

Reuter: Neuer Claim dokumentiert erfolgreiches Wachstum

Mönchengladbach, 06. September 2012 – Mit der aktuellen Herbstkampagne präsentiert Reuter sein neues, stark erweitertes Produktangebot. Damit auch in der Kommunikation deutlich wird, dass nicht mehr nur Bad- und Sanitärprodukte gereutert werden können, untermauert ein neuer Claim die erfolgreiche Expansionsstrategie: „Zuhause zuliebe zu Reuter“ – also dem Zuhause zuliebe lieber bei Reuter bestellen. Der Claim dient der etablierten Marke Reuter künftig als Dach und soll langfristig die neue Positionierung darstellen. Zusätzlich wird es Kampagnenmottos geben. Das der Herbstkampagne lautet: „Das hat sich gereutert!“

Der neue Claim „Zuhause zuliebe zu Reuter“ wurde entwickelt, um Kunden kurz und prägnant die Entwicklung von einem reinen Bad- und Sanitärfachhändler zu einem Anbieter rund um die hochwertige Einrichtung des Zuhauses zu verdeutlichen. Neben der langjährigen Badkompetenz rücken in der Kampagne deshalb auch die in letzter Zeit stark gewachsenen Produktbereiche Wohn- und Küchenaccessoires, Heimtextilien, Designmöbel und -leuchten in den Fokus. Auch hier setzt das Familienunternehmen, das bereits seit längerem zu einem der größten Fach- und Onlinehändler für Bad- und Wohnkultur in Europa zählt, ausschließlich auf hochwertige Marken- und Designprodukte. Der neue Claim beschreibt das Ende eines im Juni eingeleiteten Prozesses, innerhalb dessen Reuter seinen Namen wie auch sein Logo änderte, um die Wandlung der Marke auch nach außen zu transportieren.

„Mit der Neuausrichtung stärken wir unsere langfristig angelegte Markenstrategie. Dadurch, dass die Kraft der etablierten Marke Reuter auf unsere zusätzlichen Produktbereiche abstrahlt, sichern wir unser nachhaltiges Wachstum auch für die Zukunft“, beschreibt Marketingleiter Daniel Goertz die Hintergründe für den Prozess.

Der neue TV-Spot stellt zunächst das Thema Bad in den Mittelpunkt, das nach wie vor die Kernkompetenz von Reuter darstellt. Um eine hohe inhaltliche Wiedererkennung zu gewährleisten, orientiert sich der Spot an seinen erfolgreichen Vorgängern: Sanitärobjekte wie Armatur, Waschtisch oder Badewanne machen auf die Vorzüge des Onlinekaufs aufmerksam. Zusätzlich allerdings läuft der Clip ab Ende Oktober als Tandem. In der nachgeschalteten zweiten Sequenz rücken die weiteren Produktbereiche Leuchten, Küche und Wohnen in den Fokus. Damit ist die Klammer geschaffen, die Reuter als modernen Einrichter positioniert.

Zielpunkt dieses Prozesses ist der 10. September 2012. Ab dann läuft der Spot auf reichweitenstarken TV-Sendern wie RTL, SAT.1 oder Vox, vorzugsweise in der Prime-Time. Dieser Ansatz zeitigte bereits bei der vergangenen Kampagne großen Erfolg. Zeitgleich ist der Spot auch auf der eigenen Webseite (www.reuter.de/reutertv) zu sehen. Entwickelt hat den Spot die Hamburger Agentur Jung von Matt/365, Media macht OMD. Print- wie Onlinemaßnahmen werden inhouse erstellt.

Neben dem TV-Engagement zählen zur Herbstkampagne auch wieder Werbebeilagen, Printanzeigen in Publikumszeitschriften und Tageszeitungen sowie Fußball-Sponsoring und Events. In den Printanzeigen und Beilagen werden zukünftig ebenfalls alle Produktbereiche beworben.

Über Reuter

Das 1986 gegründete Mönchengladbacher Unternehmen Reuter GmbH ist mit über 200 Mitarbeitenden einer der größten Fach- und Onlinehändler für Bad- und Wohnkultur in Europa. Der Onlineshop www.reuter.de, 2004 gegründet, zählt zu den europaweit bedeutendsten in seinem Segment. Zum Angebot gehören Bad- und Sanitärartikel, Wohn- und Küchenaccessoires, Heimtextilien, Designmöbel und -leuchten sowie Gartenmöbel. In allen Bereichen setzt Reuter ausschließlich auf Marken- und Designprodukte. In seinem TÜV-zertifizierten Onlineshop bietet Reuter eine mit 500.000 Artikeln unübertroffen große Sortimentsauswahl und deren ständige Verfügbarkeit, kombiniert mit kompetenter Fachberatung und günstigen Onlinepreisen. Geschäftsführer ist Bernd Reuter.

Den Text in digitaler Form sowie eine Pressemappe finden Sie unter:
<http://www.reuter.de/presse>