

Medieninformation

Kontakt:

Elisabeth Lokai-Fels

Tel. 0911-3 23 12 58

Elisabeth.lokai-fels@electrolux.com

AEG FAB-Talks: Die Zukunft der nachhaltigen Wäschepflege

April 2018

„Care Labels – wieviel Care für unseren Planeten steckt hinter den Symbolen?“ war die Fragestellung, die beim jüngsten FAB Talk am 11. April im Düsseldorfer #Hotelfriends von AEG Care-Experten Michael Wolf und den beiden Berliner Designern Andrea Bury (ABURY) und Tim Labenda (TIM LABENDA) diskutiert wurde. AEG, das diese Veranstaltung initiierte, setzt sich mit seinem Care Label Project für eine nachhaltige Wäschepflege ein.

Wie können Care Labels uns helfen, nachhaltiger mit unserer Kleidung umzugehen – und welchen fatalen Missverständnissen kann man vorbeugen? Die diesjährige FAB-Talks-Reihe von AEG dreht sich um diese spannende Fragestellung, die nach der Auftaktveranstaltung im Januar in Berlin nun in Düsseldorf stattfand. Ein breitgefächertes Publikum aus Modefans, Journalisten und Influencern hatte sich in dem Designhotel eingefunden, um dem Experten-Talk zu lauschen. FAB steht dabei für „fresh Fashion Talks in an Arty environment with Business networking“ – und der Name ist Programm: AEG Produktmanager für Wäschepflege Michael Wolf tauschte sich angeregt mit den Fashionprofis Andrea Bury und Tim Labenda über das Thema Wäschepflege aus.

„Es kommt immer auf die richtige Pflege an“

Das Ziel der Talkrunde war es, darüber aufzuklären, wie jeder seine Pflegegewohnheiten überdenken kann und wie man seine Kleidung so schonend pflegt, dass sie lange wie neu aussehen. Die beiden AEG-Markenbotschafter Andrea Bury und Tim Labenda sind absolute Experten, was Mode und Nachhaltigkeit angeht – und es liegt beiden am Herzen, über eine nachhaltige Wäschepflege aufzuklären und zu einem Umdenken anzuregen. „Zum Glück setzt sich langsam der Trend zu hochwertigen Lieblingsteilen durch. Aber es kommt auch immer auf die richtige Pflege an“, sagt Designer Tim Labenda. „Sie bestimmt die Langlebigkeit unserer Kleidung. Es liegt also in unserer Hand, wie lange wir unsere Lieblingsteile tragen können.“

Doch wie schützt man die empfindliche Seidenbluse oder den edlen Kaschmir-Pulli vor dem Einlaufen oder Ausbleichen? Hier kommen die innovativen Geräte von AEG ins Spiel: „Mit dem Dampfprogramm der AEG Waschmaschinen kann der Kleidung ein neuer Frischekick verpasst werden, ganz ohne Nässe“, sagt Michael Wolf. „Wir wollen die Menschen dazu bewegen, mehr auszuprobieren und zeigen, dass auch Kleidungsstücke, die als nicht waschbar gekennzeichnet sind, mit unseren Geräten gewaschen und getrocknet werden können.“

Electrolux Hausgeräte GmbH
Fürther Straße 246
DE-90429 Nürnberg

+49 911 323 0

www.electrolux.de

www.aeg.de

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

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

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 2017 beschäftigte Electrolux 56.000 Mitarbeiter rund um den Globus und erzielte einen Umsatz von 12,4 Milliarden Euro. Weitere Informationen finden Sie unter www.electroluxgroup.com.