

## Presseinformation

03. Juni 2015

### Philips startet Neupositionierung als führende Gesundheitsmarke

- Reichweitenstarke Out-of-Home-Kampagne startet zum Hauptstadtkongress in Berlin
- Allein die Citylight-Poster erreichen rund 30 Millionen Kontakte
- Kernbotschaft: Innovative Technologie, die den Menschen und seine Gesundheit in den Mittelpunkt stellt

**Hamburg/Berlin** – Hunderte an Citylight-Postern, auffällige Billboards, gebrandete Busse sowie eine dominante Belegung der Out-of-Home-Werbeträger am Nahverkehrsknoten Friedrichstraße: Mit einer in der Unternehmensgeschichte bislang einzigartigen Werbekampagne unterstreicht Philips in Berlin seine Kompetenz im Bereich innovativer Gesundheitstechnik. Die aufmerksamkeitsstarken Motive, die bis Ende des Monats das Straßenbild der Hauptstadt prägen, zeigen, mit welchem Aufwand und Engagement sich Philips dem Thema Gesundheit verschrieben hat. Über dem Foto eines Mannes im mittleren Alter steht: „90 Millionen Stunden Entwicklung für einen Blick in sein Herz.“ Und das Bild einer jungen Mutter, die ein Baby in ihren Armen hält, wird durch die Zeilen ergänzt: „5.000 Forscher für einen gesunden Weg ins Leben.“

Anlass für die emotionale Außenwerbe-Kampagne ist der anstehende Hauptstadtkongress, die Leitmesse der Gesundheitsbranche. Dieser auch als „Davos der Medizin“ bezeichnete Gipfel lockte im vergangenen Jahr über 8.000 Besucher und findet diesmal vom 10. bis 12. Juni im CityCube statt – das ideale Umfeld, um auf die Neuausrichtung des Philips Konzerns hinzuweisen. Denn für viele Menschen ist Philips immer noch allein die Marke für Beleuchtung, Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik und Fernsehgeräte. Dass Philips aber zahlreiche innovative Produkte und Lösungen im Bereich Gesundheit bietet, ist vielen nahezu unbekannt. Die Out-of-Home-Kampagne macht deshalb deutlich: Das Unternehmen Philips ist eine der wichtigsten Gesundheitsmarken weltweit; Philips zählt international zu den führenden Playern in so wichtigen Bereichen wie beispielsweise Kardiologie, Notfallmedizin oder Gesundheitsvorsorge.

Die Reichweite der von der Mediaagentur Carat und dem Spezialmittler Posterscope geplanten und umgesetzten Kampagne ist beeindruckend. Allein über die 750 Citylight-Poster werden in Berlin rund 30 Millionen Kontakte erzielt. Über die dominante Belegung nahezu aller Out-of-Home-Werbeträger am U-Bahnhof Friedrichstraße werden zudem täglich weitere 230.000 Menschen erreicht. Gesteigert wird diese werbliche Präsenz noch durch die Belegung von 20 Billboards sowie das Branding der Buslinien 100 und 200. „Unsere unübersehbare Botschaft lautet: Philips steht für innovative Technologien, die den Menschen, seine Gesundheit und sein Wohlergehen in den Mittelpunkt stellt“, betont Thomas Schönen, Leiter Brand, Communications & Digital bei Philips in D/A/CH. „Ich bin überzeugt, dass wir für unsere



emotionale Kampagne das optimale Umfeld gewählt haben und mit diesem reichweitenstarken Auftritt die Positionierung von Philips als Gesundheitsmarke einen großen Schritt voran bringen.“ Bereits im vergangenen Monat hatte Philips mit seinem Außenwerbe-Auftritt für Gesprächsstoff gesorgt. In Hamburg wurden zum Röntgenkongress über 400 Citylight-Poster belegt und elf Millionen Kontakte erzielt. Im Sommer schließlich wird die Kampagne durch TV-Spots erweitert.

Die Weichen für diese Neuausrichtung des Konzerns hatte Philips im vergangenen Herbst gestellt. Danach wird die Lichtsparte im Laufe der kommenden Monate eigenständig. Philips wird künftig klar als HealthTech-Konzern positioniert, der Lösungen entlang des gesamten Gesundheitskontinuums bietet. Dieses reicht von Produkten und Lösungen für einen gesunden Lebensstil über Vorsorge, Diagnose, Behandlung und Genesung bis hin zu ambulanter Pflege: All diese Bereiche werden mit hoch innovativen Angeboten für professionelle Medizinkunden, aber auch für Endverbraucher abgedeckt. Diese ganze Bandbreite wird auf einem weiteren Plakatmotiv deutlich. Darauf steht: „35.000 Patente für Ihre Gesundheit.“

#### **Weitere Informationen:**

Philips GmbH Market DACH, Unternehmenskommunikation  
Lübeckertordamm 5, 20099 Hamburg  
Sebastian Lindemann  
Head of Communication  
Tel: 0 40 / 28 99 - 42 08  
Email: [sebastian.lindemann@philips.com](mailto:sebastian.lindemann@philips.com)

#### **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](http://www.philips.de).