

Philips Lumea IPL setzt mit einer kreativen Kampagne erstmals auf visuelle Magie an ikonischen Plätzen Deutschlands



Vom Brandenburger Tor in Berlin bis zum Viktualienmarkt in München und der Elbphilharmonie in Hamburg, enthüllt Philips eine visuell faszinierende Kampagne in der Weihnachtszeit: Als auffällig inszenierte Lichtobjekte, verbinden sich innovative **Philips Lumea IPL** mit der realen Welt. Die virtuellen Out-of-Home-Videos schaffen einen Wow-Effekt in der einzigartigen Form des „visual Storytelling“ und schicken die Betrachter:innen auf eine Reise zwischen Realität und Fiktion an den ikonischsten Orten Deutschlands.

Pinke Weihnachten

Mit dieser innovativen Kampagne betritt Philips Neuland, indem das Unternehmen IPL-Geräte in einen originellen, ästhetischen und realen Kontext setzt – eine Idee, die fasziniert und Neugierde weckt. Damit ist Philips eine der ersten Marken, die in Deutschland solche neuen Formate virtueller Out-of-Home-Videos realisiert. Inspiriert von der Idee von „Pinken Weihnachten“ hebt sich die visuelle Welt dieser Weihnachtskampagne von den traditionellen weihnachtlichen Farben Rot und Grün ab und setzt auf einzigartige Pinktöne, um das Farbschema des Philips Lumea IPL aufzugreifen und der Szenerie einen farbenfrohen Touch zu verleihen.



Lumea IPL – das perfekte Geschenk

Doch nicht nur die visuellen Kreationen sind spektakulär, auch **Philips Lumea IPL** kann Magisches: Durch die so genannte Intense Pulsed Light (IPL)-Technologie werden sanfte Lichtimpulse an die Haut abgegeben, wodurch die Haarfollikel in eine Art Ruhephase versetzt werden und anschließend auf natürliche Art und Weise ausfallen. Nach insgesamt 12 Anwendungen bleibt die Haut für ganze 12 Monate haarfrei.¹



Für einen haarfreien Sommer 2024 ist also genau jetzt der richtige Zeitpunkt, um mit der Anwendung zu beginnen. Dies macht Lumea IPL zu dem perfekten Weihnachtsgeschenk für alle, die sich schon lange eine erfolgreiche und langanhaltende Haarentfernungsmethode für seidig glatte Haut gewünscht haben – sei es für sich selbst oder seine Liebsten.

Zusammenarbeit mit 3D-Künstler

Hinter der visuellen Kampagne steht die enge Zusammenarbeit mit der Kopenhagener Gruppe „We are ELI“, die die technische Expertise sowie die künstlerische Vision aus einer Hand mitbringen, unterstützt durch den Entschluss von Philips, etwas wirklich Außergewöhnliches zu schaffen.

1) Durchschnittliche Haarreduzierung nach 12 Behandlungen: 86 % an den Unterschenkeln, 70 % in der Bikinizone, 67 % in den Achselhöhlen.

Kontakt für weitere Informationen::

Daria Blaha
Account Supervisor PR
FleishmanHillard Germany GmbH
Ger.philips@fleishman.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 benadelten 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

