

PRESSEMITTEILUNG

Kampagnenauftakt bei EURONICS: „Genau richtig. Für mein bestes Zuhause der Welt“

Die Verbundgruppe läutet mit ihrer neuen Marketingkampagne das Jubiläumsjahr zum 55-jährigen Bestehen ein und schärft mit einer persönlichen Botschaft die Markenpositionierung

Ditzingen, 22. Januar 2024 – Am 22. Januar startet bundesweit die neue Marketingkampagne der EURONICS Deutschland eG. Unter dem Kampagnendach „Genau richtig“ sorgt EURONICS gemeinsam mit Jung von Matt NECKAR für die Markenpositionierung und deren Stärkung. Ziel ist eine tiefgehende Verankerung von EURONICS in den Köpfen der potenziellen Kundschaft. Im Zentrum der Kampagne stehen „Genau richtig“- Momente, die unterhaltsam und mit Charme die EURONICS-Identität transportieren: Nahbarkeit, Kundenverständnis und Serviceorientierung. Gestützt wird die Kampagne vom angepassten Marken-Claim „Genau richtig. Für mein bestes Zuhause der Welt“. EURONICS baut damit auf dem bereits bekannten Claim auf und bildet die Unternehmenswerte treffend ab.

Echter Kundenmehrwert seit 55 Jahren

Die ersten Kommunikationsmaßnahmen der Kampagne sind bereits in den letzten Wochen des Jahres 2023 unter dem Motto „Warmfeiern für das Jubiläum“ angelaufen. Der offizielle Startschuss für die Aktivierung fällt mit Beginn der vierten Kalenderwoche. Voller Fokus liegt dabei zunächst auf dem Jubiläum von EURONICS Deutschland. Mit einem eigens für das Jubiläum angepassten Slogan „Genau richtig seit 55 Jahren“ blickt die Verbundgruppe auf eine stetige Weiterentwicklung, immer im Sinne der Kundinnen und Kunden, zurück.

„55 Jahre Genossenschaft. Eine Erfolgsgeschichte, die von unserer aktuellen Kampagne vorbildlich in Szene gesetzt wird. Bei einer Ehe würde man nach 55 Jahren von einer Platinhochzeit sprechen. Unser Resümee: Wir sind stetig gewachsen und als Verbundgruppe gemeinsam mit unseren Mitgliedern wichtige Schritte für unsere Zukunftsfähigkeit gegangen. Etwa beim Thema Digitalisierung oder der Einführung und kontinuierlichen Weiterentwicklung unseres Online-Marktplatzes. Wir sind stolz darauf, dass wir seit 55 Jahren für so viele Kundinnen und Kunden „genau richtig“ sind. Die langjährige Treue von Kundenseite, aber natürlich auch von unseren Mitgliedern und Industriepartnern, möchten wir feiern und belohnen, mit einem Jubiläumssortiment, Aktionen und besonderen Angeboten“, so Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der EURONICS Deutschland eG.

PRESSEMITTEILUNG

Markenbekanntheit und Mitgliederzufriedenheit steigern

Die übergreifende Dachkampagne, die gemeinsam mit der Kreativ- und Werbeagentur Jung von Matt NECKAR entwickelt wurde, reicht auch über das Jubiläumsjahr hinaus und wird mit einem umfassenden Marketingmix bestehend aus Social Media Assets, Funkspots und POS-Material distribuiert.

Dirk Hibbeler, Geschäftsführer von Jung von Matt NECKAR, führt aus: *„Mit der Dachkampagne treffen wir genau den Kern von EURONICS und rücken zugleich mit der Weiterentwicklung des Marken-Claims nochmal ein Stück näher an die Kunden heran. Im heutigen Technikschaubühnen wollen Menschen nicht unendlich viele Möglichkeiten, die einem die Kaufentscheidung schwer machen. Sie möchten einfach nur das, was zu ihnen passt. Und das liefert EURONICS. Die Mitglieder kennen sich nicht nur mit Technik aus, sondern auch mit den Wünschen der Menschen und machen ihnen das Leben leichter. Einfach genau richtig, Service inklusive.“*

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

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 und mit mehr als 1.100 Mitgliedern in ganz Deutschland. Dafür steht die EURONICS Deutschland eG mit ihrem Markenversprechen „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 Erfahrung und herausragende Beratungskompetenz gehören ebenso zum Markenkern wie regionale Verbundenheit, ein innovatives Multichannel-Konzept sowie eine konsequent verfolgte Zukunftsstrategie.

PRESSEMITTEILUNG

Seit 2020 baut EURONICS das Geschäftsfeld rund um E-Mobilität und erneuerbare Energien sukzessiv aus. Zu Vertriebsprojekten rund um E-Autos 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 in 35 Ländern erzielte die Verbundgruppe 2022 einen Jahresumsatz von 23,22 Milliarden Euro und ist damit die Nummer eins der Branche in Europa.

16. – 19. Februar 2024
Berlin

 **Kongress 2024**

Im Rahmen der  **EKOOP**

A stylized map of the island of Mallorca in shades of blue, serving as a background for the Summer Convention text.

**SUMMER
CONVENTION
Mallorca 2024**

15. – 17. Juni 2024
Palma de Mallorca