

Presseinformation

Juli 2015

Neuer TV-Spot für Philips Lumea Social Content-Kampagne wirbt für das lichtbasierte Haarentfernungssystem

Hamburg – Mit einem neuen TV-Spot wirbt Philips für das innovative, lichtbasierte Haarentfernungssystem Philips Lumea. Die TV-Kampagne, die bis Ende Juli auf reichweitenstarken Sendern zu sehen ist, bildet den vorläufigen Höhepunkt einer crossmedialen Kampagne, mit der Philips völlig neue Wege in der Markenkommunikation geht: Um insbesondere die Zielgruppe der jungen Frauen anzusprechen, legt Philips in seiner Kommunikation einen großen Schwerpunkt auf Social Content Marketing.

So kooperierte Philips beispielsweise mit dem Fashion-Portal Blogwalk.de, das zur Mediengruppe RTL gehört, und dort vor allem mit der Bloggerin Alix von Blog-amm. Mit ihren 26 Jahren gehört Alix selbst zur Zielgruppe und ist damit nicht nur die ideale Produkttesterin, sondern auch eine hervorragende Multiplikatorin. Auf ihrem Blog berichtet sie darüber, wie ihr der Philips Lumea das lästige, regelmäßige Rasieren der Beine erleichtert. Das Gerät zählt zu den effektivsten Haarentfernungssystemen am Markt und vollbringt tatsächlich wahre Wunder, um dem Nachwachsen von Haaren am Körper vorzubeugen. Sanfte Lichtimpulse sorgen bei regelmäßiger Anwendung für eine seidenglatte Haut an jedem Tag. Das Haar fällt durch die Lichtimpulse auf natürliche Weise aus, gleichzeitig wird das Nachwachsen neuer Haare verhindert.

Den Kampagnenauftritt bildete ein Advertorial, das zum Erfahrungsaustausch der fashion- und beautybegeisterten Userinnen aufruft. Im Mai folgte ein How-to-Video, das zeigte, wie Philips Lumea genutzt werden kann und das geliked, geshared und gepostet werden konnte. Jetzt, im dritten Flight, wird die Social Content Kampagne über weitere Bewegtbild-Videos verlängert: Innerhalb des Fashion-Blogs wird Alix via Video ihr Fazit ziehen und ihre Fan-Gemeinschaft über das Ergebnis ihres Produkttests informieren. Besonderes Highlight sind die neuen TV-Spots, die auf das Onlinevideo hinweisen. „Mit dem Mix aus Bewegtbild und Social Content sprechen wir genau die junge weibliche Zielgruppe an, die sich für Beauty-Themen wie glatte Beine und seidige Haut sehr interessieren“, sagt Astrid Meisner, Senior Marketing Manager Beauty & Skincare bei Philips Consumer Lifestyle DACH. „Gleichzeitig zeigen wir, dass Philips mit seinen innovativen Healthcare-Produkten weltweit zu den Trendsettern zählt.“

Die Kampagnenumsetzung erfolgte mit IP Deutschland, RTL interactive und RTL Creation. Für die Mediastrategie und -planung ist Carat Deutschland am Standort Hamburg verantwortlich.

Den TV-Spot finden Sie unter: <https://www.youtube.com/watch?v=kS3CPXyeyf4>



Weitere Angaben zum Produkt: www.philips.de/e/haarentfernung/.

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 108.000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern und erzielte in 2014 einen Umsatz von 21,4 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.