

Presseinformation

Sanfter Kaffee oder Espresso?

Jürgen Klopp wirbt für den innovativen CoffeeSwitch von Philips

Hamburg, 08. Juni 2015 – Dass Jürgen Klopp, der langjährige Erfolgstrainer von Borussia Dortmund, mit Druck umgehen kann, hat er gerade in der abgelaufenen Bundesliga-Saison eindrucksvoll bewiesen. Philips greift jetzt diese Thematik auf und lässt sein langjähriges Testimonial in einem Online-Video ganz entspannt und mit einem Augenzwinkern über seinen Umgang mit stressigen Momenten philosophieren. Deutlich macht er dies am Kaffeevollautomaten der Philips 4000 Serie mit dem neuen, patentierten CoffeeSwitch. „Ich nehme jetzt mal den Druck raus“, sagt Jürgen Klopp und stellt den CoffeeSwitch, einen hochwertigen Hebel an der Frontseite der Maschine so ein, dass sie sanften Kaffee mit minimalem Brühdruck zubereitet. „Wenn’s intensiv werden soll“, erklärt Klopp und drückt den Regler nach unten, „erhöhe ich den Druck.“ Die Software des CoffeeSwitch erkennt die Position und brüht jetzt einen Espresso mit maximalem Druck.

In dem von der Agentur Since Today, Wien, entwickelten Spot werden damit anschaulich die Produktvorteile des Philips CoffeeSwitch dargestellt: der Anwender kann zwischen intensivem Espresso und sanftem Kaffee wählen – stets aus frisch gemahlene Bohnen. „Wir wissen, dass sich viele Konsumenten einen Vollautomaten wünschen, der neben Espresso auch einen sanften Kaffee zubereiten kann“, sagt Florian Schumann, Senior Marketing Manager Full Auto & Manual Espresso D/A/CH. „Diese Kundenwünsche können wir nun mit einem einzigen Gerät zufriedenstellen. Und mit Jürgen Klopp haben wir den idealen Botschafter, um diesen Schritt in eine neue Ära der Kaffeezubereitung unterhaltsam und glaubwürdig zu kommunizieren.“

Das Video bildet dabei die Basis einer umfassenden crossmedialen Kampagne, die auf klassische, digitale Medien sowie den Point of Sale setzt. Neben Pre- und Mid-Roll-Spots werden auch Produkttester in die Kampagne einbezogen, die über ihre Erfahrungen mit dem Kaffeevollautomaten der 4000 Serie berichten. Flyer, Printanzeigen sowie Promotions am PoS runden die Kampagne ab.

Insgesamt umfasst die Serie der innovativen Philips-Maschinen drei Modelle, die die Marktführerschaft von Philips bei Kaffeemaschinen in Westeuropa unterstreichen. Hintergrund: Espresso entfaltet seinen optimalen Geschmack, wenn er mit einem Brühdruck von acht bis zehn Bar hergestellt wird. Kaffee hingegen entwickelt sein typisches Aroma bei einem möglichst niedrigen Druck. Um diesen Druckunterschied kümmert sich der innovative CoffeeSwitch. Die One Touch-Funktion auf dem Digital-Display mit Farbsymbolen bietet zudem alle Kaffee- und Milchspezialitäten auf einen Knopfdruck. Das Scheibemahlwerk besteht zu 100 Prozent aus Keramik und sorgt damit für einen natürlichen Geschmack der Bohnen, stellt ein gleichmäßiges Mahlen, eine dauerhafte Leistung und einen geräuscharmen Betrieb sicher. Der Mahlgrad der Bohnen ist in fünf Stufen variierbar – von der feinsten



Einstellung für einen intensiven Espresso bis zur größten für einen leichteren Café Crème. Auch die Kaffeestärke, Tassenfüllmenge und Brühtemperatur sind einstellbar.

Das Online-Video mit Jürgen Klopp finden Sie unter:
<https://www.youtube.com/watch?v=dbHnu-t9b6E>

Weitere Angaben zum Produkt:
http://www.newscenter.philips.com/de_de/standard/news/consumerlifestyle/20150326_Voll_e_Kontrolle_mit_der_Philips_4000er_Serie.wpd

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 und neuen Lichtenwendungen. 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.