

Presseinformation

September 2014

Launchkampagne der Shaver 9000 Serie:

Philips ruft zur Mission Himmelsstürmer auf - dem Sieger winkt ein Flug in den Weltraum

Hamburg – Den Planeten von oben sehen und dem Himmel näher sein als der Erde - wer will das nicht? Mit Einführung der neuen, innovativen Rasierer Serie 9000 startet Philips seine DACH-weite, kanalübergreifende Kampagne *Mission Himmelsstürmer*. Der niederländische Technologiekonzern unterstreicht seine 75-jährige Innovationsgeschichte im Bereich Körperpflege durch eine Kooperation mit dem Raumfahrtunternehmen XCOR Space Expeditions. Beide Unternehmen teilen die Leidenschaft für bahnbrechende Technologien. Gemeinsam mit XCOR Space Expeditions und Markenbotschafter Jürgen Klopp ruft Philips Konsumenten auf, sich unter www.philips.de/himmelsstuermer als Himmelsstürmer zu bewerben - der Gewinn ist ein Flug in den Weltraum.

Eine Rasur wie nicht von dieser Welt

Das Weltall und die Raumfahrt faszinieren uns seit Menschengedenken. Die Weltraumforschung hat herausragende Innovationen und damit zahlreiche Pionierleistungen erbracht. Auch Philips hat im Laufe seiner 75-jährigen Historie im Bereich Körperpflege immer wieder Pioniergeist bewiesen und technologische Meilensteine gesetzt. Vom Philishave, dem ersten rotierenden Elektrorasierer 1939, über den Moonshaver Prototypen mit Vakuumfunktion 1969 bis hin zur aktuellen Shaver 9000 Serie mit der weltweit einzigartigen Konturerkennungstechnologie - Philips schafft es immer wieder, Vorreiter auf diesem Gebiet zu sein. Denn Männer möchten die fortschrittlichste Technologie in jedem Aspekt ihres Alltags erleben. Bei der exklusiven Ausstattung der neuen Rasierer-Generation hat Philips diese Wünsche berücksichtigt. Die Geräte vereinigen 75 Jahre Forschungs- und Entwicklungsarbeit. Der Shaver 9000 ist erfolgreich in der Schwerelosigkeit getestet, er kann sich selbst hier perfekt den Gesichtskonturen anpassen.

Von der Bewerbung zum Gewinner: Jürgen Klopp wählt den Himmelsstürmer aus

Warum bin ich der optimale Kandidat, um mit Philips in den Weltraum zu fliegen? Diese Frage müssen sich alle zukünftigen Himmelsstürmer stellen - und viel wichtiger: beantworten. Über die Aktionsseite www.philips.de/himmelsstuermer sind alle Interessierten eingeladen, in wenigen Worten zu beschreiben, warum sie die perfekte Besetzung für den Himmelsstürmer sind. Jürgen Klopp, langjähriger Philips Markenbotschafter, fungiert bei der Mission gemeinsam mit weiteren Experten als Jurymitglied. Er wählt die Favoriten aus und unterstützt die Vorbereitung auf den Raumflug. Die Bewerber erwartet ein mehrstufiger Auswahlprozess: Nach Eingabe ihres Bewerbungstextes plus Foto werden alle Teilnehmer im zweiten Schritt aufgefordert in einem Video zu beweisen, warum sie sich als optimaler Kandidat für die



Mission qualifizieren. Die Jury wählt die Besten dieser Runde aus – sie dürfen sich auf ein intensives Vorbereitungscamp im XCOR Space Expeditions Trainings Center freuen, an dessen Ende der Gewinner schließlich feststeht. Der erste Raumflug soll in 2015 stattfinden.

Der Himmelsstürmer in allen Kanälen

Von Print bis Mobile, durch Raum und Zeit: In einer umfassenden kanalübergreifenden Marketingkampagne macht Philips auf die Mission Himmelsstürmer aufmerksam. Begleitet wird der Bewerbungsprozess zum Himmelsstürmer durch eine digitale Kampagnenseite mit spannenden Inhalten und Hintergründen zum Thema, Social Media Maßnahmen sowie von einem entsprechenden Auftritt am POS.

Weitere Informationen zur Kampagne Himmelsstürmer finden Sie hier:

www.philips.de/himmelsstuermer

Alle Philips Highlights: www.philips.de/produktpresse

Weitere Informationen für Medien:

Philips Consumer Lifestyle

Jeannine Kritsch

Telefon: 0 40 / 28 99 – 22 13

Telefax: 0 40 / 28 99 – 7 22 13

E-Mail: jeannine.kritsch@philips.com

Konsumentenfragen:

Philips Kundenservice

Telefon: 040 / 80 80 10 980

Über Royal Philips

Royal Philips (NYSE: PHG, AEX: PHIA), mit Hauptsitz in den Niederlanden, ist ein Unternehmen, das auf Gesundheit und Wohlbefinden ausgerichtet ist. Im Fokus steht die Verbesserung der Lebensqualität der Menschen mit innovativen Lösungen aus den Bereichen Healthcare, Consumer Lifestyle und Lighting. Philips beschäftigt etwa 113.000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern und erzielte in 2013 einen Umsatz von 23,3 Milliarden Euro. Das Unternehmen gehört zu den Marktführern in den Bereichen Kardiologie, Notfallmedizin, Gesundheitsversorgung für zuhause sowie energieeffizienten Lichtlösungen. Außerdem ist Philips einer der führenden Anbieter im Bereich Mundhygiene sowie bei Rasierern und Körperpflegeprodukten für Männer. Mehr über Philips im Internet: www.philips.de.

Philips feiert 100 Jahre Forschung

1914 gründeten die Unternehmer Anton und Gerard Philips im niederländischen Eindhoven das erste Philips Forschungslabor. Unter der Leitung des renommierten Physikers Dr. Gilles Holst wurde sich im „Natuurkundig Laboratorium (NatLab)“ zunächst auf die Entwicklung neuer Lichtquellen und Funktechnik und Elektronik konzentriert. Heute – 100 Jahre später – unterhält Philips eine der weltweit größten unternehmenseigenen Forschungseinrichtungen. Mit dem in Eindhoven angesiedelten Hauptsitz und sechs internationalen Standorten in Nordamerika, Europa und Asien beschäftigt Philips Research mehr als 1.500 Mitarbeiter aus 50 Ländern und hat bisher über 100.000 Patente angemeldet. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).