

## Presseinformation

Hamburg, August 2013

### **Ein Rasierer – alle Styles: Philips geht mit *Click & Style* in die nächste Runde**

Ein Trend beherrscht den Male Grooming<sup>1</sup> Markt: Lifestyle orientierte Männer legen Wert auf ihr individuelles Äußeres und Stylen neben dem klassischen Rasieren ihr Gesichts- und Körperhaar – weltweit sind das bereits über 60 Prozent der Männer, Tendenz steigend<sup>2</sup>. Der Wunsch nach Geräten mit gleichzeitig integrierter Rasier- sowie Trimmfunktion wächst. Kampagnen wie *Dein Bart für Deutschland* mit dem sympathischen Startrainer Jürgen Klopp und Produkten wie dem Philips Styleshaver haben das starke Wachstum des Marktes für Bartschneider sehr positiv beeinflusst. In 2012 ist dieser Markt um knapp 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr gewachsen<sup>3</sup>. Philips geht mit seiner *Lebe Deinen Style* Dachkampagne ab Juli in die nächste Runde. Im Fokus stehen männliche Jugendliche und junge Männer, die gerade mit dem Rasieren und Stylen beginnen und dafür ein cooles, modernes Produkt verwenden möchten. Die beworbenen Produkte entstammen der neuen Click & Style Serie von Philips.

„Als Marktführer im Bereich Male Grooming<sup>4</sup> sprechen unsere Produktlösungen derzeit überwiegend eine Zielgruppe über 25 Jahren an. Mit unseren neuen Click & Style Modellen<sup>5</sup> und der auf die Produkte abgestimmten und im Juli startenden Kampagne werden wir auch die Rasier-Einsteiger für uns gewinnen sowie bisherige junge Nassrasierer begeistern“, so Dennis Bienia, Marketing Manager Male Grooming Philips Consumer Lifestyle. „Unsere Click & Style Kampagne ist erneut auf 360° angelegt, setzt ihren Fokus jedoch dort, wo sich die Jugendlichen heute permanent aufhalten – im Internet. Selbstverständlich werden wir auch bei Click & Style unser Testimonial Jürgen Klopp als Verstärker nutzen“, so Bienia weiter.

Die Website Designed to Play ([www.philips.de/clickandstyle](http://www.philips.de/clickandstyle)) ist der zentrale Hub der auf etwa zwei Monate angelegten Kampagne für die Click & Style Serie von Philips. Dabei wurde die Seite für sämtliche Online-Plattformen optimiert – bis hin zu den unterschiedlichen mobilen Betriebssystemen. Die Website fordert die Zielgruppe zum aktiven Mitwirken auf – auf Youtube gestellte Kurzfilme können über 625 Pfade zu Ende gespielt werden. Am Schluss findet der interessierte Nutzer genau seine Rasier- und Styling Lösung aus der Click & Style Serie von Philips. Und das funktioniert sogar auf dem Smartphone. Philips nutzt damit erstmalig die von FlixMaster entwickelte Technologie zur Einbindung mobil optimierter, interaktiver Videos. Zudem bringt Philips hochwertige PoS-Lösungen zum Einsatz, von Displays, Postern und Broschüren bis hin zu einer 60 Tage Geld-zurück-Garantie.

Die Click & Style Kampagne ist Teil der auf mehrere Jahre angelegten Philips Dachkampagne *Lebe Deinen Style*. Mit *Dein Bart Für Deutschland* und Philips Male

<sup>1</sup> Male Grooming: Rasieren, Trimmen, Stylen

<sup>2</sup> Quelle: Global U&A studies 2010- % repräsentatives Ergebnis für USA, Frankreich, Deutschland und GB, 3% rasieren sich nicht

<sup>3</sup> Wachstum um 27,3 Prozent, Quelle: gfk, Januar 2013, Angaben in Wert

<sup>4</sup> 39,8% Prozent Marktanteil in Wert Juni 2012-Mai 2013, Quelle gfk, Mai 2013

<sup>5</sup> Produkte: YS534 (Shave, Style, Groom), UVP: 99,99 EUR / YS521 (Shave, Groom), UVP: 79,99 EUR

Grooming Testimonial Jürgen Klopp ist der niederländische Technologiekonzern zur EM 2012 sehr erfolgreich mit *Lebe Deinen Style* gestartet. Nach zwei weiteren erfolgreichen Kampagnenabschnitten im Winter 2012/13 sowie im Frühjahr 2013 folgt nun Teil 4. Für das Jahresendgeschäft ist ein weiterer Ansatz geplant.

Zwei Click & Style Rasierer zählt Philips seit Mai 2013 zu seinem Male Grooming Portfolio, den YS534 sowie den YS521. Beide Geräte ermöglichen sowohl ein glattes Gesicht als auch einen getrimmten Körper und sprechen vor allem eine junge männliche Zielgruppe von 15 bis 25 Jahren an. Der YS521 verfügt über zwei sehr schnell und einfach zu wechselnde Aufsätze – zum Rasieren und Groomen. Die 3-in-1 Variante YS534 verfügt über einen zusätzlichen Bartstyling-Aufsatz.

**Weitere Informationen finden Sie hier:**

[www.philips.de/produktpresse](http://www.philips.de/produktpresse)

[www.philips.de/clickandstyle](http://www.philips.de/clickandstyle)

Weitere Informationen für Medien:

Philips Consumer Lifestyle

Sebastian Lindemann

Telefon: 0 40 / 28 99 – 42 08

Telefax: 0 40 / 28 99 – 7 42 08

E-Mail: [sebastian.lindemann@philips.com](mailto:sebastian.lindemann@philips.com)

Konsumentenfragen:

Philips Kundenservice

Telefon: 0800 / 000 7520 (kostenfrei)

**Über 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 115.000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern und erzielte in 2012 einen Umsatz von 24,8 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](http://www.philips.de)