



P R E S S E M E L D U N G

EURONICS greift nach den Sternen

Europas größte Verbundgruppe für Consumer Electronics stellt ab April ihre gesamte Kommunikation nach innen und außen unter eine neue Leitidee.

Ditzingen im Mai 2012. EURONICS startet die nächste Stufe in der Marken- und Kampagnenkommunikation. Zukünftig werden alle zentralen Marketing-Aktivitäten unter dem Motto „Nur das Beste bekommt den Stern“ stehen. Hinter der neuen Markenbotschaft steht der Anspruch von EURONICS, ihren Kunden, Industriepartnern und Händlern immer das Beste aus der Elektronik-Branche zu bieten.

Key Visual für die Botschaft ist der gelbe Stern, der EURONICS best-of-Produkte kennzeichnet und als Leitelement in allen Kommunikationsmitteln eingesetzt wird. Bisher beweist EURONICS den best-of-Anspruch gegenüber Kunden mit den sogenannten Superlativ-Angeboten – Top-Produkten mit herausragenden Eigenschaften, die in TV, Print und Online beworben werden. Die neue Kampagne bündelt das reine Produktversprechen jetzt in einem übergreifenden und langfristigen Markenversprechen, welches die Kernaussage der Marke schlagkräftig zusammenführt und zu einer Leitidee für alle Maßnahmen und Zielgruppen erweitert. „Verbrauchern kommt es längst nicht nur auf den Preis an, sondern auf das perfekte Paket aus besten Produkten, bester Beratung und bestem Service“, erklärt Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der EURONICS Deutschland eG.

EURONICS beantwortet dieses Bedürfnis mit der neuen Kampagne und macht damit ihren bestehenden Claim „best of electronics!“ noch greifbarer. Mit der neuen Botschaft „Nur das Beste bekommt den Stern“ werden neue TV-Formate gelauncht. Den Auftakt macht ab 28.04. ein eigenständiger Markenspot. Ab Mai werden zudem Markenspots mit integrierten Produkten und reine Produktpots mit einem neuen Markenintro geschaltet. Darüber

hinaus werden Online- und Print-Maßnahmen die neue Botschaft tragen, auch die Produkte am POS werden hier besonders inszeniert. „Mit der neuen Kampagne kommunizieren wir ein klares und differenzierendes Versprechen der Marke EURONICS und verleihen ihr darüber ein geschärftes Profil, womit wir noch attraktiver für unsere Kunden und Partner werden wollen.“, so Kober.



BU: „Nur das Beste bekommt den Stern“ das gilt auch für die qualifizierte Beratung bei EURONICS wie im aktuellen TV-Sport zur Kampagne auf humorvolle Art verpackt.

Zu EURONICS:

Die neuen Technologien wie HD-TV, DVD-Recording, Telekommunikation und tragbare Computer gehören gleichermaßen zum Sortiment wie die konventionellen Produkte der Unterhaltungselektronik und der Sparte Haushaltsgeräte. Die Genossenschaft zählt in Deutschland rund 1.800 Mitglieder an mehr als 1.900 Standorten mit rund 12.000 Mitarbeitern. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot, individuelle Beratung und qualifiziertes Fachpersonal sind die gemeinsamen Kennzeichen der zumeist inhabergeführten mittelständischen Fachgeschäfte und Fachmärkte. Mit einem Gesamtumsatz von 4,0 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2009/2010 ist EURONICS der zweitgrößte Marktteilnehmer der Branche in Deutschland.

Die EURONICS Deutschland eG ist Partner des europäischen Einkaufs- und Marketingverbundes EURONICS International mit Sitz in Amsterdam. Aktuell ist die Verbundgruppe mit mehr als 11.000 Standorten in Europa aktiv und erzielte 2010 einen Gesamtumsatz von 15,1 Milliarden Euro. Mehr als 50.000 Mitarbeiter sind in den rund 6.400 Mitgliedsunternehmen beschäftigt. In Europa ist EURONICS die größte Verbundgruppe der Branche.

www.euronics.de

Für weitere Informationen:

1. EURONICS Deutschland eG
Cornelia Bonow
Tel.: 0 71 56 / 933 1403
2. Engel & Zimmermann AG, Unternehmensberatung für Kommunikation
Björn Seeger
Schloss Fußberg, Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Tel. 0 89/89 35 63 3, Fax 0 89/89 39 84 29
E-Mail: info@engel-zimmermann.de