

Pressemitteilung

Pressekontakt

Sarah Reuter
Reuter GmbH
Textilstraße 2
41751 Viersen
Tel. 02161/9020-541
presse@reuter.de
www.reuter.de

Claim für Onlineshop reuter.de: „Ein Name. Ein Wort.“

Familienunternehmen stärkt Wahrnehmung als E-Commerce-Marke und kompetenter Fachhändler mit neuer Markenbotschaft

Viersen, 17. Oktober 2018 – Mit einem neuen Claim für die Marke Reuter stellt der Online-Fachhändler für Bad, Leuchten und Wohnen in Zukunft zielgerichtet seine Kompetenzen in den Fokus: „Ein Name. Ein Wort.“ lautet der Leitsatz, welcher gemeinsam mit dem bestehenden Unternehmenslogo präsentiert wird. Die Botschaft: Reuter steht zu seinem Wort und ist für seine Kunden da. Zielsetzung des Claims ist, die Wahrnehmung bei potenziellen und bestehenden Kunden als kompetenter Online-Fachhändler zu stärken und langfristig neue Kunden hinzuzugewinnen. Eine Markenkampagne hat die Einführung im September und Oktober 2018 begleitet.

„Kunden kaufen auf reuter.de nicht einfach nur ihr gewünschtes Produkt zu einem fairen Onlinepreis. Unsere geschulten Fachberater stehen ihnen vor, während und nach der Bestellung bei allen Fragen und Anliegen zur Seite. Darauf geben wir unser Wort“, sagt Geschäftsführer Bernd Reuter. Der neue Leitsatz sei ein Versprechen an Kunden und Besucher des Onlineshops. „Reuter ist mehr als eine Marke. Als Familienunternehmen stehen wir mit unserem Namen für Werte wie Vertrauen, Seriosität und Professionalität. Das schließt die hohe Qualität unserer Leistungen und Services ein.“

Der Online-Fachhändler wird den neuen Claim in allen künftigen Kommunikationsmaßnahmen platzieren. In direkter Verbindung mit dem bestehenden Markenlogo ist die Aussage auf den ersten Blick wahrnehmbar: „Wir möchten authentisch auftreten und eventuellen Bedenken, was den Online-Badkauf angeht, sofort positiv begegnen. Gleichzeitig stärken wir weiter unsere Marktposition im E-Commerce-Umfeld“, ergänzt Bernd Reuter.

Marktforschung als Grundlage des neuen Claims

Welche Fragen sind im Vorfeld eines Badkaufes für Kunden von Bedeutung und wie wird Reuter als Marke wahrgenommen? Diesen wichtigen Fragen ist das rheingold institut Köln im Auftrag von Reuter nachgegangen und hat hierfür Kunden sowie Nicht-Kunden interviewt. Dabei stellte sich heraus, dass

Pressemitteilung

Pressekontakt

Sarah Reuter
Reuter GmbH
Textilstraße 2
41751 Viersen
Tel. 02161/9020-541
presse@reuter.de
www.reuter.de

vor allem die Einrichtung eines neuen Bades und der damit verbundene Kauf von oft hochwertigen Sanitärartikeln ein emotionales Thema ist. Hier wünschen sich die Käufer einen verlässlichen Partner, der ihnen nicht nur das gewünschte Produkt zu einem fairen Preis verkauft, sondern sie auch mit Fachwissen und Expertise berät. Bei Reuter ist das beispielsweise persönlich im Store in Düsseldorf oder von Montag bis Sonntag bis 22 Uhr telefonisch möglich. Die Bedürfnisse der Kunden auf der einen Seite und die Stärken von Reuter auf der anderen Seite manifestieren sich in dem gewählten Claim „Ein Name. Ein Wort“.

„Einwort-Kampagne“ hat Markenauftritt begleitet

Gemeinsam mit einer namhaften Kreativagentur hat Reuter die „Einwort-Kampagne“ entwickelt: Plakative Motive mit ansprechend dargestellten Bad- und Leuchtenartikeln lehnen sich direkt an den neuen Claim an. Jedes Wort ist zugleich ein Leistungsversprechen: Überschriften wie „Kompetent.“, „Riesig.“ und „1A-Qualität.“ bringen auf den Punkt, was die Marke Reuter mit allen ihren Stärken sowie differenzierenden Leistungen und Services ausmacht.

Zu den kommunizierten Alleinstellungsmerkmalen gehören beispielsweise ein breites und sofort lieferbares Sortiment sowie eine persönliche Fachberatung – telefonisch und im Reuter Store vor Ort. Neben verfügbaren 1A-Markenartikeln bietet Reuter darüber hinaus kostenfreie Services wie einen Bestell-Check, die Möglichkeit, Ware zu reservieren und abzuholen und eine telefonische Bestellung.

Out-of-Home-Werbung im Fokus

Den Startschuss für den Markenauftritt mit Claim hat im September 2018 das Fußball-Sponsoring mit prominenter Bandenwerbung in den Stadien von Borussia Mönchengladbach und Fortuna Düsseldorf gegeben. Ergänzend sind die Kampagnenmotive auf verschiedenen Out-of-Home-Werbeträgern, zum Beispiel City- und Mega-Light-Postern, in ausgewählten Städten wie München, Frankfurt, Düsseldorf, Mönchengladbach und Stuttgart sichtbar gewesen. Taxi-Beklebung und ein Megaposter am Düsseldorfer Flughafen bleiben weiterhin im Einsatz. Ebenso im Fokus der Werbemaßnahmen: Anzeigen in bekannten Wohn- und Einrichtungsmagazinen sowie Radio-Spots in den Ballungszentren Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg, Hessen und München.

Pressemitteilung

Pressekontakt

Sarah Reuter
Reuter GmbH
Textilstraße 2
41751 Viersen
Tel. 02161/9020-541
presse@reuter.de
www.reuter.de

Über Reuter

Das 1986 gegründete Mönchengladbacher Unternehmen reuter.de ist einer der größten Fach- und Onlinehändler für die Bereiche Bad, Leuchten und Wohnen. Der Onlineshop www.reuter.de, 2004 gegründet, zählt zu den bedeutendsten in seinem Segment. Zurzeit sind ca. 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Reuter Netzwerk tätig. Zum Angebot gehören Sanitär- und Badartikel, Wohn- und Küchenaccessoires, Designmöbel und -leuchten. In allen Bereichen setzt reuter.de ausschließlich auf Marken- und Designprodukte. In seinem TÜV-zertifizierten Onlineshop bietet reuter.de eine riesige Sortimentsauswahl – mehrere hunderttausend Markenartikel sind sofort verfügbar. Eine kompetente Fachberatung und günstige Onlinepreise runden das Angebot ab. Gründer und Geschäftsführer ist Bernd Reuter.