

## Presseinformation

September 2016

### **Philips OneBlade wird zum TV-und Online-Star: Jürgen Klopp entfernt in einer spektakulären Philips Online-Kampagne seinen berühmten Dreitagebart**

**Liverpool** – Jürgen Klopp ohne seinen markanten Dreitagebart? Für viele Fans unvorstellbar. Doch nun hat er es tatsächlich getan – und das vor laufender Kamera am Philips Set in Liverpool. Mit dem revolutionären Tool [Philips OneBlade](#) nahm sich der beliebte Fußballtrainer und langjähriger [Philips](#) Markenbotschafter für den Bereich Shaving seinen Bart ab. Komplett. Sein gewohnt lässiger Kommentar nach der spektakulären „Bartbefreiung“: „Das Ding funktioniert wirklich. Würde ich ohne Bart besser aussehen, würde ich mich jetzt jeden Tag rasieren“. Wie es zu dieser Aktion kam und wie „Kloppo“ ohne sein Markenzeichen aussieht, kann ab sofort in der neuen Philips Online-Kampagne auf YouTube ([Jürgen Klopp trifft auf Philips OneBlade](#), [Vollbart-Challenge](#), [Schnurrbart-Challenge](#), [Männer treffen auf Philips OneBlade](#), [Philips OneBlade – Trimmen, stylen, rasieren](#)), [Facebook](#) und im Google Netzwerk bestaunt und persönlich kommentiert werden. Zudem wird das innovative Tool ab dem 3. Oktober in einem [TV-Werbespot](#) auf quotenstarken Fernsehkanälen wie ProSieben, RTL II oder kabel eins zur Prime Time zu sehen sein. Anstatt des authentischen Jürgen Klopps nehmen im TV-Spot gleich mehrere charismatische Männer Philips OneBlade zur Hand und kreieren damit unterschiedlichste Bartstylings. Die Planung der Kampagne erfolgte von Carat. Ogily London gestaltete sie und Laterna Magica ist die verantwortliche Produktionsfirma des Online-und TV-Spots. Der Facebook Auftritt stammt von der Agentur Social Labs.

„Wir waren uns am Anfang unsicher, ob sich Jürgen als bekennender Bartträger von uns bereits zum zweiten Mal dazu bewegen lassen würde, seine geliebten Gesichtshaare zu entfernen“, so Benedikt Lohaus, Marketing Manager One Blade und Grooming bei Philips. „Doch als er erfuhr, dass es sich bei seinem neuen ‚Werbepartner‘ um den begehrten Philips OneBlade handelt, hatten wir ihn im Boot. Um die Erfolgsgeschichte unseres OneBlades noch weiter auszubauen, möchten wir mit dem parallel zur Online-Präsenz anlaufenden TV-Werbespot einen hohen Verbreitungsgrad erzielen und vor allem eine junge und aktive Zielgruppe ansprechen“, so Lohaus weiter.

### **Macht er das wirklich? Jürgen Klopp entdeckt Philips OneBlade**

Im Mittelpunkt des Online-Spots steht „Kloppos“ Versprechen, welches er dem Philips Team vor einigen Monaten gegeben hatte: „Mit Euer innovativen Wunderwaffe Philips OneBlade werde ich, Jürgen Klopp, mir den Bart abnehmen lassen“. Ein Mann, ein Wort. Da half auch die Ausrede nichts, seine Spieler würden ihn im bevorstehenden Trainingslager ohne Bart gar nicht erkennen. Nachdem er zunächst bei anderen Männern beobachtete, wie sie ihren Barthaaren im Handumdrehen die unterschiedlichsten Stylings verpassten, setzte der Liverpool-Trainer mit Hilfe von Philips OneBlade am eigenen Bartansatz an und ging direkt



aufs Ganze: [Jürgen Klopp trifft auf Philips OneBlade](#)

## **Der Rasierer für alle Bärte – Philips OneBlade im TV-Werbespot**

Philips OneBlade muss „Mann“ selbst erleben. Um den potenziellen männlichen Käufern einen anschaulichen Einblick in dieses Erlebnis zu geben, erscheint ab dem 3. Oktober ein [Werbespot](#) auf den heimischen Fernsehapparaten: „Schwimm gegen den Strom, rasier gegen den Strich“ – so heißt es im neuen TV-Spot. Durch unterschiedlichste Bartformen und -längen präsentieren gleich mehrere Protagonisten anschaulich, dass es mit OneBlade in puncto Stylingmöglichkeiten keine Grenzen gibt. Um speziell eine junge Zielgruppe (17 bis 32 Jahre) zu erreichen, wird der Spot zur Prime Time auf quotenstarken Fernsehsendern, wie zum Beispiel ProSieben, RTL II und kabel eins zu sehen ein.

## **Daten zum Online-Spot (mit Jürgen Klopp):**

Zeitraum der Online-Kampagne: ab sofort bis Ende 2016

Kanäle: YouTube, Facebook, Google

Creativ Agentur: Ogilvy London

Produktionsfirma: Laterna Magica mit Film Director Ralph Loop

Media Agentur: Carat, SocialLabs (Facebook)

## **Daten zum TV-Spot:**

Zeitraum der Ausstrahlung des TV-Werbespots: 3. Oktober – 6. November 2016

Kanäle: ProSieben, RTL II, kabel eins

Creativ Agentur: Ogilvy London

Produktionsfirma: Laterna Magica mit Film Director Ralph Loop

Media Agentur: Carat

Alle Philips Highlights: [www.philips.de/produktpresse](http://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](mailto: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](http://www.philips.de)