

Gemeinsame Pressemitteilung

Markenausbau mit Hollywood-Star Christoph Waltz: E.ON und die BBDO GROUP GERMANY zeigen, wer die neue Energiewelt voranbringt

Wenn es um die Verwirklichung neuer und nachhaltiger Energielösungen geht, bleibt es oft bei Lippenbekenntnissen. E.ON möchte ein Unternehmen sein, das Verantwortung für den Erfolg der Energiewende übernimmt. Die neue Markenkampagne „It's on us“, die E.ON gemeinsam mit der BBDO Group Germany entwickelt hat, schafft ein neues Bewusstsein für den Anspruch, die Verantwortung und die umfassenden Leistungen des Energiekonzerns. Hollywood-Star Christoph Waltz wird dafür zum Challenger von E.ON und zeigt in der Kampagne, warum bei der Energiewende mehr Pragmatismus und Anpacken gefragt ist.

Bereits im Februar ging E.ON mit der neu entwickelten Kommunikationsplattform „It's on us – to make new energy work“ an die Öffentlichkeit. Nachdem die gemeinsam mit der BBDO-Gruppe entwickelte Plattform im Rahmen eines internen Auftakts und Soft-Launches unter anderem auf Messen wie der E-World und in kontextbezogenen Out-of-Home-Platzierungen zu sehen war, wendet sich E.ON nun mit einer großen, reichweitenstarken Markenkampagne an die Öffentlichkeit.

Die Hauptrolle in der filmischen Inszenierung der Kampagne spielt dabei der zweifache Oscar-Preisträger Christoph Waltz – als Herausforderer von E.ON. Waltz verkörpert einen Mann, der des Redens über die neue Energiewelt überdrüssig ist und sich aufmacht, Taten einzufordern. Dass alle seine Forderungen und Ideen schon von E.ON vorangetrieben werden, bemerkt er zunächst nicht – bis ihn E.ON-Mitarbeiter darauf aufmerksam machen. Die Kampagne startet am 22. April in Deutschland und wird anschließend in zahlreichen weiteren europäischen Märkten zu sehen sein. Verantwortliche Produktion ist BWGTBLD, Regie führt Tom Speers.

Lars Rosumek, Senior Vice President Group Communications & Political Affairs bei E.ON, erklärt: „Klimaschutz ist eine der drängendsten Aufgaben unseres Jahrzehnts. Der Weg zur CO₂-Neutralität erfordert grundlegende Veränderungen in Gesellschaft, Industrie und Wirtschaft. Als Europas größter Verteilnetzbetreiber und Partner von rund 47 Millionen Kunden in Europa will E.ON die treibende Kraft für den Wandel in der Energiewirtschaft sein. Mit innovativen, nachhaltigen und digitalen Lösungen transformieren wir die Art und Weise, wie Europa in Zukunft mit Energie versorgt wird. Das spiegelt sich auch in unserer Markenkampagne wider.“

E.ON SE
Brüsseler Platz 1
45131 Essen
www.eon.com

Bitte Rückfragen an:

E.ON SE
Isabel Reinhardt
Pressesprecherin
T +49 173 6840253
isabel.reinhardt@eon.com

BBDO Group Germany
Daniela Strasser
Head of Communications
T +49 152 0417 8067
daniela.strasser@bbdo.de

22. April 2024
Seite: 1 / 3

2 / 3

Julian Lennertz, im Vorstand bei E.ON Großbritannien und verantwortlich für die globale Markenkommunikation, betont: „Unsere langfristig angelegte Markenkampagne „It's on us – to make new energy work“ spiegelt E.ONs Anspruch und unsere Verantwortung wider, die Energiewelt tatsächlich und grundlegend zu verändern. Wir sind der festen Überzeugung, dass der Umstieg auf nachhaltige Energie digitaler, schneller und vor allem pragmatischer gestaltet werden muss. Als Spielmacher der Energiewende in Europa sehen wir es als unsere Aufgabe, hierbei voranzugehen.“

Der Film mit Christoph Waltz ist Teil einer breit angelegten Kampagne mit Schwerpunkten in reichweitenstarken Medien wie TV und im Digitalbereich. In den kommenden Monaten folgen weitere umfangreiche Aktivitäten in den sozialen Medien, Print und Out of Home. Über alle Kanäle hinweg wird eine konsistente Markengeschichte erzählt: „It's on us. Damit neue Energie funktioniert“. Sie soll den Anspruch und die Verantwortung von E.ON als Treiber der neuen Energiewelt etablieren und mit konkreten Leistungen für ganze Städte, Unternehmen und jedes einzelne Zuhause verbinden. Als Playmaker im Energiesektor übernimmt E.ON eine aktive und gestaltende Rolle für Europas nachhaltige Energiezukunft, treibt Innovationen und Digitalisierung voran und investiert massiv in die europäische Energieinfrastruktur.

„Noch nie hat es so viel Spaß bereitet, einen der besten Schauspieler der Welt zum Protagonisten eines Films zu machen, in dem die Nebendarsteller gewinnen“, so Frank Hahn, Chief Creative Officer der BBDO Group Germany. „Eine Marke zeigt wahre Größe, sobald sie über die eigenen Interessen hinaus Menschen bewegt und damit zum Vorbild für mehr Positivität wird. ‚Reden, reden, reden...‘ ist zwar eine Kritik an der allgemeinen Passivität bei der Umsetzung der Energiewende, inspiriert aber dazu, in allen Lebenslagen vom passiven in den aktiven Modus zu schalten und nicht nur auf Veränderung zu warten, sondern sie selbst aktiv zu gestalten“, sagt Frank Hahn weiter.

Die deutsche BBDO-Gruppe betreut E.ON bereits seit Oktober 2023 mit allen Agenturmarken in einem markenübergreifenden Kompetenzteam aus Kreativität, Design, Technologie und Transformationsberatung. Christian Rätsch, CEO BBDO Group Germany sagt zur Partnerschaft mit E.ON: „E.ON ist eine Marke am Puls der Zeit und ein Unternehmen, das sich für unser aller Zukunft neu erfindet. Teil dieser einzigartigen Transformationsgeschichte sein zu dürfen, macht uns sehr stolz und kann spannender nicht sein.“

Die Credits zur Kampagne

Verantwortlich bei E.ON:

- Stefan Schneider
- Annemarie Delahaye

3 / 3

- Katja Metz
- Alexander Zirkel
- Renze Lowrie
- Matthias Tigges

Verantwortlich bei der BBDO GROUP GERMANY:

- Kreation: Frank Hahn, Anno Thenenbach, Jörg Tavidde, Max Strasser, Dejan Handjiski, Daniel Maurer, Florian Behler, Dominique Becker, Anna Schweigert, Andreas Breunig
- Beratung: Christian Rätsch, Luisa Rode, Marei Wilke, Clara Wesemeyer, Laura Kallenbach
- Strategie: Julian Roth, Annika Plaggenborg, Maximiliane Schönberg
- Produzenten: Alexander Geier, Bianca Raedler
- Produktion: BWGTBLD
- Regie: Tom Speers
- Foto: Tim Adorf

Über E.ON

E.ON ist ein internationales privates Energieunternehmen mit Sitz in Essen, das sich auf Energienetze, Kundenlösungen und Energievertrieb konzentriert. Als eines der größten europäischen Energieunternehmen übernimmt E.ON eine führende Rolle bei der Gestaltung einer nachhaltigen, digitalen und dezentralen Energiewelt. Dafür entwickeln und verkaufen rund 75.000 Mitarbeitende Produkte und Lösungen für Privat-, Gewerbe- und Industriekunden. Mehr als 47 Millionen Kunden beziehen Strom, Gas, digitale Produkte oder Lösungen für Elektromobilität, Energieeffizienz und Klimaschutz von E.ON. Mehr Informationen auf www.eon.com.

Über die BBDO Group Germany

Deutschlands führendes Kommunikationsnetzwerk vereint zahlreiche marktführende Agentur- und Beratungsmarken unter sich, darunter BBDO, Batten & Company, Interone und die Peter Schmidt Group. Mehr als tausend Spezialistinnen und Spezialisten arbeiten an sieben deutschen Standorten für das Netzwerk.