# AEG stärkt Position als Wäschepflege-Spezialist mit neuer reichweitenstarken Marketingkampagne

Nürnberg, 19. Oktober 2020

**Pflegt die Wäsche, schont die Umwelt: In einer neuen reichweitenstarken Kampagne mit TV-Werbespots, Digitalstrategien und einer Social Media Offensive präsentiert Hausgerätehersteller AEG seine Innovationen in der Wäschepflege. Der Handel wird durch umfangreiche PoS-Maßnahmen unterstützt.**

Mit der neuen Kampagne festigt Hausgerätehersteller Electrolux die Position der Marke AEG als Pflegepionier. Im Fokus der Kampagne stehen die [AEG T9 Wäschetrockner](https://www.aeg.de/laundry/laundry/dryers/) sowie die [ProSteam® Technologie](https://www.aeg.de/local/promotions/prosteam-waeschepflege/) – eine nachhaltige und schonende Dampf-Funktion zum Auffrischen der Wäsche.

**Reichweitenstarke Kampagne mit über 86 Millionen Kontakten**

Mit einer Media-Reichweite von über 86 Millionen Kontakten realisiert AEG von Mitte Oktober bis Ende des Jahres 2020 einen crossmedialen Auftritt. Die Wäschepflege-Kampagne setzt auf eine reichweitenstarke TV-Präsenz, die über 31,4 Millionen Kontakte erreicht. Weitere 40 Millionen Kontakte erzielt eine umfassende digitale Aktivierung, abgerundet durch eine Social Media Kampagne mit einer Reichweite von rund 15 Millionen.

**Mehrwert für den Fachhandel**

„In den vergangenen zwei Jahren haben wir in enger Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern im Bereich Wäschepflege, insbesondere im mittleren und hochpreisigen Segment, deutliches Wachstum verzeichnet und unsere Marktanteile ausbauen können. Die Kampagne wird unsere Position weiter stärken, indem wir die Konsumentennachfrage für unsere hochwertigen ProSteam® Waschmaschinen und StiWa Testsieger ankurbeln und so dem Fachhandel weiterhin zu profitablem Wachstum mit AEG verhelfen“, sagt Martin Runschke, Director Sales Electrical Retail bei Electrolux.

Den stationären und digitalen Handel unterstützt AEG im Rahmen der Marketingkampagne mit zahlreichen Point of Sale Maßnahmen. Leaflets und Bullaugeneinleger sowie ein Online Toolkit mit ausführlichen Informationen und Anzeigenvorlagen stehen dem Handel zur Verfügung.

**#becauseIcare: Inspiration für eine nachhaltige Wäschepflege**

Als kontinuierliches Grundrauschen rundet eine Social Media Offensive die Kampagne ab. Unter dem Motto #becauseIcare rücken die Ergebnisse einer Wäschepflege mit AEG in den Fokus. Innovative Technologien wie die Dampf-Funktion ProSteam® sorgen für makellos gepflegte Wäsche und frischen selbst die empfindlichsten Textilien schonend auf.

Diesem Thema widmeten sich auch die B-Talks, die AEG gemeinsam mit dem Luxus-Warenhaus Breuninger auf den neuen Inspirationsflächen der Kaufhäuser in Nürnberg und Stuttgart organisierte. Bei den Events räumte AEG mit überholten Pflegemythen auf und informierte über die häufig unterschätzten Möglichkeiten, die Waschmaschine und Trockner heute bieten. Die Kernbotschaft des Nachhaltigkeitsspezialisten: Die richtigen Technologien ermöglichen ein nachhaltiges Umdenken in der Wäschepflege – das schont Kleidung und Umwelt.

Weitere Informationen zur AEG Wäschepflege finden Sie hier: [www.aeg.de/care](http://www.aeg.de/care)

|  |
| --- |
| Electrolux ist ein weltweit führender Hausgerätehersteller, der das Leben seiner Kunden seit über 100 Jahren besser macht. Wir erfinden Geschmack, Pflege und Wohlbefinden für Millionen von Menschen neu, immer in dem Bestreben, mit unseren Lösungen und Produktionswegen wegweisend in Sachen Nachhaltigkeit zu sein. Unter unseren bekannten Marken wie Electrolux, AEG und Frigidaire verkaufen wir in ca. 120 Ländern jährlich rund 60 Millionen Haushaltsgeräte. 2019 erwirtschafteten wir mit 49.000 Mitarbeitern weltweit einen Umsatz von 119 Mrd. SEK (ca. 11,2 Mrd. €).  Weitere Informationen finden Sie unter [www.electroluxgroup.com](http://www.electroluxgroup.com). |