

PRESSEMITTEILUNG

EURONICS spricht Euronisch: Start der nationalen Marketingkampagne

Die Verbundgruppe entwickelt im Zuge der neuen deutschlandweiten Marketingkampagne die eigene Sprache Euronisch und zeigt mit Witz und Humor, wie einfach Kundenkommunikation sein kann

Ditzingen, 29. März 2023 – Am 30. März startet bundesweit die neue Marketingkampagne der EURONICS Deutschland eG. Im Zentrum stehen zwei TV-Spots, die die Verbundgruppe gemeinsam mit der Werbeagentur Grabarz & Partner umgesetzt hat. In den Spots wird Euronisch als neue Sprache eingeführt, die EURONICS Mitarbeiter und Kunden sprechen und verstehen. Die Botschaft: Service und Beratung gelingen mit der aus dem Sound-Logo abgeleiteten Sprache reibungslos.

Markenbotschafterin Almuth Schult zeigt sich sprachbegabt

Die neue, deutschlandweite Kampagne demonstriert, wie EURONICS auch im Zeitalter des Online-Handels ein nahbarer Partner bleibt, der die Sprache seiner Kundinnen und Kunden spricht. Beide Spots der Kampagne zahlen auf diesen Gedanken ein: Die Protagonistin des ersten Spots, niemand geringeres als die deutsche Fußballtorhüterin Almuth Schult, weiß ganz genau, was der EURONICS Service-Mitarbeiter mit „eudedeudeu“ meint, als er die Waschmaschine liefert. Und auch das Ehepaar aus dem zweiten Spot freut sich über das neue TV-Gerät, das die EURONICS Mitarbeiterin fachkundig auf Euronisch präsentiert. Das Motto der Kampagne bringt die besondere Kundenbeziehung von EURONICS auf den Punkt: „Wir verstehen uns.“

„Die Kampagne mit den beiden Spots macht deutlich, wie wir Service und Nähe zum Kunden definieren und damit Wertschöpfung generieren: Mit einem 360-Grad-Anspruch. Unsere Mitarbeiter sind direkt vor Ort im Einsatz, installieren Produktlösungen und gehen in den Austausch mit den Kunden, um so Bedürfnissen und Anforderungen optimal zu begegnen. Wie sie eben alles ‚für dein bestes Zuhause der Welt‘ geben“, so Jochen Mauch, Vorstand Marketing, Vertrieb und Digitalisierung der EURONICS Deutschland eG.

Mit Almuth Schult als Markenbotschafterin zeigt EURONICS zusätzlich seine fortdauernde Partnerschaft mit UEFA Women’s Football. Die Zusammenarbeit und die neue TV-Kampagne

PRESSEMITTEILUNG

mit Almuth Schult ist die deutsche Umsetzung des internationalen Sponsorings. „Es ist wunderbar zu sehen, was in meiner Sportart heranwächst mit der Hilfe von EURONICS. Deswegen freue ich mich umso mehr über die weitere Zusammenarbeit und somit Teil der neuen EURONICS Marketingkampagne zu sein. Die Kundennähe ist die große Stärke von EURONICS und wird perfekt in den Spots wiedergegeben. Das Euronisch macht die Beiträge unverwechselbar und bringt gleichzeitig Humor und Charme mit rein“, erklärt Almuth Schult.

Geballte Kreativität und multimediale Distribution für Reichweitenstärke

Die Kreation der neuen Kampagne verantwortet erneut die Hamburger Werbeagentur Grabarz & Partner. „Den in den vergangenen Kampagnen bereits aufgegriffenen Servicegedanken haben wir auf ein neues Level gehoben. Euronisch als eigene Sprache symbolisiert so viel mehr als einfache Verständigung. Wir transportieren Empathie, Kontaktfreude, Vertrauen – damit machen wir eine neue, einzigartige Dimension des Kundenservices auf“, so Alexander Baron, Group Creative Director von Grabarz & Partner. Die Spots hat die Hamburger Produktionsagentur 27 Kilometer Entertainment GmbH produziert, die Vermarktung liegt erneut bei der Mediaagentur JOM. Bei EURONICS sind Jochen Mauch, Vorstand Marketing, Vertrieb und Digitalisierung, sowie Elke Bertsch, Leiterin Marketingkommunikation, für die Kampagne verantwortlich.

Ab dem 30. März laufen die TV-Spots auf reichweitenstarken TV-Sendern wie RTL, VOX, ARD oder ZDF. Ergänzt wird die TV-Präsenz durch Adressable TV, wodurch EURONICS die Zielgruppe im linearen Fernsehen und in den Livestreams des TV-Programms direkt ansprechen kann. Für eine noch größere Reichweite und für eine zielgerichtete Ansprache der Kampagne bei einer jüngeren Generation setzt EURONICS auf Online-Bewegtbild für Social Media-Plattformen wie YouTube und Meta. Ergänzend gibt es InStream-Platzierungen im Web und in Apps sowie kontextuelle OutStream-Platzierungen.

„Mit viel Humor und Kreativität haben wir mit unserer eigenen Sprache ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen. Denn der Wiedererkennungswert unseres Sound-Logos ist enorm. Das macht diese Kampagne so besonders: Sie kann nur von EURONICS kommen. Unverwechselbar.“, erklärt Elke Bertsch, Leiterin Marketingkommunikation bei der EURONICS Deutschland eG. Jochen Mauch ergänzt: „Auch ich übe schon fleißig, um Euronisch möglichst

PRESSEMITTEILUNG

schnell fließend zu beherrschen. In diesem Sinne: Eudedeu eudededeudededeu! Frei übersetzt mit einem Augenzwinkern bedeutet das, dass wir uns auf den Start der Kampagne freuen und Grabarz & Partner sowie allen Beteiligten für die gelungene Zusammenarbeit danken!“

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

LHLK Agentur für Kommunikation GmbH
Sabina Howacker
Tel.: 089/ 72 01 87 163
E-Mail: euronics@lhlk.de

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

Über EURONICS:

Immer nah am Kunden. Mit persönlicher Beratung und dem besten Service an über 1.200 Standorten mit mehr als 1.100 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.

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 2021/2022 erwirtschaftete die EURONICS Deutschland eG so einen Zentralumsatz von 1,49 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 2021 einen Jahresumsatz von 22,9 Milliarden Euro und zählt zu den Vorreitern der Branche.

www.euronics-deutschland.de