

## PRESSEMITTEILUNG

### **EURONICS startet 360°-Kampagne mit Nationaltorhüterin und Markenbotschafterin Almuth Schult**

**Als Sponsoringpartner des UEFA Women's Football demonstriert EURONICS in gemeinsamer Kampagne mit Almuth Schult herausragende Kundennähe und Leidenschaft für den Frauenfußball.**

**Ditzingen, 07. April 2022** – EURONICS hat die aktuell wohl bekannteste und erfolgreichste deutsche Fußballerin Almuth Schult als Markenbotschafterin gewonnen und sie ins Zentrum einer neuen, deutschlandweiten Kampagne gestellt. Den Rahmen für die Kooperation bildet das laufende Engagement der EURONICS Group für den Frauenfußball. Die internationale Verbundgruppe, zu der auch EURONICS Deutschland gehört, hatte bereits im vergangenen Jahr einen Vierjahres-Sponsoringvertrag mit der UEFA abgeschlossen. Flankiert wird die multimediale Kampagne mit der Profisportlerin von einer fünfteiligen Podcastreihe, die kurzweilige Gespräche und gesellschaftsrelevante Themen verspricht.

#### **Kreation von Grabarz & Partner setzt Fokus auf Kundennähe**

Im Mittelpunkt der Marketing-Maßnahmen stehen zwei kurze Image-Spots (Link zu den Videos: [Spot 1](#) / [Spot 2](#)), in denen auf humorvolle Art und Weise die Interaktion zwischen dem EURONICS Berater und Almuth Schult als Kundin inszeniert wird. Dabei wird eine große Stärke der EURONICS deutlich: die Nähe zu den Kunden – und die Bereitschaft, auch die „Extrameile“ für den Kunden zu gehen. Neben der vertrauensvollen Kundenbeziehung transportiert der Spot zudem, wie stolz man bei EURONICS darauf ist, den Frauenfußball zu unterstützen. *„Ich freue mich sehr, Markenbotschafterin von EURONICS zu sein. Es ist nicht selbstverständlich als Fußballerin in Deutschland einen so großen Partner zu haben. Die Fachmärkte und Fachgeschäfte von Euronics zeichnen sich durch Regionalität und vertrauensvollen Service aus, worauf ich selbst viel Wert lege“*, so Almuth Schult über ihre Kooperation mit EURONICS. *„Das Engagement von Euronics als UEFA-Sponsor im Frauenfußball finde ich herausragend und freue mich, es voll und ganz unterstützen zu können. Zudem gewinnt durch die Kampagne auch der weibliche Teil des Fußballs in Deutschland mehr Sichtbarkeit.“*

## **PRESSEMITTEILUNG**

In sieben Flights wird die Kampagne auf den Sendern RTL, VOX und ARD zu sehen sein sowie deutschlandweit von Radiospots, Online- und Social Media-Aktivitäten sowie Angebotsflyern begleitet.

Für die Kreation der TV- und Radiospots zeichnet unter der Leitung von CD Alexander Baron die Hamburger Werbeagentur Grabarz & Partner verantwortlich. Die Produktion hat Cobblestone (Regie: Fabian Epe) übernommen, die Vermarktung obliegt der Mediaagentur JOM.

### **Kooperation mit Mehrwert: interessante Talks im eigenen Podcast**

Zudem geht zum Kampagnenstart am 7. April mit der Podcastreihe „Radio Schult@EURONICS“ ein weiterer zentraler Bestandteil der sportlichen Kooperation live. In fünf Episoden sprechen EURONICS Händler:innen mit Almuth Schult über die Themen Fußball, Diversität, Gleichberechtigung und natürlich Elektronik. Moderiert wird der Podcast von Wolfgang Kröper, Geschäftsführer Betriebskultur, vielen schon als Host des EURONICS Händler Podcasts „Nah + Da“ bekannt. Der Podcast wird auf allen gängigen Podcast-Kanälen abrufbar sein (Link zum Podcast: <https://radio-schult-euronics.podigee.io/1-neue-episode>)

Auf Seiten EURONICS verantworten Jochen Mauch, Chief Digital Officer (CDO), sowie Elke Bertsch, Leiterin Marketingkommunikation, die 360°-Kampagne. *„Die Kooperation mit der großartigen Almuth Schult setzt unserem Engagement für den UEFA Frauenfußball die Krone auf. Es macht uns nicht nur stolz, mit Schults beeindruckender Persönlichkeit für uns werben zu dürfen, sondern auch dem Frauenfußball und insbesondere der UEFA Women's EURO eine zusätzliche Plattform bieten zu können“*, sagt Elke Bertsch, Leiterin Marketingkommunikation. *„Mit der Kampagne und insbesondere den Spots ist es uns gelungen, auf witzige und charmante Art und Weise zu zeigen, was unsere größte Stärke ist: Die Nähe zu unseren Kundinnen und Kunden.“*

### **Zum UEFA-Sponsoring der EURONICS Group**

Der im Wirtschaftsraum EMEA führende Handelsverbund für Consumer Electronics EURONICS Group ist offizieller Sponsor aller UEFA-Frauenfußballwettbewerbe. Damit steht die EURONICS Group in einer Reihe mit zahlreichen globalen Marken, die den Frauenfußball innerhalb der UEFA unterstützen. Zu deren Wettbewerben gehören die UEFA Women's

## **PRESSEMITTEILUNG**

Champions League sowie die Women's EURO 2022 und 2025. Die EURONICS Group und ihre Mitgliedsverbände sind außerdem stolze Partner der Kampagne „Together #WePlayStrong“.

### **Für weitere Informationen wenden Sie sich an:**

LHLK Agentur für Kommunikation  
Sarah Glas  
Tel.: 089/ 72 01 87 28  
E-Mail: [euronics@lhlk.de](mailto:euronics@lhlk.de)

EURONICS Deutschland eG  
Tel.: 0 71 56 / 933 1401  
E-Mail: [presse@euronics.de](mailto:presse@euronics.de)

### **Über EURONICS:**

Immer nah am Kunden. Mit persönlicher Beratung und dem besten Service an rund 1.294 Standorten mit über 1.200 Mitgliedern in ganz Deutschland. Dafür steht die EURONICS Deutschland eG mit ihrem Claim „Für dein bestes Zuhause der Welt“. Durch die breitvernetzte Infrastruktur bietet EURONICS neben dem umfangreichen Portfolio an Consumer Electronics und Home Appliances auch Service- und Dienstleistungen auf höchstem Niveau – vor Ort im stationären Handel, zu Hause beim Kunden und online auf [www.euronics.de](http://www.euronics.de).

Ein hohes Maß an Expertise und herausragende Beratungskompetenz gehören ebenso zum Markenkern wie regionale Verbundenheit, ein innovatives Multichannel-Konzept sowie eine konsequente Zukunftsstrategie. Mit dem exklusiven Vertrieb des Always U5 in Deutschland verkauft EURONICS als erster Elektronikhändler seit 2020 auch E-Autos und startet damit in ein neues Zeitalter der Elektromobilität. Hinzu kommen weitere E-Mobility-Produkte – vom nachhaltigen E-Speicher bis zur Ladeinfrastruktur. In Kombination mit zahlreichen Angeboten rund um Energieeffizienz und dem neu geschaffenen Warenbereich „Erneuerbare Energien“ etabliert sich EURONICS als führender Elektronikhändler beim Thema Energiewende.

Im Geschäftsjahr 2020/2021 erwirtschaftete die EURONICS Deutschland eG so einen Zentralumsatz von 1,58 Milliarden Euro. EURONICS Deutschland ist Teil des Einkaufs- und Marketingverbundes EURONICS International mit Sitz in Amsterdam. Mit mehr als 8.500 Standorten und rund 27 nationalen Einzelhandelsorganisationen in 35 Ländern erzielte die Verbundgruppe 2020 einen Jahresumsatz von 21,5 Milliarden Euro und zählt zu den Vorreitern der Branche.

[www.euronics-deutschland.de](http://www.euronics-deutschland.de)