

Presseinformation

Mai 2019

Philips weitet Influencer-Marketing aus: 14 „Philips Friends“ unterstützen die #makelifebetter Markenkampagne

Hamburg – Philips zündet die nächste Stufe seiner übergreifenden Markenkampagne und weitet dazu seine Zusammenarbeit mit Influencern aus. Ab sofort zählen zum Kreis der „Philips Friends“ sieben weitere Social-Media-Personalities. Damit kooperiert Philips in diesem Jahr mit insgesamt 14 namhaften Influencern. Neu im Freundeskreis sind zum Beispiel Anni von [fashionkitchen](#), Eva ([ms__evas](#)), [Die.Kim](#), der Blogger Lennart Marlon ([lennartmarlon_](#)) und weitere. Sie ergänzen das Team der bisherigen „Philips Friends“ zu denen unter anderem [Carmushka](#), Fabian Lück ([fabianlueck1](#)), [Jamina1404](#) und Janina ([Ohwunderbar](#)) gehören.

Im Fokus der Markenkampagne von Philips stehen sechs verschiedene Produkte, die allesamt das Leben der Konsumenten besser, gesünder und einfacher machen: das Haarentfernungsgerät Philips Lumea IPL Prestige, die Schallzahnbürste Philips Sonicare, der Kaffeevollautomat Philips LatteGo, der Hochleistungsrasierer Philips S9000 Prestige, die Heißluftfritteuse Philips Airfryer XXL sowie der Akkusauger Philips SpeedPro Max. Die Produkte stehen stellvertretend für die breite Angebotsvielfalt des Unternehmens und werden von den Influencern in ihre Postings über das alltägliche Leben authentisch und informativ eingebunden. Dadurch transportieren sie die Kernbotschaft von Philips: „Es gibt immer einen Weg, das Leben besser zu machen“. Entsprechend lautet der dazugehörige Kampagnen-Hashtag #makelifebetter. Die Philips Friends animieren ihre Follower durch die mehrwertigen Inhalte dazu, sich weiter über die Produkte zu informieren. Zudem werden immer wieder auch Kaufanreize in Form von Coupon Codes gegeben.

Um ein größtmögliches Maß an Glaubwürdigkeit zu transportieren, lässt Philips den Influencern die kreative Freiheit, die sie für ihre Posts, Videos oder Blogbeiträge benötigen. „Als Unternehmen treten wir von strengen Markenvorgaben zurück und lassen den Influencern viel Raum für die eigene Gestaltung der Beiträge“, sagt Marlies Gebetsberger, Market Leader Philips Personal Health DACH. „Es ist uns wichtig, dass sie gegenüber ihrer Zielgruppe ehrlich zeigen, wie unsere Produkte den Alltag der User bereichern können. Außerdem ist uns an einer langfristigen Zusammenarbeit mit unseren Philips Friends gelegen. Denn glaubwürdige Influencer sind die Markenbotschafter von Morgen.“

Als Zielgruppe sprechen die Influencer vor allem Personen im Alter zwischen 25 und 45 Jahren an. Unter den Social-Media-Kanälen liegt der Hauptfokus dabei auf den Instagram Stories. Sie bieten die Möglichkeit, die Philips Produkte unmittelbar in den Alltag der Influencer einzubinden – und sie einer reichweitenstarken Audience näher zu bringen. Videos auf YouTube und die Blogs der Influencer sind geeignete Kanäle, um vor allem weiterführende



Informationen zu präsentieren. Instagram Posts wiederum sind die ideale Bühne für ästhetisch anspruchsvolle Aufnahmen und hohes Engagement der Follower.

Mit der #makelifebetter Kampagne mit den nunmehr 14 „Philips Friends“ setzt Philips seine Markenkampagne fort, die im vergangenen September bundesweit gestartet wurde und bei der der Schwerpunkt auf TV- und Online-Spots lag. Verantwortliche Agenturen sind Carat, Hamburg (Media), isobar Germany (Influencer), iProspect (Media), und Ogilvy (Kreativ).

Beispiele für Posts von den „Philips Friends“:

oh_wunderbar: [Blogpost](#), [Instagram](#)

die.Kim: [Instagram](#)

jamina1404: [YouTube](#), [Instagram](#)

carmushka: [Instagram](#)

funnypilgrim: [YouTube](#), [Instagram](#)

josielloves: [Blogpost](#), [Instagram](#)

fabianlueck1: [Blogpost](#), [Instagram](#)

Weitere Informationen unter:

www.philips.de/airfryer

www.philips.de/sonicare

www.philips.de/rasierer

www.philips.de/lumea

www.philips.de/kaffee

www.philips.de/akkusauger

Facebook-Seite von Philips DACH: www.facebook.com/Philips.DACH/

YouTube-Channel von Philips: www.youtube.com/user/Philips

Weitere Informationen für Medien:

Philips GmbH Market DACH

Jeannine Kritsch

Head of Consumer Communication

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 77.000 Mitarbeiter in mehr als 100 Ländern und erzielte in 2018 einen Umsatz von 18,1 Milliarden Euro. Mehr über Philips im Internet: www.philips.de