

PRESSEMITTEILUNG

EURONICS x Philips TV – mit dem Ambilight Campus nach Barcelona

Die Verbundgruppe fördert im Rahmen der „Ambilight Campus“- Kampagne von Philips Fußballtalente und verlost über EURONICS Händler Teilnahme am Trainingscamp mit Hans Sarpei

Ditzingen, 29. Februar 2024 – Basierend auf der jahrelangen vertrauensvollen Partnerschaft von EURONICS Deutschland und Philips TV (TP Vision), spielt die Ditzinger Kooperation eine maßgebliche Rolle in der größten Kampagne seit Unternehmensbestehen von Philips TV – dem „Ambilight Campus“. Mit Kauf eines Philips Ambilight TV bei einem teilnehmenden EURONICS Händler landen Kundinnen und Kunden im Lostopf für den Ambilight Campus in Barcelona. Bei dem TP Vision Ambilight Campus handelt es sich um eine großangelegte, nationale Kampagne, der eine Kooperation zwischen TP Vision, dem Fußballclub FC Barcelona und den teilnehmenden Händlern zugrunde liegt. Das Ziel ist es, sogenannte „Dreamteams“ zu finden, die als Hauptpreis im Juni nach Spanien zum FC Barcelona ins Trainingscamp fliegen.

„Dreamteams“ absolvieren Trainingscamp mit Hans Sarpei

Im Grunde kann jede Fußballerin und jeder Fußballer Teil eines „Dreamteams“ werden, wenn ein Philips Ambilight TV bei einem teilnehmenden Händler gekauft wird und man sich zum Campus anmeldet bzw. von Freunden oder Familie angemeldet wird. Aus dem Pool an Anmeldungen, werden dann insgesamt 200 Talente ausgelost, die Ende Mai unter Anleitung von Fußballprofi Hans Sarpei ein 3-tägiges, professionelles Trainingslager im Ahorn Camp Sportpark absolvieren. Die jeweils talentiertesten 15 Frauen und 15 Männer fliegen Ende Juni mit TP Vision und Hans Sarpei nach Barcelona, wo ein Trainingscamp inklusive Länderturnier beim FC Barcelona stattfinden wird. Ein besonderes Highlight ist die Teilnahme von DFB- bzw. Talent-Scouts und der damit verbundenen Chance, entdeckt zu werden.

Besonderheiten für EURONICS

Die Besonderheit in Deutschland ist, dass es zusätzlich zu den beiden TP Vision Teams ein eigenes EURONICS Frauen-Team geben wird. „Im April gibt es für Frauen daher eine doppelte Chance, nämlich ins ‚reguläre‘ TP Vision-Team oder ins EURONICS-Team gewählt zu werden und natürlich auch nach Barcelona zu fliegen“, erklärt TP Vision DACH-Chef Murat Yatkin.

PRESSEMITTEILUNG

Für Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der EURONICS Deutschland eG ist die Kooperation mit TP Vision ein perfektes Match: „Mit dieser Partnerschaft unterstreichen wir noch einmal den Stellenwert, den Frauenfußball für EURONICS hat. Bereits seit 2021 sind wir stolzer Partner der UEFA Women's Football im Rahmen eines Sponsorings von EURONICS International. Ich freue mich jetzt schon auf die Bilder der Spielerinnen in ihren EURONICS Trikots aus Barcelona.“

Chance auch für die Mitglieder

Auch die EURONICS Mitglieder können von der Aktion profitieren: Wer Ambilight TVs in Höhe eines abgestimmten Wertes bestellt, hat die Möglichkeit, Hans Sarpei zu einem regionalen Fußballverein der Wahl einzuladen, wo der Fußballprofi ein Mini-Trainingslager abhalten wird. Die Kampagne läuft seit Anfang Februar und noch bis 30. April. Den EURONICS Mitgliedern wurde die Aktion ausführlich auf dem Kongress im Rahmen der KOOP24 in Berlin erläutert. Die Aktion findet großen Anklang bei den EURONICS Mitgliedern, das erste Trainingscamp mit Hans Sarpei hat in Hagen bereits stattgefunden.

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 1.000 Mitgliedern in ganz Deutschland. Dafür steht die EURONICS Deutschland eG mit ihrem Markenversprechen „Genau richtig. Für mein 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. 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 2022/2023 erwirtschaftete die EURONICS Deutschland eG so einen Zentralumsatz von 1,38 Milliarden Euro. EURONICS Deutschland ist Teil des Einkaufs- und Marketingverbundes EURONICS International



PRESSEMITTEILUNG

mit Sitz in Amsterdam. Mit mehr als 8.500 Standorten in 35 Ländern erzielte die Verbundgruppe 2022 einen Jahresumsatz von 23,1 Milliarden Euro und ist damit die Nummer eins der Branche in Europa.