

## Medieninformation

Kontakt:

Elisabeth Lokai-Fels

Tel. 0911-3 23 12 58

[Elisabeth.lokai-fels@electrolux.com](mailto:Elisabeth.lokai-fels@electrolux.com)

# Der Schlüssel zum Erfolg: AEG setzt auf „best in class“ Erlebnisse für Konsumenten und Handel

IFA 2017

**Innovative Technologien, eine herausragende Bedienbarkeit und ein hochwertiges Design machen die AEG Produkte zu dem, was sie sind: smarte Premium-Geräte, die für ein einzigartiges Konsumentenerlebnis sorgen. Für AEG stehen die Bedürfnisse des Verbrauchers ganz klar im Mittelpunkt. Eine Strategie, die auch im Fachhandel ankommt. Denn die hochwertigen Hightech-Produkte garantieren gute Margen.**

Lernfähige und personalisierbare Funktionen sowie ein einzigartig bedarfsgerechtes Design: Ob bei Geschirrspüler, Staubsaugerroboter oder Waschtrockner – bei der Entwicklung von Produkten der Premium-Marke AEG setzt Electrolux den Fokus ganz klar auf das beste Konsumentenerlebnis. „Natürlich legen wir bei unseren Produkten Wert auf technische Raffinesse, aber nicht ausschließlich“, sagt Brian Fogh, Geschäftsführer der Electrolux Hausgeräte GmbH. „Denn bei der Entwicklung neuer Geräte stehen in erster Linie die Bedürfnisse des Konsumenten im Vordergrund. Daran orientieren wir uns, um ein Gerät zu entwickeln, welches diese bestmöglich erfüllen kann.“ Wie er erklärt, wolle der Konsument langlebige Produkte kaufen, die einfach zu bedienen seien und einen hohen Nutzen aufwiesen. „Für den Handel und uns bedeutet dies, dass wir gemeinsame eine große Chance haben, höherwertige Produkte zu verkaufen, die beiden Seiten eine gute Marge garantieren“, so Brian Fogh.

### ***Premium-Produkte mit dem gewissen Extra***

Beste Beispiele aus dem Hause AEG sind etwa die neuen Waschmaschinen und Wäschetrockner, die per MyAEG App aus der Ferne gesteuert und Waschzyklen ganz individuell eingestellt werden können. Per App kontrollieren lässt sich auch der smarte AEG-Saugroboter RX9, der auf Knopfdruck selbst schwer zugängliche Stellen komplett selbstständig reinigt. Ein „best in class“-Konsumentenerlebnis bietet auch die neue Induktionsbaureihe mit interaktiver Benutzerführung im „Windmühlen-Design“, die zudem dank extraflacher „Slimfit“-Bauform auch grandiose Einbauvorteile bietet: Sie passen problemlos in jede Arbeitsplatte. Und um ein Beispiel aus dem Bereich Zubehör zu liefern: Hier hält AEG eine drehbare Ablage für den Kühlschrank bereit, die einen einfachen Zugriff auf die im hinteren Teil gelagerten Lebensmittel ermöglicht.

Die Kombination aus modernen Technologien und einem einzigartig bedarfsgerechten Design sichert dem Unternehmen immer wieder prestigeträchtige Design-Auszeichnungen: So erhielt etwa der intelligente Geschirrspüler AEG ComfortLift den iF Gold Award, den iF Design Award und den Red Dot Award gleich mehrfach Lorbeeren. Und: Diese Fokussierung auf den Konsumenten zahlt sich mit einem weiteren Preis aus: Als einzige Hausgerätemarke wurde AEG mit dem Qualitätssiegel „Höchstes Kundenvertrauen“<sup>1</sup> ausgezeichnet. “

Electrolux Hausgeräte GmbH  
Fürther Straße 246  
DE-90429 Nürnberg

\*49 911 323 0

[www.electrolux.de](http://www.electrolux.de)

[www.aeg.de](http://www.aeg.de)

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

Sitz der Gesellschaft: Nürnberg I  
Geschäftsführung: Brian Fogh  
Registergericht: HRB 20603 I  
USt-IdNr: DE 811117185

<sup>1</sup> Kundenvertrauensranking Wirtschaftswoche, 2016

### **„Best in class“ Erlebnis am POS**

Neben den Endkonsumenten profitiert auch der Handel von der „Best in class“-Strategie. Hier profiliert sich AEG mit maßgeschneiderten Shop-in-Shop Systemen für dauerhafte Warenpräsentation im Handel. Im Elektrohandel lässt die AEG Aktiv Küche die Einbau-Highlights im echten Küchenumfeld direkt und emotional erleben.

Und für den Küchenhandel stellt das Unternehmen auf der diesjährigen Küchenmeile eine innovative Lösung vor, die der Marke AEG ein Gesicht im Markt geben und hohe Wiedererkennung für den Endkunden mit sich bringen wird: Die AEG Mastery Küche, die die Highlights der Mastery Range von AEG in einer aufmerksamkeitsstarken Küchenkonfiguration gekonnt in Szene setzt. Ab 2018 ist dann der offizielle Start für diese Kampagne im Handel.

Darüber hinaus erwartet sowohl Küchen- als auch Elektrohandel in den kommenden Wochen eine Jubiläumskampagne mit umfangreichem POS-Material anlässlich 130 Jahre AEG. Unter dem Motto: „Wir verschenken Sorglosigkeit“ bietet AEG dabei in beiden Vertriebskanälen Aktionsgeräte, auf die 13 Monate Extragarantie gewährt werden.

Und in den Genuss des „best in class“-Erlebnisses lässt AEG schließlich auch den Kücheninstallateur kommen: So unterstützt die neuartige AEG Installer App bei der Endmontage für perfekte Ergebnisse und minimalen Zeitaufwand.

Auch in Zukunft möchte das Unternehmen seine Handelspartner fördern: „Dazu gehört beispielsweise, dass wir unsere Partner in der Sortimentsgestaltung beraten und ihnen in Form von Trainingsprogrammen auch die richtigen Verkaufsargumente an die Hand geben“, sagt Fogh. „Denn nur so können wir gemeinsam jeden Verbraucherwunsch bestmöglich erfüllen und unserem Status als Top-Marke gerecht werden, der Kunden zu hundert Prozent vertrauen.“

Unsere Mission bei Electrolux ist es, Geschmacks-, Pflege- und Wohlfühl-Erlebnisse für ein angenehmeres und nachhaltiges Leben auf der ganzen Welt neu zu erfinden. Als ein führender, weltweiter Hersteller von Hausgeräten für den privaten und gewerblichen Einsatz, setzen wir unsere Kunden in den Fokus bei allem, was wir tun. Durch unsere Marken, zu denen unter anderem Electrolux, AEG, Anova, Frigidaire, Westinghouse und Zanussi gehören, verkaufen wir jährlich mehr als 60 Millionen Produkte an Kunden in über 150 Märkten. Im Jahr 2016 beschäftigte Electrolux 55.000 Mitarbeiter rund um den Globus und erzielte einen Umsatz von 12,8 Milliarden Euro. Weitere Informationen finden Sie unter [www.electroluxgroup.com](http://www.electroluxgroup.com).