

PRESSEMITTEILUNG

EURONICS Kampagne: Service im Blick und neues Logo im Bild

Neues Logo und Claim „Für Dein bestes Zuhause der Welt“ zum ersten Mal in der TV-Werbung / Image-Kampagne unterstreicht Service-Orientierung und regionale Kundennähe / EURONICS wirbt mit dem Slogan „Bis zu 500 Services, immer in Ihrer Nähe“ im TV, Radio und digitalen Kanälen / Ausspielung der Spots von April bis Dezember geplant

Ditzingen, 01. April 2020 – Die neue, deutschlandweite Kampagne zeigt wie nah EURONICS an den Wünschen seiner Kunden ist. Denn in Zeiten, in denen alle Produkte durch einen einzigen Mausklick online bestellt werden können, braucht es im Einzelhandel vor allem persönlichen und kompetenten Service. Das umfangreiche Service-Portfolio mit über 500 individuellen Servicedienstleistungen wird in einer humorvoll dargestellten Familiensituation im TV-Spot, der unter folgendem [YouTube-Link](#) abrufbar ist, sowie mehreren Radio-Spots in Szene gesetzt. Die Angebote reichen von der Lieferung und Montage über Entsorgung sowie Recycling bis zur Einrichtung des smarten Zuhauses. Der Kampagnen-Slogan bringt die Botschaft auf den Punkt: „Bis zu 500 Services, immer in Ihrer Nähe“.

EURONICS tritt im Rahmen der Kampagne zum ersten Mal mit neuem, modernen Corporate Design sowie überarbeitetem Logo und dem kundenorientierten Claim „Für dein bestes Zuhause der Welt“ auf. „Wir wissen, dass unsere starke Kundenorientierung seit jeher den größten Mehrwert bietet. Sie ist fester Bestandteil unserer DNA. Das haben wir nun authentisch und mit einem Augenzwinkern in unsere neue Kampagne übersetzt. Die Wertschöpfungsmöglichkeiten, die durch unsere umfassenden Kundenservices entstehen, sollen neben dem Warenhandel den wirtschaftlichen Erfolg und profitables Wachstum der Mitglieder sicherstellen“, erklärt Jochen Mauch, Chief Digital Officer der EURONICS Deutschland eG. Er ergänzt: „Wir kombinieren das neue Corporate Design inklusive Logo und Claim nun mit den Zukunftsthemen Services, Dienstleistungen und Kundendienst. Diese Themen sind besonders wichtig in der aktuellen Situation, in der wir nach wie vor mit Beratung über Telefon und Chat sowie Liefer-, Anschluss- und Reparatur-Services für unsere Kunden da sind. Eine gelungene Kombination, die in Wort und Bild zeigt, wohin sich EURONICS entwickelt.“

PRESSEMITTEILUNG

Die Kampagne wird im Aktionszeitraum von April bis Dezember auf reichweitenstarken TV-Sendern wie ARD, RTL oder VOX beworben. Darüber hinaus setzt die Verbundgruppe auf die Platzierung von Radio-Spots in regionalen und überregionalen Sendern. Für Online-Präsenz sorgen Werbebanner und Bumper Ads auf unterschiedlichen Plattformen und Websites sowie verstärkte Social-Media-Aktivitäten.

Für die Kreation der neuen Kampagne zeichnet sich erneut die Hamburger Werbeagentur Grabarz & Partner verantwortlich. Die Vermarktung liegt bei der Mediaagentur JOM. Bei EURONICS verantwortet Elke Bertsch, Leiterin Marketingkommunikation, Kreation und Media der Kampagne.

„Mit den neuen Spots setzen wir auf das, was die Endkonsumenten sich nur allzu oft wünschen: einen ordentlichen Service. Gleichzeitig ist Servicequalität genau das, was EURONICS ausmacht. Das haben wir mit Humor in einer Geschichte verpackt, mit deren Kern sich die allermeisten von uns identifizieren können“, so Norman Scholl, Creative Director von Grabarz & Partner.

Weiteres Kampagnen-Material finden Sie unter folgendem [Link](#) zum Download.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

LoeschHundLiepold Kommunikation
Sabina Howacker
Tel.: 089/ 72 01 87 18
E-Mail: euronics@lhlk.de

EURONICS Deutschland eG
Tanja Hilpert
Tel.: 0 71 56 / 933 1403
E-Mail: presse@euronics.de

Über EURONICS:

OLED-TV's, Smart Wearables, Smart Home und Haushaltsgeräte mit höchster Energieeffizienz gehören gleichermaßen zum Sortiment der EURONICS Fachhändler wie die konventionellen Produkte der Consumer Electronics. Die Genossenschaft zählt in Deutschland rund 1.316 Mitglieder an 1.466 Standorten mit rund 11.000 Mitarbeitern. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot, individuelle Beratung und qualifiziertes Fachpersonal sind die gemeinsamen Kennzeichen der zumeist inhabergeführten, mittelständischen Fachgeschäfte und Fachmärkte. Der zentral regulierte Umsatz der EURONICS Deutschland eG betrug im Geschäftsjahr 2017/2018 1,47 Milliarden Euro.

Die EURONICS Deutschland eG ist Partner des europäischen Einkaufs- und Marketingverbundes EURONICS International mit Sitz in Amsterdam. Aktuell ist die Verbundgruppe mit mehr als 8.800 Standorten in Europa aktiv und erzielte 2017 einen Gesamtumsatz von 19,1 Milliarden Euro. Mehr als 50.000 Mitarbeiter sind in den rund 5.500 Mitgliedsunternehmen in 35 Ländern beschäftigt. In Europa ist EURONICS die größte Verbundgruppe der Branche.

www.euronics-deutschland.de