

PRESSEMITTEILUNG

EURONICS launcht neuen TV-Spot und legt mit Bewegtbild bei der „Genau richtig“-Kampagne nach

EURONICS steht Kundinnen und Kunden im Technik-Tunnel mit Beratung und Service zur Seite und positioniert sich weiter als Lebensvereinfacher

Ditzingen, 16. Oktober 2024 – Anfang des Jahres startete bundesweit die neue Marketingkampagne „Genau richtig. Für mein bestes Zuhause der Welt“ der EURONICS Deutschland eG. Gemeinsam mit Jung von Matt NECKAR positionierte sich EURONICS bei Kundinnen und Kunden als Lebensvereinfacher, indem die Kampagne die „Genau richtig“-Momente aufgreift. Mit Witz und Charme transportieren diese Situationen die EURONICS-Markenwerte: Nähe, Kundenverständnis und Serviceorientierung. Nun baut EURONICS die Kampagne mit dem neuen TV-Spot weiter aus. Dieser präsentiert die Verbundgruppe als Orientierungsgeber und Helfer beim Technikkauf.

Ausgestrahlt wird der Spot vom 1. Oktober bis zum 10. November auf CTV-Plattformen wie YouTube, Amazon Prime Video, Sky und Ad Alliance (z.B. RTL+, VOX, NTV).

EURONICS holt Kundinnen und Kunden aus dem Technik-Tunnel

Ab Oktober zeigt EURONICS das zentrale Markenversprechen des Lebensvereinfachers im neuen TV-Spot. Ein Mann krabbelt auf der Suche nach einer passenden Waschmaschine durch einen endlosen Tunnel. Dieser steht für die lange und mühsame Suche nach dem besten Produkt inklusive der Anstrengung und Überforderung. Am Ende des Tunnels wartet ein sympathischer und kompetenter EURONICS Mitarbeiter, der Abhilfe schafft. Der Spot stellt den Service, die Beratungskompetenz sowie das umfassende Sortiment der Verbundgruppe in den Mittelpunkt und transportiert damit die zentrale Botschaft der „Genau richtig“-Kampagne: EURONICS steht für bessere Entscheidungen, Gelingsicherheit, kürzere Wege, weniger Komplexität und erlebte Fairness.

PRESSEMITTEILUNG

Triabadi Schmidt, Bereichsleitung Marketing & New Business bei EURONICS Deutschland eG sagt zur Kampagnen-Erweiterung: „Wir haben mit unseren Mitgliedern über 400 Möglichkeiten für eine direkte Beratung vor Ort, wir bieten über 500 Services vor und nach dem Kauf. Wir sind nah, denn wir sind überall in Deutschland verfügbar – natürlich auch online. Wir haben mit Vollsortimentern und kuratierten Fachhändlern die richtige Auswahl und ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis. Das alles vereint die Kampagne und auch der neue Spot: EURONICS macht das Leben einfacher und ist genau richtig.“

Jung von Matt NECKAR als Leadagentur ist für Kampagnenkonzeption und -produktion verantwortlich, Nalle Sjöblad führte Regie und Cobblestone produzierte den Film. Neben CTV und YouTube kommen auch weitere, kürzere Social Media-Formate zum Einsatz. Im Frühling nächsten Jahres sind TV-Spots für das lineare Fernsehen geplant.

Erste Ergebnisse: „Genau richtig“-Kampagne zeigt Wirkung

Die Kampagne verzeichnet bereits erste Erfolge. Sowohl die Markenbekanntheit (Anstieg auf 80 %), die Verständlichkeit (plus 7 %), die Seriosität (plus 7 %), als auch die Glaubwürdigkeit (plus 6 %) von EURONICS stiegen signifikant an. Außerdem vermittelt die Kampagne, dass EURONICS einen konkreten Vorteil bietet (plus 9 %) und zum Kauf anregt (plus 6 %). Zudem ist besonders der Sprung auf den zweiten Platz im Net Promoter Score (NPS) hervorzuheben.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

LHLK Agentur für Kommunikation GmbH
Eva-Maria Gose-Fehlisch
Tel.: +49 89 / 720187 224
E-Mail: euronics@lhlk.de

EURONICS Deutschland eG
Tel.: +49 71 56 / 933 1403
E-Mail: presse@euronics.de

PRESSEMITTEILUNG

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 mit Sitz in Amsterdam. Mit mehr als 8.500 Standorten in 36 Ländern erzielte die Verbundgruppe 2022 einen Jahresumsatz von 23,1 Milliarden Euro und ist damit die Nummer eins der Branche in Europa.