



Besser als Neu: Philips launcht crossmediale Refurb Kampagne – weniger Abfall durch Generalüberholung der Produkte

Hamburg, 05. Juni 2023 – Passend zum heutigen „World Environment Day“ launcht Philips in Deutschland als erster Markt in Europa, eine Kampagne zum Kauf von generalüberholten Philips Produkten. Unter dem Motto „Besser als Neu – Refurb, das ist die Zukunft!“, startet die Marke zahlreiche Werbe- und PR Maßnahmen. Indem sie darauf aufmerksam macht, dass neben neuen Produkten auch refurbished Produkte verkauft werden, will das Unternehmen für Gesundheitstechnologie das Kaufverhalten der Konsument*innen langfristig und nachhaltig verändern. Mit dieser Kampagne möchte Philips die Annahme „neu = besser“ in Frage stellen, indem das Unternehmen die Konsument*innen über generalüberholte Produkte als nachhaltige und kosteneffiziente Alternative zu Neuprodukten aufklärt.



Refurb bedeutet: Zurückgesendete Produkte erhalten eine zweite Chance und können eine zufriedenstellende Alternative zum Kauf neuer Produkte darstellen. Was bleibt, ist die garantierte Philips Qualität mit zwei Jahren Garantie und mit deutlich weniger Abfall. Die Generalüberholung sorgt dafür, dass hochwertige Produkte weiterhin verwendet werden können und nicht auf dem Recyclinghaufen landen. Außerdem müssen weniger neue Produkte hergestellt werden, was die Abhängigkeit von den weltweiten natürlichen Ressourcen verringert. Durch mehr als 39.000 generalüberholte Produkte, die ein neues Zuhause gefunden haben, hat Philips im Jahr 2022 ganze 139 Tonnen Elektroschrott vermieden.* „Die Kreislaufwirtschaft hilft uns, den Klimawandel durch verantwortungsvollen Umgang mit Energie und Materialien zu bekämpfen.“, so Robert Metzke, Philips Global Head of Sustainability.

Neben zahlreichen Werbemaßnahmen wie DOOH, Social Advertisement, Online-Ads, CRM, PR, Influencer- und Medien Kooperationen sorgt ein aufmerksamkeitsstarkes Pop-up Event vom 20. bis 24. Juni mitten in der Großstadt Hamburg – dem deutschen Standort von Philips, für die gewünschte Aufmerksamkeit der „Besser als Neu“-Kampagne. In dem 5 mal 6 Meter großen Pop-up Store direkt vor der Rindermarkthalle in St. Pauli, dreht sich alles um die refurbished Produkte von Philips, die Vorteile sowie die dahinterstehenden Prozesse.



„Mit unserer „Besser Als Neu“-Kampagne möchten wir die Denkweise der Konsument*innen nachhaltig verändern und ihnen neue Kaufmöglichkeiten aufzeigen. Philips steht für die Entwicklung von Innovationen, die das Leben der Menschen verbessern. Wir sind davon überzeugt, dass solche Innovationen nur dann wirklich gut sind, wenn sie darauf abzielen, das Leben zu verbessern und die Umwelt in gleichem Maße zu schonen. Gerade in Zeiten wie diesen, wo viele Menschen um den Klimawandel und gleichzeitig auch um ihr Geld besorgt sind, braucht es neue Impulse. Wir wollen durch die Idee hinter „Besser als Neu“ zeigen, dass generalüberholte Produkte viele Vorteile gegenüber Neuprodukten haben. Mit unserer Initiative machen wir nachhaltige Kaufentscheidungen für alle zugänglich und arbeiten daran, dieses Ziel zu erreichen“, erklärt Damla Saricoban, Philips Head of Marketing Personal Health bei Philips DACH.

Die Kampagne wurde in Kooperation mit dem italienischen Kunst- und Fotografie-Magazin TOILETPAPER und Kreativagentur Le Pub entwickelt. Exklusiv für Philips hat TOILETPAPER futuristische Kampagnen Visuals erstellt, die refurbished Produkte auf kreative und futuristische Art und Weise in Szene setzen.

Weitere Informationen unter: www.philips.de/c-e/shop/de-generalueberholt

* Philips unterzieht die geöffneten Rücksendungen von Kunden und Einzelhändlern (auch aus Abonnementplänen) einer Generalüberholung. Bei der Berechnung der Abfallerzeugung berücksichtigt Philips das Gewicht dieser zurückgesendeten Produkte ohne Zubehör und Verpackungsmaterial. Sowohl Philips Produkte für die persönliche Gesundheit als auch Haushaltsgeräte, die vom Lizenznehmer Versuni verkauft werden, werden in die Berechnung der Auswirkungen einbezogen.

Für weitere Informationen oder Philips Testprodukte gerne an folgenden Kontakt wenden:

Svenja Eggert
PR & Influencer Manager
Philips Personal Health (Avent, Beauty, Shaving, Oral Healthcare)
svenja.eggert@philips.com

Über Royal Philips

Royal Philips (NYSE: PHG, AEX: PHIA) ist ein führender Anbieter im Bereich der Gesundheitstechnologie mit dem Ziel die Gesundheit und das Wohlbefinden der Menschen durch bedeutsame Innovationen zu verbessern. Die patienten- und menschenorientierten Innovationen von Philips nutzen fortschrittliche Technologien und fundierte klinische und verbraucherbezogene Erkenntnisse, um individuelle Gesundheitslösungen für Verbrauchende und professionelle Gesundheitslösungen für medizinisches Fachpersonal und die von ihnen behandelte Personen im Krankenhaus und zu Hause anzubieten. Das Unternehmen mit Hauptsitz in den Niederlanden ist führend in den Bereichen diagnostischer Bildgebung, Ultraschall, bildgestützter Therapie, Patientenmonitoring und Unternehmensinformatik sowie im Bereich individueller Gesundheitslösungen. Philips zählt etwa 74.000 Beschäftigte in mehr als 100 Ländern und erzielte 2022 einen Umsatz von 17,8 Milliarden Euro. Mehr über Philips im Internet: www.philips.de/presse.



Folge Philips auf Instagram

