

PRESSEMITTEILUNG

Auf dem Weg vom GmbH-Denken zur verstärkten Markenorientierung Jupiter Küchenmaschinen GmbH ist myJupiter

- Jupiter Küchenmaschinen GmbH präsentiert sich mit myJupiter-Philosophie
- Jupiter – der Unterstützer in der Küche
- Marke bleibt sich treu: Frische Küche-Ansatz bleibt erhalten
- Veränderte Kundenansprache vom „Sie zum Du“, Überarbeitung des Corporate Designs

Die Jupiter Küchenmaschinen GmbH tritt in ihrer Kommunikation ab sofort als myJupiter auf. Hintergrund dieser Entscheidung ist die klare Positionierung der Marke am Markt und in den Köpfen der Endverbraucher. Mit ihr gehen auch ein überarbeitetes Corporate Design und Änderungen in der Kommunikation einher.

„Wir sehen uns als Premiummarke, doch reicht dies allein nicht aus, um sich am Markt zu differenzieren“, sagt Christian Echtler, Geschäftsführer der Jupiter Küchenmaschinen GmbH. Dafür sei es wichtig, eine klare Markenaussage zu haben und diese stringent, auf allen Ebenen vom Produkt über das Auftreten bis hin zur Kommunikation, zu verfolgen. myJupiter hat, laut Echtler, genau diesen Ansatz. „Wir sehen uns zukünftig näher am Kunden. Sowohl in Bezug auf den Handel, den wir mit einem neuen Vorführkonzept unterstützen, als auch in Hinblick auf den Endkunden. In beiden Fällen spielen Emotionen und eine Verbindung, die sich durch Nähe und Vertrauen auszeichnet eine große Rolle. Ebenso wie das Charakteristikum individuell zu sein. Jeder soll sein „myJupiter“ haben“, erklärt Echtler die Ausrichtung.

Mehr als ein Marketing-Instrument

„Uns war es wichtig, keinen beliebigen Slogan zu wählen, der lediglich zu den aktuellen Branchen oder Marketingtrends passt, sondern eine Aussage zu treffen, die das widerspiegelt, was wir sind und wo wir hin wollen. Wir sind Unterstützer der frischen Küche.“, sagt Echtler und spielt damit zum einen auf die Eigenschaften des Produktportfolios an. Denn bis auf Ausnahmen, wie den Highspeedblender Nutrimix und die Multifunktionsküchenmaschine Thermomaster, sind die myJupiter Produkte, im Sinne der Lebensmittelzerkleinerung, darauf ausgelegt, Lebensmittel für den Koch- und Backprozess sowie den Verzehr als solchen, vorzubereiten, um ein Maximum an Frische zu erhalten. Während der Erwärmungs- und Garprozess selbst nicht im Fokus steht. Zum anderen greift die unterstützende Funktion aber auch auf Unternehmensseite. „Wenn Sie einmal auf unsere internen Prozesse und die Atmosphäre schauen, werden Sie sehen, dass der

„Unterstützergedanke“ auch das Corporate Behaviour ist. Im Team herrscht eine hands-on-Mentalität und eine starke Identifizierung mit der Marke“, führt Echtler weiter fort. „Wir sind anders, weshalb wir uns auch für eine andere Kommunikationsform, weg vom steifen Sie zum nahen Du und die ein oder andere aufweckend direkte Kommunikationsaussage entschieden haben.“. Bei letzterem spielt Echtler vor allem auf Aussagen wie „Dreh´mal wieder richtig durch“, für den Fleischwolf Größe 8 oder „Nimm es selbst in die Hand“, für die Retro-Handgeräte-Linie an.

Frische für die Küche und das Design

Um die Philosophie nicht nur intern zu leben und verbal zu kommunizieren, wurde auch das Corporate Design überholt. Das bekannte Jupiter-Logo wurde um einen handschriftlich angelehntes „my“ ergänzt, während die Produkte auf moderner Küchenoptik, begleitet von grafischen Elementen, präsentiert werden. Immer darauf bedacht Emotionen zu wecken und den Produktnutzen herauszustellen. Die vollständige Umstellung aller Materialien, insbesondere der für den Handel, wird in den nächsten Monaten abgeschlossen sein.

Bildmaterial:

Bild 1 Logo my Jupiter: myJupiter.jpeg

Bild 2 Katalogauszug: DrehMalWiederRichtigDurch.jpeg

Bild 3 Produktkommunikation Bsp. Systemantrieb: Antrieb_beschrieben.jpeg

Fotocredit: Jupiter

Über myJupiter

Unter myJupiter präsentiert sich die Jupiter Küchenmaschinen GmbH, bestehend seit 1921 mit Sitz im baden-württembergischen Wernau nahe Stuttgart, als Unterstützer der frischen Küche mit einem Produktportfolio fokussiert auf die Lebensmittelzerkleinerung. Kern dieses Portfolios ist das mySystem. Ein System mit Basiseinheit, bei dem durch unterschiedliche Vor- und Aufsätze ein und dasselbe Gerät multifunktionale Anwendung erfährt. Ergänzt wird das Sortiment zudem durch sogenannte Trendprodukte, die aktuelle Bedürfnisse und Nachfragen abdecken. myJupiter positioniert sich Endkunden nah und steht für die Unterstützung zur frischen Küche mit klassischem deutschen Qualitätsanspruch in Technik und Service.

Pressekontakt

Denise Kirschbaum
Leitung Marketing &
Kommunikation
Jupiter Küchenmaschinen GmbH
Tel.: +49 (0)7153 55930-23
Mob.: +49 (0) 174 3440569
denise.kirschbaum@prettl.com

Daniel Stuckert
Globale Leitung Medien &
Unternehmenskommunikation
Prettl Unternehmensgruppe
Tel.: +49 (0) 71 21 707 171
Mob.: +49 (0) 151 440 49 250
daniel.stuckert@prettl.com

