zu erzählen, die in den Abteilen lagern. Jede\*r von uns hat Träume und Wünsche, und oft ist es nur ein kleiner Schritt, sie wahr werden zu lassen. Diese Verwirklichung wollten wir mit dem Film visualisieren.“

Hans Cepko, Kreativ-Direktor der WIRZ Werbeagentur, zum Konzept: „Ich brauche mehr Platz – das war uns zu wenig. Wir wollten das „für“ in den Fokus stellen. Ich brauche mehr Platz für... Denn darin liegt die ganze emotionale Kraft und Motivation, persönlichen Freiraum zu schaffen.“

Mila Kostadinova, Head of Marketing bei MyPlace-SelfStorage, ist sehr zufrieden mit dem entstandenen Ergebnis: „Der gesamte Entstehungsprozess der neuen Kampagne war eine Reise. Über all die Jahre – im kommenden Jahr wird MyPlace 25 Jahre alt – haben wir unendlich viele Einblicke in die Welt unserer Kund\*innen gewonnen und die vielfältigen Gründe kennengelernt, die sie zu uns führen. Für über 40.000 aktive Kunden sind wir mehr als nur ein Lagerraumanbieter. Wir ermöglichen es ihnen Raum für das Wesentliche im Leben zu schaffen. Diese Kampagne soll das vermitteln und andere dazu inspirieren, Platz für ihre ganz individuellen Träume zu schaffen.“

### Über 50.000 Lagerräume in DACH – eine Schatztruhe voller Geschichten

In den insgesamt 62 MyPlace-Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz verbergen sich die unterschiedlichsten Dinge und ihre Geschichten: Kinderspielzeug, von dem man sich nicht trennen kann, Bücher, die wir immer wieder lesen wollen oder die Campingausrüstung für das nächste Outdoor-Abenteuer. Vieles wollen wir behalten, auch wenn wir dafür zu Hause eigentlich keinen Platz haben. Die über die Jahre hinweg angehäuften Besitztümer sind oft mehr als reine Gebrauchsgegenstände. Sie sind verbunden mit Lebensgeschichten und Erinnerungen und besitzen einen hohen ideellen Wert. Hinter den circa 50.000 blauen Abteiltüren schlummern 50.000 einzigartige Geschichten, die darauf warten, erzählt zu werden. Und hinter jeder Geschichte steckt ein Mensch, der mithilfe von MyPlace den Raum gefunden hat, um neuen Träumen und Erinnerungen Platz zu schenken.

### Über 280.000 Quadratmeter Lagerfläche

MyPlace hat diesen Bedarf an Platz schon vor fast 25 Jahren erkannt und seitdem in insgesamt 15 Städten im DACH-Gebiet insgesamt 62 Standorte eröffnet. Von 1 bis 50 m<sup>2</sup> bietet MyPlace-SelfStorage hochwertige Lagerabteile an. Dabei werden alle damit verbundenen Rundum-Leistungen und -Lösungen sowohl für Privatkund\*innen als auch für Gewerbetreibende angeboten.



## Presseinformation

Und es soll noch mehr Platz geschaffen werden. Die Bewohnerinnen und Bewohner der MyPlace-Regionen sollen innerhalb von zehn Autominuten eine Möglichkeit haben, ihre Gegenstände in einem MyPlace-Standort einzulagern – das hat sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt. Der Lagerraumanbieter plant daher eine Erweiterung seines Filialnetzes auf insgesamt 100 Häuser bis 2025: Der Bau von fünf neuen Häusern ist in Berlin geplant, in Graz und Wien wird es jeweils einen neuen Standort geben. Aber auch die Expansion in neue Regionen wie Bremen und Dresden ist bereits im Gange. Geplant sind außerdem Standorte in Düsseldorf, Fürth und Innsbruck.

### **MyPlace-SelfStorage**

MyPlace-SelfStorage ist mit derzeit 62 Standorten, rund 50.000 Lagerabteilen, circa 280.000 Quadratmetern Lagerfläche und 34 Prozent Marktanteil in Deutschland, Österreich und der Schweiz Marktführer im deutschsprachigen Raum.

In den USA ist Selfstorage, das „Selbsteinlagern“, schon seit über 60 Jahren etabliert. Im deutschsprachigen Raum übernahm MyPlace-SelfStorage vor 25 Jahren eine Vorreiterrolle. Die flexible Vermietung von privaten Lagerräumen in Großstädten schloss eine neu entstandene Marktlücke: das Bedürfnis nach mehr Platz.

Aufgrund des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Erfolgs ist das Phänomen Selfstorage mittlerweile auch in den Fokus der Forschung gerückt: In wissenschaftlichen Arbeiten wird das Thema unter anderem aus sozial- oder wirtschaftswissenschaftlicher Sicht betrachtet und beispielsweise der Selfstorage-Markt und die Gründe für den Bedarf an Stauraum untersucht: [www.myplace.de](http://www.myplace.de) und [www.myplace.eu/platzprofessor](http://www.myplace.eu/platzprofessor).