

Medieninformation

IFA 2010

Die Marke AEG glänzt in neuem Design

Klare Linien verbunden mit mehr Emotionalität kennzeichnen neuen Markenauftritt

Nicht nur eine neue Produktkollektion, sondern ein komplett überarbeiteter Markenauftritt erwartet Anhänger der Marke AEG auf der IFA 2010 in Berlin vom 3. bis 8. September. Das Makeover umfasst alle Aspekte der Marke: von der innovativen Produktreihe „Neue Kollektion“ über die Neugestaltung des Logos bis hin zu Above- und Below-the-Line-Materialien. Der überarbeitete Markenauftritt unterstreicht die Premium-Positionierung von AEG und spiegelt die Wünsche der Zielgruppe wider.

„Unsere Zielgruppe bevorzugt Marken mit klarem und fokussiertem Design kombiniert mit Emotionalität“, erklärt Britta Amara, Marketing Direktorin von Electrolux Deutschland. „Die Vorlieben und Wünsche der Verbraucher ändern sich heute schneller, da neue Technologien Verhaltensweisen und Lebensstil stetig beeinflussen. Daher müssen sich auch Marken häufiger erneuern.“ Electrolux untersucht kontinuierlich den Wandel im Verbraucherverhalten sowie aktuelle Trends und berücksichtigt die Erkenntnisse in Produktentwicklung und Design.

Das Herzstück des neuen Markenauftritts ist die „Neue Kollektion“ – eine neue Produktreihe, die innovative Technik zum Kochen, Kühlen, Spülen, Waschen und Trocknen mit einem sehr klaren und puristischen Design kombiniert. In den Kommunikationsmaterialien spiegelt sich das Makeover in mehr Dynamik und inspirierenden Elementen wider. Eine emotionale Bildsprache bestärkt die Kunden, ihrem Wunsch nach Perfektion nachzugehen.

„Wir sind sicher, dass wir mit dem Neuauftritt von AEG ihrem Markenanspruch „perfekt in Form und Funktion“ gerecht werden und ihr Premium-Profil noch weiter schärfen werden“, bekräftigt Klaus Wühl, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Electrolux Deutschland.

Das neue Gesicht von AEG ist ab Herbst 2010 im Handel zu sehen.

Electrolux ist ein weltweit führender Hersteller von Hausgeräten für den privaten und gewerblichen Einsatz. Jedes Jahr kaufen Kunden in mehr als 150 Ländern mehr als 40 Millionen Produkte. Der Schwerpunkt des Unternehmens liegt auf innovativen, durchdachten Geräten, die auf Basis umfassender Konsumentenbefragungen entwickelt werden und so den realen Bedürfnissen der Verbraucher und Profis entsprechen. Zum Portfolio gehören Kühlschränke, Geschirrspüler, Waschmaschinen, Staubsauger und Herde bekannter Marken wie Electrolux, AEG-Electrolux, Eureka und Frigidaire. 2009 setzte Electrolux mit 51.000 Mitarbeitern circa 10,3 Milliarden Euro um.

ELECTROLUX UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

ADRESSE

Elisabeth Lokai-Fels
Fürther Straße 246
90429 Nürnberg

TELEFON

0911-3 23 12 58

TELEFAX

0911-323 11 78

E-MAIL

Elisabeth.Lokai-Fels@electrolux.de
unternehmenskommunikation@electrolux.de

INTERNET

www.electrolux.de
www.aeg.de
<http://newsroom.electrolux.com/de/>