

Presseinformation

August 2016

Große VerWANDlung: Philips OneBlade Streetart in der Sternschanze

Hamburg – 53.5622843,9.964123 – diese Koordinaten führen direkt zu einem der absoluten Hamburger Hotspots mitten in der Sternschanze. In dem belebten, popkulturellen Szeneviertel, genauer gesagt in der Bartelsstraße Nummer 39, Ecke Susannenstraße, trifft sich internationales Publikum in angesagten Plattenläden, stöbert in Boutiquen oder verweilt in Kneipen und gemütlichen Cafés. Unter ihnen viele stil- und modebewusste Männer, die Wert auf einen gepflegten und individuellen Bartstyle legen. Exakt an dieser Stelle hat [Philips](#) nun einen ganz besonderen Marketing-Coup umgesetzt: Die Male Grooming-Sensation Philips OneBlade schmückt hier als Streetart-Kunstwerk eine circa 110 Quadratmeter große Hauswand. Alles, was dafür nötig war: ein Kran und Sprühdosen mit jeder Menge Farbe. Vor allem das leuchtende Limettengrün sticht jedem „Schanzengänger“ dabei sofort ins Auge. Denn diese besondere Farbe ist charakteristisch für die Weltneuheit [OneBlade](#).

„Seit dem Launch des Philips OneBlade wurden unsere Erwartungen an den Verkauf mehr als übertroffen, absolut beeindruckend! Vom Online-Shop über die Elektronikmärkte bis hin zum Drogeriegeschäft nebenan – mittlerweile ist OneBlade so gut wie überall erhältlich. Daher dachten wir uns: So ein großartiges Produkt erfordert im wahrsten Sinne des Wortes große Maßnahmen“, so Benedikt Lohaus, Marketing Manager Grooming bei Philips. „Mit dieser außergewöhnlichen Art der Vermarktung spiegeln wir dabei nicht nur die Neu- und Einzigartigkeit des Philips OneBlade wider, sondern präsentieren Philips auch als sich immer wieder neu erfindendes Unternehmen, das Trends setzt“, so Lohaus weiter.

Zielgruppengerechtes Marketing einmal anders

Tagtäglich passieren zahlreiche Schanzen-Besucher, die per S- oder U-Bahn anreisen, beim Zugang zum Schulterblatt diese Kreuzung. Mit der Platzierung des OneBlade an dieser exponierten Stelle erreicht Philips auf effektive Weise einen Großteil seiner Zielgruppe. Für die Erstellung des Streetart-Kunstwerks beauftragte Philips die marketing & emotions gmbh, die das überdimensionale Bart-Tool und einen sich damit rasierenden jungen Mann innerhalb von sieben Tagen – teils frei, teils mittels Schablonen vom Künstler Vincent Schulze – auf die großflächige Hauswand zauberten.

Innovative OneBlade-Technologie für eine Rasur wie nie zuvor

OneBlade verfügt über eine einzigartige Technologie, die das Resultat langjähriger Forschung und Entwicklung ist: Sie bewegt das schnelle Schermesser 200 Mal in der Sekunde und schneidet selbst lange Haare einfach und schnell ab. Durch drei aufsteckbare Bartkämme (1, 3 und 5 Millimeter) bringt das Tool jede gewünschte Bartlänge gleichmäßig in Form. Dank der innovativen Technologie zur Konturenanpassung folgt die bewegliche, doppelseitige Klinge den Konturen des Gesichts ganz nah an der Haut und ist damit äußerst präzise. Sie kann in



jede Richtung zum Styling von Kanten und klaren Linien bewegt werden und lässt der Kreativität in Puncto Bartstyling freien Lauf.

Weitere Informationen zu Philips OneBlade finden Sie in der [Presseinformation](#).

Alle Philips Highlights: www.philips.de/produktpresse

Weitere Informationen für Medien:

Philips GmbH Market DACH

Jeannine Kritsch

PR Manager Personal Health

Telefon: 0152 / 22 80 32 33

E-Mail: jeannine.kritsch@philips.com

Konsumentenfragen:

Philips Kundenservice

Telefon: 040 / 80 80 10 980

Über Royal Philips

Royal Philips (NYSE: PHG, AEX: PHIA) ist ein führender Anbieter im Bereich der Gesundheitstechnologie. Ziel des Unternehmens mit Hauptsitz in den Niederlanden ist es, die Gesundheit der Menschen zu verbessern und sie mit entsprechenden Produkten und Lösungen in allen Phasen des Gesundheitskontinuums zu begleiten: während des gesunden Lebens, aber auch in der Prävention, Diagnostik, Therapie sowie der häuslichen Pflege. Die Entwicklungsgrundlagen dieser integrierten Lösungen sind fortschrittliche Technologien sowie ein tiefgreifendes Verständnis für die Bedürfnisse von medizinischem Fachpersonal und Konsumenten. Das Unternehmen ist führend in diagnostischer Bildgebung, bildgestützter Therapie, Patientenmonitoring und Gesundheits-IT sowie bei Gesundheitsprodukten für Verbraucher und in der häuslichen Pflege. Philips beschäftigt etwa 69.000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern und erzielte mit seinem Gesundheitstechnologie-Portfolio in 2015 einen Umsatz von 16,8 Milliarden Euro. Mehr über Philips im Internet: www.philips.de