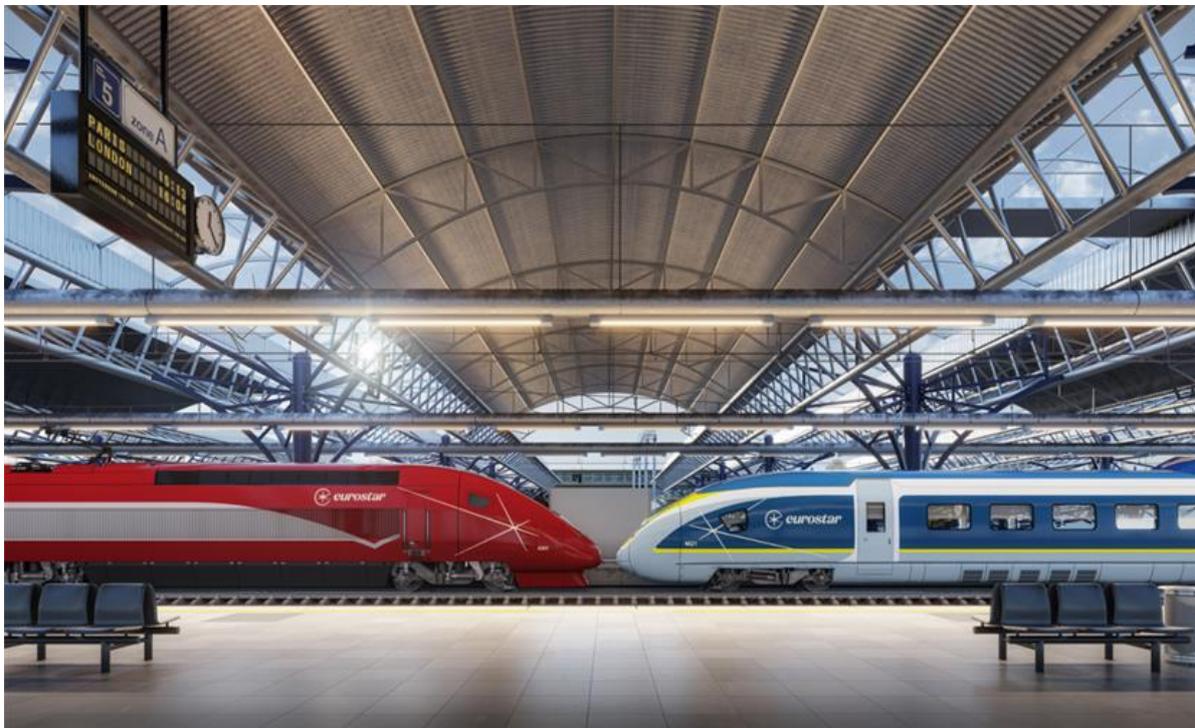


## Eurostar präsentiert neue Markenkampagne und Treueprogramm

Mit dem Slogan „Together we go further“ treibt das Unternehmen nachhaltiges Reisen in Europa voran



*Zwei Züge der Marke Eurostar im neuen Branddesign.*

**Brüssel, 10. Oktober 2023.** Die neue Marke Eurostar vereint seit dem 1. Oktober 2023 die Unternehmen Eurostar und Thalys. Fahrgäste profitieren nun von einer vereinheitlichten Website, einer neuen App und einem neuen Treueprogramm. Heute kündigt Eurostar zudem seine brandneue Werbekampagne an. Diese wird ab dem 16. Oktober 2023 auf allen europäischen Strecken zu sehen sein.

*„Heute erleben wir einen besonderen Tag in der Geschichte des europäischen Hochgeschwindigkeitszugverkehrs. Mit Eurostar können unsere Kunden Europa hautnah erleben. Unser Ziel ist es, erstklassiges und nachhaltiges Reisen in Europa voranzutreiben“,* erklärt Gwendoline Cazenave, CEO von Eurostar.

**Ein einzigartiges Treueprogramm**

Mit dem Launch der neuen Marke führt Eurostar ein neues Treueprogramm ein. Der Club Eurostar führt dabei MyThalysWorld- und Club Eurostar-Mitglieder zusammen. Das neue Programm zählt bereits mehr als 2,5 Millionen Mitglieder.

Das neue Programm ist in vier Status unterteilt: Classique (0 bis 499 Punkte), Avantage (500 bis 2899 Punkte), Carte Blanche (2900 bis 4999 Punkte) und Étoile (über 5000 Punkte). Die Mitglieder erhalten je einen Punkt für jeden ausgegebenen Euro/US-Dollar und 1,2 Punkte für jedes ausgegebene britische Pfund.

### **Eine neue Marke mit vielversprechendem Slogan**

Eurostar hat als Symbol und neues Logo einen Stern gewählt. Dieser sogenannte „Spark“ ist der buchstäbliche sowie metaphorische Nordstern der Marke. Er verweist auf die ursprüngliche Zugverbindung zwischen Paris, Brüssel und Amsterdam. Damit stellt er eine Hommage an das erste Eurostar-Logo dar. Der Spark ist eine funkelnde und animierte Grafik, die als Kompass fungiert und die Ambitionen der Marke verkörpert.

Der neue Kampagnenslogan ‚Together we go further‘ unterstreicht das Versprechen, das Eurostar seinen Kunden gibt. Das Unternehmen ermöglicht seinen Kunden weitere Reiseziele durch die Verbindung der Streckennetze in fünf Ländern.

### **Eine neue Kampagne**

In einem farbenfrohen Animationsuniversum verleiht Eurostar der Marke im Einklang mit ihren Kernattributen neuen Schwung: Europäisch, integrativ, einzigartig und nachhaltig. Die Kampagne verdeutlicht auch die Kernelemente des Eurostar-Versprechens: Neue Reisemöglichkeiten, ein vielseitiges, mit der Bahn erreichbares Europa, die Wahl einer nachhaltigen Reise und ein erstklassiges Reiseerlebnis.

Mit einer Mischung aus Live-Action und Animation lädt Eurostar seine Kunden dazu ein, sich ihr eigenes Reiseerlebnis vorzustellen. Der Spark findet sich dabei in der gesamten Kampagne wieder. Er verbindet die reale und imaginäre Welt des Reisens. Gleichzeitig stellt er die Verbindung zwischen Eurostar und seinen Kunden her.

Ab dem 16. Oktober wird ein neuer 60-Sekunden-Spot gezeigt, der von adam&eve und DDB Paris produziert wurde. Ausgestrahlt wird der Spot im Fernsehen und in Kinos aller fünf Eurostarländer: Deutschland, Frankreich, Belgien, die Niederlande und dem Vereinigte Königreich. In dem neuen Spot sind zwei Frauen an Bord des Eurostars zu sehen. Sie werden in die pulsierende Welt der Reisemöglichkeiten in fünf Städte geführt.

Die audiovisuelle Kampagne wird außerdem von Out-of-Home- und Digitalwerbung begleitet. In der Kampagne sind die beiden Frauen durchgängig zu sehen. Eurostar beauftragte dafür zehn lokale Künstler aus den von ihnen angefahrenen Städten, verschiedene Bilder mit ihnen zu gestalten, die jedes Eurostar-Ziel zum Leben erwecken.

*„Reisen inspiriert uns und erneuert unseren Sinn für Kreativität, den wir in unserer neuen Kampagne zum Leben erwecken. Wir möchten das Gefühl der Aufregung vermitteln, das Kunden empfinden, wenn sie sich auf eine Reise begeben, um Europa zu entdecken. Wir haben den Werbespot und die OOH-Anzeigen mit versteckten Details versehen, die das Publikum entdecken kann, je öfter es unsere Reiseziele erkundet“,* kommentiert François Le Doze, Chief Commercial Officer bei Eurostar.

Richard Brim, Chief Creative Officer bei adam&eve/DBB berichtet: „Durch das kreative Schaffen ermöglichen wir dem Spark, echte Aufnahmen mit einer erweiterten Illustration Europas zu verbinden, die man nur bei einer Reise mit Eurostar erfahren kann.“

### **Nachhaltiges Reisen in Europa vorantreiben**

Vor fast 30 Jahren überquerten die Hochgeschwindigkeitszüge Eurostar und Thalys zum ersten Mal die europäischen Grenzen. Damit eröffneten sie einer neuen Generation von Geschäfts- und Freizeitreisenden den Zugang zum europäischen Zugverkehr. Seitdem ist das Reisen mit dem Zug zwischen London, Amsterdam, Brüssel, Köln und Paris zur Normalität geworden. Ab sofort treibt der neue Eurostar nachhaltiges Reisen in Europa voran. Ziel ist es, bis 2030 jährlich 30 Millionen Passagiere zu befördern.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.eurostar.com](http://www.eurostar.com).

### **Über Eurostar**

Eurostar, das neue Unternehmen, das Eurostar und Thalys vereint, will bis 2030 jährlich 30 Millionen Fahrgäste befördern und zum Maßstab für nachhaltiges Reisen in Europa werden. Mit einer Flotte von 51 Zügen bietet Eurostar das größte internationale Hochgeschwindigkeitsnetz in Westeuropa an und verbindet 28 Ziele in Deutschland, Belgien, Frankreich, den Niederlanden und dem Vereinigten Königreich. Im Jahr 2022 beförderte Eurostar 14,8 Millionen Fahrgäste und erzielte einen Umsatz von 1,532 Milliarden Euro. Eurostar befindet sich im Besitz von SNCF Voyages Développement (55,75 Prozent), einer Tochtergesellschaft von SNCF Voyageurs, CDPQ (19,31 Prozent), SNCB (18,50 Prozent) und von Federated Hermes Infrastructure verwalteten Fonds (6,44 Prozent).

**Flotte:** 51 Züge

### **Schnellste Reisezeiten:**

- London - Brüssel: 02h00
- London - Paris: 02h15
- London - Lille: 01h30
- London - Rotterdam: 03h13
- London - Amsterdam: 03h52
- Paris - Brüssel: 01h22
- Paris - Amsterdam: 03h19
- Paris - Köln: 03h20
- Brüssel - Amsterdam: 01h51
- Brüssel - Köln: 01h47

## **PRESSEKONTAKTE EUROSTAR GROUP**

### **International**

Cordula Descheemaeker, Céline Ronquetti  
+ 32 2 548 06 51 (tagsüber)  
+ 32 2 430 38 76 (abends/ am Wochenende)  
[press@eurostar.com](mailto:press@eurostar.com)

### **Großbritannien**

+ 44 020 7843 5500  
[press.office@eurostar.com](mailto:press.office@eurostar.com)  
@NewsEurostar

### **Deutschland**

Christian Hildebrand  
+ 49 69 900 28 88 16  
[eurostar@bcc-ffm.de](mailto:eurostar@bcc-ffm.de)

\*\*\*

### **Disclaimer**

Die in dieser E-Mail und den dazugehörigen Anhängen enthaltenen Informationen sind nur für den Adressaten bestimmt und können vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten. Sollten Sie die Nachricht irrtümlich erhalten haben, löschen Sie die Nachricht bitte und benachrichtigen Sie den Absender, ohne die Nachricht zu kopieren oder zu verteilen oder ihren Inhalt an andere Personen weiterzugeben. Außer bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit schließen wir jegliche Haftung für Verluste oder Schäden aus, die durch virenbefallene Software oder E-Mails verursacht werden.