

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Markenbotschafterin Almuth Schult bleibt – eine weitere Saison mit Team EURONICS**

**Eine der erfolgreichsten Marketing-Aktionen von EURONICS geht in die Verlängerung: Die Profifußballerin Almuth Schult wird auch im Jahr 2023 Markenbotschafterin der EURONICS Deutschland eG. Die Verbundgruppe knüpft damit an das erfolgreiche Sponsoring des UEFA-Frauenfußball im vergangenen Jahr an.**

**Ditzingen, 09. Mai 2023** – Die internationale Verbundgruppe, zu der auch EURONICS Deutschland gehört, hat 2021 genau richtig getippt, als sie einen Vierjahres-Sponsoringvertrag mit der UEFA abgeschlossen hat. Doch nicht nur das, EURONICS setzte mit der ehemaligen Nationaltorhüterin Almuth Schult auch auf genau die richtige Spielerin als Markenbotschafterin. Mit dieser Partnerschaft geht eine der erfolgreichsten Marketing-Aktionen von EURONICS in die Verlängerung: Die Ausnahme-Sportlerin bleibt auch 2023 Botschafterin und Gesicht der deutschlandweiten Kampagne der EURONICS Deutschland eG.

#### **Erfolgsstory auf beiden Seiten**

2021 startete die internationale Kooperation der Verbundgruppe mit der UEFA und damit das Engagement von 22 Mitgliedern der EURONICS Group für den Frauenfußball weltweit. Vor wenigen Jahren noch ein Nischenthema und auch in Sachen Marketing häufig nicht ganz ernst genommen, gewann die Frauenmannschaften immer mehr an Bedeutung bis hin zum klaren Wendepunkt: Die Europameisterschaft 2022 – der Aufstieg des deutschen und internationalen Frauenfußballs. Die Zuschauerzahlen stiegen im Vergleich zu 2017 um 101% und erreichten mit 341 Millionen einen Höchstwert. Auch 2023 reißt die Erfolgswelle nicht ab und bleibt ein Topthema.

Mit dem umfassenden Sponsoring des UEFA Women´s Football ist die EURONICS Group Teil dieses Erfolgs. Almuth Schult, eine der bekanntesten Fußballerinnen Deutschlands schafft die passende Verbindung zwischen EURONICS und der UEFA in nationaler Werbung im Print, TV, Radio und Online sowie am PoS. Almuth Schult berichtet: *„Einer Kampagne, wie dieser leihe ich gerne mein Gesicht. Denn sie verfolgt mit dem internationalen Sponsoring des Frauenfußballs einen ganzheitlichen Ansatz und engagiert sich nicht nur einmalig. Die Entwicklung der letzten Jahre im Frauenfußball mitzuerleben, freut mich enorm. Frauen im*

## **PRESSEMITTEILUNG**

*Fußball und im Sport allgemein bekommen wesentlich mehr Aufmerksamkeit und Wertschätzung. Und das ist erst der Anfang – dass zeigen nicht zuletzt Angebote wie der neuen DAZN TV-Sender für Frauensport.“* Dabei trägt sie zur Steigerung der Reichweite und dem Wiedererkennungswert der Marke EURONICS bei. Ein Weg, den man gemeinsam fortsetzen möchte: Die erneute Zusammenarbeit mit Almuth Schult führt das internationale Sponsoring auf deutscher Ebene weiter und fließt auf allen Kanälen, wie auch in der kürzlich gestarteten TV-Kampagne, mit ein. *„Die Erfolgsfaktoren sind aus unserer Sicht: Das richtige Timing, die Schlagkraft, die wir durch das internationale Sponsoring und die zugehörigen Aktionen bekommen haben und die Tatsache, dass wir das Thema konsequent über alle Kanäle spielen. Sowie der Branchen-Fit: Fußball und Elektronik, das passt einfach zusammen. Schließlich ist das Stadion-Gefühl dank des passenden TV-Geräts und der Soundanlage auch im heimischen Wohnzimmer möglich“,* ergänzt Elke Bertsch, Leiterin Marketingkommunikation der EURONICS Deutschland eG.

### **Kooperation mit Mehrwert: Positiver ROI und Markenfit**

EURONICS ist eine Marke mit langer Geschichte. Die Markenwahrnehmung der blau-gelben Elektronikhändler konnten Jochen Mauch und sein Marketing-Team in den vergangenen Jahren stetig weiterentwickeln. Das bestätigt nicht zuletzt ein hoher Net Promoter Score von 40 Prozent. *„Unser Anspruch an Marketing-Ideen ist es immer auch vorausschauend zu sein. Eine Chance, wie wir sie mit dem Sponsoring des UEFA-Frauenfußballs genutzt haben, bietet sich allerdings nur selten. Ich würde gerne behaupten, dass ich schon immer gewusst habe, dass wir so erfolgreich mit unserer Marketing-Kampagne sein werden. Aber die Wahrheit ist, es gehört auch immer ein Quäntchen Glück dazu. Wir sind in das Sponsoring eingestiegen, als Frauenfußball noch ein Randthema war. Mit der EM 2022 hat sich die Wahrnehmung stark gewandelt und damit auch der ROI unseres Sponsorings. Die Reichweite der Marke EURONICS als Sponsor ist um ein Vielfaches gestiegen. Allein das Finale zwischen Deutschland und England verfolgten 17,9 Millionen Zuschauer auf ARD. Das kam EURONICS natürlich auch zugute“,* berichtet Jochen Mauch, Vorstand Marketing, Vertrieb und Digitalisierung der EURONICS Deutschland eG.

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

Der in Europa führende Handelsverbund für Consumer Electronics EURONICS Group ist offizieller Sponsor aller UEFA-Frauenfußballwettbewerbe. Dazu gehören die UEFA Women's

## **PRESSEMITTEILUNG**

Champions League sowie die erfolgreiche Women's EURO im letzten Jahr und in 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 GmbH  
Sabina Howacker  
Tel.: 089/ 72 01 87 131  
E-Mail: [euronics@lhlk.de](mailto:euronics@lhlk.de)

EURONICS Deutschland eG  
Tel.: 0 71 56 / 933 1403  
E-Mail: [presse@euronics.de](mailto: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](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 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](http://www.euronics-deutschland.de)