Bonus für mehr Frische

Siemens Hausgeräte mit Cashback-Aktion für hyperFresh Kühlgeräte

**Knackige Salate und erfrischendes Obst - mit steigenden Außentemperaturen haben auch kalte und frische Speisen wieder Hochkonjunktur. Passend dazu startet Siemens Hausgeräte ab 1. April eine exklusive Frische-Bonus-Aktion für den Fachhandel. Dabei kann er seinen Kunden bis zu 100 Euro Cashback auf alle Kühlgeräte des Aktionssortiments anbieten. Begleitet wird die Aktion durch zahlreiche Marketing-Aktivitäten von digitalen Werbemaßnahmen bis hin zu PoS-Materialien.**

Im Mittelpunkt der Handels-Offensive stehen sieben Aktionsgeräte mit hyperFresh Frischesystemen. Dank spezieller Temperatur- und Feuchtigkeitszonen schonen sie Geschmack, Vitamine und Nährstoffe von Lebensmitteln. Fisch und Fleisch, Obst und Gemüse bleiben damit bis zu dreimal länger frisch, was auch die Einkaufsplanung deutlich entspannt. Gleichzeitig lohnt sich die Entscheidung für die Frische-Bonus-Geräte auch finanziell. Denn wer sich im Aktionszeitraum vom 1. April bis 31. Juli 2021 für ein Aktionsgerät entscheidet, erhält 100 Euro des Kaufpreises zurück.

**Geld zurück – so geht‘s**

Dazu müssen sich die Käufer bis Ende August mit einem My-Siemens-Account für die Cashback-Aktion registrieren und erhalten den Bonus innerhalb von sechs Wochen auf das Konto überwiesen. Der Vorteil für beteiligte Händler liegt auf der Hand: Während sie zu 100 Prozent von der Werbe- und Kommunikationspower rund um die Maßnahme profitieren, läuft die Organisation der Rückvergütung im Hintergrund ab. „Die Aktion ist als Service und Unterstützung für unsere Partner im Handel gedacht. Deshalb nehmen wir Ihnen natürlich so viel Arbeit wie nur möglich ab“, unterstreicht Siemens Marketingleiter Jens Grubert.

**Frisches Marketing – jetzt noch regionaler**

Zusätzlich bringt ein umfangreiches Werbepaket die Frische-Bonus-Aktion in aller Munde. Darin sind neben Eyecatchern und Infomaterialien für den Point of Sale auch zahlreiche Marketing-Inhalte für die Webseiten und Social-Media-Aktivitäten der Händler enthalten. Eine weitere innovative und erfolgversprehende Unterstützungsmaßnahme ist das Geo-Targeting, mit dem sich Siemens gezielt an kaufinteressierte Konsumenten im regionalen Umfeld der einzelnen Ladengeschäfte wendet – beispielsweise durch Banner-Werbung oder individualisierte Übersichten der Aktionsgeräte in verschiedenen Prospekte-Apps. Händler können dabei mit ihrem Logo und den eigenen Verkaufspreisen vor Ort werben. Das lohnt sich auf jeden Fall, sagt Grubert: „Eine solche Individualisierung schafft mehr Relevanz durch klare Preisangaben und führt bei den beworbenen Partnern in der Regel zu mehr Besuchen und einem höheren Umsatz.“

[2.766 Zeichen inkl. Leerzeichen, ohne Abspann, 15. März 2021]

**Siemens** ist die Nummer Eins der deutschen Hausgeräte-Marken und setzt weltweit Maßstäbe in punkto Technologie, Innovation und Design. Das Sortiment umfasst sowohl Solo- als auch Einbaugeräte der   
Produktkategorien Kochen, Wäschepflege, Kühlen und Gefrieren sowie Geschirrspülen. Consumer   
Products mit den Schwerpunkten Kaffeezubereitung und Bodenpflege komplettieren das Angebot. Seit mehr als 165 Jahren steht der Name Siemens für Leistungsfähigkeit, Innovation, Qualität, Zuverlässigkeit und Internationalität. Siemens ist außerdem weltweit führend in der Entwicklung und Herstellung ressourceneffizienter Hausgeräte. Seit 1967 zählt die Marke zur BSH Hausgeräte GmbH mit Hauptsitz in München.   
[**www.siemens-home.bsh-group.com/de/**](http://www.siemens-home.bsh-group.com/de/)

**Pressekontakt:**

Alex Kostner

Carl-Wery-Straße 34 · 81739 München

Telefon +49-89-4590-2579 · Telefax +49-89-4590-2156

presse.siemens@bshg.com

Die BSH Gruppe ist eine Markenlizenznehmerin der Siemens AG.