

## PRESSEMITTEILUNG

**Mitsubishi Electric initiiert groß angelegte Endkunden-Kampagne:**

# Gezielte Unterstützung für die Fachpartner

- **Steigerung der Markenbekanntheit und Nachfrage**
- **Fokus auf Streaming, digitalen Werbeflächen und Audio**
- **Marketingpaket mit auswählbaren Kommunikationsmaßnahmen für Partner**

**Ratingen, 30. September 2025** – Viele Maßnahmen, ein großes Ziel: Mit einer breit angelegten Endkunden-Kampagne möchte Mitsubishi Electric das Thema Wärmepumpe noch stärker in den Fokus rücken und so die Nachfrage für die Fachpartner steigern. Um das zu erreichen, werden seit dem 22. September 2025 bis zum 19. Oktober 2025 ausgesuchte Kanäle bespielt, wozu unter anderem bekannte Streaming-Dienste, digitale Werbeflächen in fünf Metropolen, Social-Media-Anzeigen auf relevanten Plattformen und Audiospots gehören. Darüber hinaus trägt eine informative und gut strukturierte Kampagnen-Landingpage zur Unterstützung der Fachpartner bei, während regionale Maßnahmen in Kooperation mit den Kunden das Marketingkonzept abrunden.

Startschuss für die Kampagne war der 22. September 2025. Seitdem setzen aufmerksamkeitsstarke Werbeclips bei den führenden Streaming-Anbietern Joyn, Netflix, Sky und Prime Video die Kampagne in Szene. Parallel dazu werden ab dem 29. September digitale City-Displays in hochfrequentierten Innenstadtlagen der Städte Düsseldorf, Köln, Berlin, Hamburg und München bespielt. Ziel aller Maßnahmen ist es, das Fachhandwerk zu unterstützen und den Umsatz im Bereich Wärmepumpe anzukurbeln. „Um das zu erreichen, rücken wir die nachhaltigen und zukunftssicheren Eigenschaften dieser Heizlösung weiter in den Fokus“, erklärt Dror Peled, Deputy Division Manager bei Living Environment Systems, Mitsubishi Electric.

Viele verschiedene Kommunikationsinstrumente begleiten die Kampagne und sorgen so für maximale Reichweite. Dabei tragen Spots auf ausgewählten Audio-Streaming-Plattformen

und YouTube Music ebenso zur Steigerung der Markenbekanntheit bei wie Social-Media-Anzeigen auf relevanten Plattformen. Mit Hilfe von Suchmaschinenmarketing werden interessierte Nutzer punktgenau angesprochen, während Anzeigen und redaktionelle Beiträge auf ausgewählten Privatkunden-Portalen die Zielgruppe ebenfalls direkt erreichen. „Mit unserem Fokus auf Streaming, Citylights und Audio setzen wir gezielt auf digitale Reichweite und zeitgemäße Mediennutzung“, so Peled.

Neben dem [Werbeclip](#) und Out-of-Home-Medien sind auch Partnermaßnahmen Teil des Konzepts. Sie sollen die Botschaft der Kampagne vor allem in den ländlichen Raum hinein verlängern und verstärken. Interessierten Fachpartnern steht ein umfangreiches Marketingpaket zur Verfügung, aus dem sie individuell wählen können.

Per QR-Code oder Kurzlink führen sämtliche Maßnahmen auf die Kampagnen-Landingpage [mitsubishi-les.com/waermepumpe](https://mitsubishi-les.com/waermepumpe). Neben der Auflistung aller Vorteile stellt die Website die einzelnen Systeme kurz und prägnant vor und gibt Informationen zum Thema Förderung. Um die Kontaktaufnahme zum Fachhandwerker noch einfacher zu machen, werden zudem die einzelnen Schritte der Fach- und Ansprechpartner-Suche erläutert.

Weitere Informationen gibt Mitsubishi Electric Europe B.V., Mitsubishi-Electric-Platz 1, 40882 Ratingen, E-Mail: [les@meg.mee.com](mailto:les@meg.mee.com), Tel.: 02102 486-0.

## Über Mitsubishi Electric

Mit mehr als 100 Jahren Erfahrung in der Bereitstellung zuverlässiger und qualitativ hochwertiger Produkte ist Mitsubishi Electric ein weltweit anerkannter Marktführer in der Herstellung, dem Marketing und dem Vertrieb von elektrischen und elektronischen Geräten für die Informationsverarbeitung und Kommunikation, Weltraumentwicklung und Satellitenkommunikation, Unterhaltungselektronik, Industrietechnologie, Energie, Mobilitäts- und Gebäudetechnologie sowie Heiz-, Kälte- und Klimatechnologie. In Anlehnung an „Changes for the Better“ ist Mitsubishi Electric bestrebt, die Gesellschaft mit Technologie zu bereichern. Das Unternehmen erzielte zum Ende des Geschäftsjahres am 31.03.2025 einen konsolidierten Umsatz von 36,8 Milliarden US-Dollar\*. In über 30 Ländern sind Vertriebsbüros, Forschungsunternehmen und Entwicklungszentren sowie Fertigungsstätten zu finden. Seit 1978 ist Mitsubishi Electric in Deutschland als Niederlassung der Mitsubishi Electric Europe vertreten. Mitsubishi Electric Europe ist eine hundertprozentige Tochter der Mitsubishi Electric Corporation in Tokio.

\*Umrechnungskurs 150 Yen = 1 US-Dollar, Stand 31.03.2025 (Quelle: Tokioter Devisenbörse)

Weitere Informationen:

<http://www.MitsubishiElectric.de>

<https://www.mitsubishi-les.com>

---

## Kontakt

Mitsubishi Electric Europe B.V.  
Katja de Schmidt  
Mitsubishi-Electric-Platz 1  
40882 Ratingen

Telefon: 02102 486-1800  
Mobil: 0172 167 73 48  
E-Mail: [Katja.de.Schmidt@meg.mee.com](mailto:Katja.de.Schmidt@meg.mee.com)

---

## Bildmaterial

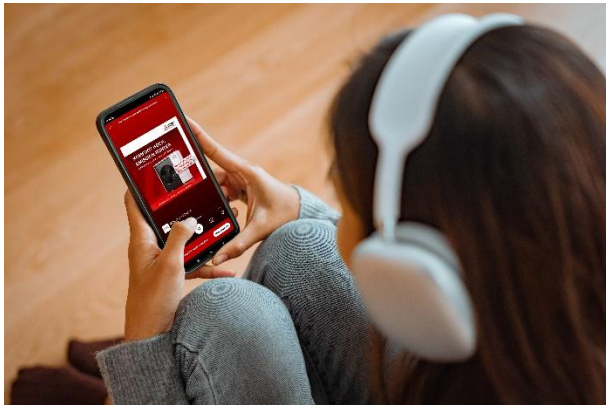
Abbildungen: Mitsubishi Electric

Datum: 29.09.2025



MEU\_B2C-Kampagne\_Connected-TV\_Pressekit\_01.jpg:

Auf bekannten Streaming-Diensten wie Netflix, Sky, Prime Video und Joyn sorgen die Werbeclips für große Aufmerksamkeit und maximale Reichweite.



MEU\_B2C-Kampagne\_AudioSpot\_Pressekit\_01.jpg:  
Spots auf ausgewählten Audio-Streaming-Plattformen und YouTube Music bringen die Botschaft gezielt in die Köpfe der anvisierten Zielgruppe.



MEU\_B2C-Kampagne\_DOOH\_Pressekit\_01.jpg / MEU\_B2C-Kampagne\_DOOH\_Pressekit\_03.jpg:  
Gut platziert und überall sichtbar: Im Rahmen der Out-of-Home-Maßnahmen sorgen City Light Poster und Großflächen an Hauptverkehrsstraßen für starke Hingucker. Vor allem Pendler lassen sich während der Rush-Hour auf diese Weise erreichen.



MEU\_B2C-Kampagne\_DOOH\_Pressekit\_02.jpg:

Auch in ausgewählten Edeka-Supermärkten ist die Kampagne, die die Stärken der Wärmepumpe mit einem Gefühl von Verantwortung und Wohlbefinden verknüpft, über Screens präsent.