

Medieninformation

Corinna Schrätz

Kaltwasser Kommunikation

+49 911 530 630

aeg@kaltwasser.de

AEG Pressebrunch auf der Küchenmeile: Produktpremieren treffen auf Serviceoffensive

Löhne, 21. September 2021

Im Rahmen des ersten AEG Pressebrunchs auf der Küchenmeile in Ostwestfalen hat Electrolux heute Vormittag der deutschen Fachpresse exklusive Einblicke in die aktuellen Küchentrends und Produkthighlights seiner Premiummarke AEG gegeben. Neben den Geräten standen dabei auch die neue virtuelle AEG Produktwelt für den Handel sowie die Serviceoffensive als integraler Bestandteil des neuen Markenversprechens im Fokus. Vom 18. bis 24. September 2021 präsentiert das Unternehmen im neugestalteten Showroom im Kitchen Center Löhne seine vielfältigen Innovationen für noch nachhaltigeren, unkomplizierteren und gesünderen Genuss.

Electrolux zeigt auf der diesjährigen Küchenmeile in Löhne, wie AEG Produkte mit weitergedachten Technologien das Alltagsleben verbessern. „Besucher können direkt erleben, was hinter unserem neuen Kampagnenclaim ‚Für alle die mehr erwarten‘ steckt“, freute sich Michael Geisler, Geschäftsführer der Electrolux Hausgeräte GmbH, im Gespräch mit den anwesenden Medienvertretern*. „Wir wollen die Marke AEG wieder dorthin bringen, wo sie hingehört: ins Premiumsegment. Dabei sind Nachhaltigkeit, Innovation und Besser Leben unsere drei Kernattribute, die sich sowohl in unseren Produkthighlights als auch in unseren Handelsaktivitäten unverkennbar widerspiegeln“, so Geisler weiter.

Die Produkthighlights im Überblick

Drei einzigartige Funktionen feiern auf der Küchenmeile Premiere. Ein Novum sind die eigens von AEG entwickelten und in Rothenburg gefertigten 2-in-1-Kochfelder Bridge XT und FlexiBridge XT mit integriertem Dunstabzug. Der neue 2-in-1-Kohlefilter entfernt beim Kochvorgang Fett und Gerüche zuverlässig aus der Raumluft. Ob Topf, Pfanne oder Plancha: Die Double FlexiBridge ermöglicht die Kombination von bis zu vier Kochzonen, die sich auf beiden Seiten des Kochfeldes variabel zusammenschalten lassen. „Zwischen dem Kauf und der Inbetriebnahme des FlexiBridge XT liegen nur 30 Installationsschritte. Das Modell ist damit deutlich schneller einsatzbereit als vergleichbare Geräte. Durch diese Vorzüge sind wir hier Vorreiter in Sachen ‚Best in Class Installation‘“, erläuterte Ralf Birk, Vertriebsleiter Küchen- und Möbelhandel Electrolux DE/AT, während eines Showroom-Rundgangs mit der Fachpresse.

Ein weiteres Highlight ist das TotalFlex Kochfeld mit Vollflächeninduktion. Es erkennt automatisch Größe und Position der verwendeten Töpfe und Pfannen und erwärmt die entsprechende Fläche für den Kochvorgang.

Die Premium-Funktion Quick Select mit Wi-Fi für den Geschirrspüler rundet die Neuheiten von AEG ab. Sie bietet einen einzigartigen Bedien- und Pflegekomfort. Denn in Kombination mit der My AEG Kitchen App können die Nutzer das Gerät von unterwegs bequem steuern und warten. Per Schritt-für-Schritt-Anleitungen werden sie navigiert und tragen so zu einer langen Lebensdauer des Gerätes und zu mehr Nachhaltigkeit im Alltag bei.

Electrolux Hausgeräte GmbH

Fürther Straße 246

90429 Nürnberg

+49 911 323 0

www.electrolux.de

www.aeg.de

www.newsroom.electrolux.com/de

Sitz der Gesellschaft: Nürnberg |
Geschäftsführung: Michael Geisler
Aufsichtsratsvorsitzender: Dr. Peter Greiner
Registergericht: HRB 20603 |
USt-IdNr: DE 811117185

AEG Serviceoffensive: Mehrwert für Handel, Konsumenten und Umwelt

Neben der aktiven Unterstützung der Handelspartner ist die Maximierung der Produktlebensdauer eines der Hauptanliegen der AEG Serviceoffensive, in die Electrolux in den vergangenen zwei Jahren konsequent investiert hat. Reparieren statt Austauschen lautet die Devise, auch im Sinne einer nachhaltigeren Kreislaufwirtschaft. „Die Reparatur eines alten Geräts verlängert nicht nur die Lebensdauer, sie verringert auch die Umweltauswirkungen im Vergleich zum Kauf eines neuen Produkts“ erklärte Nermin Tubić, Leiter Ownership Sales & Services Electrolux DE/AT, beim Pressetalk. So spielt die Servicekomponente in der Unternehmensstrategie heute eine deutlich größere Rolle als noch vor zehn Jahren. „Neben dem Umweltaspekt zählt ein qualitativ hochwertiger und schneller Service auch auf die Gesamtwahrnehmung unserer Marke ein. Hier haben wir in den letzten Monaten wichtige Weichen gestellt und erhalten sehr positives Feedback von unseren Handelspartnern und Konsumenten“, fasste Tubić zusammen. Denn zufriedene Konsumenten entlasten auch die Handelspartner, die sich damit auf die Beratung und den Verkauf konzentrieren können. Als neues wichtiges Tool führte Tubić den AEG Remote Service an, mit dem sich AEG Spezialisten bei Bedarf virtuell auf das Konsumentengerät schalten können. In vielen Fällen können sie so unmittelbar Hilfestellungen geben und dem Konsumenten damit eine schnelle und kostensparende Lösung anbieten.

Virtueller Showroom: Neues Tor zur AEG Produkt- und Markenwelt

Ein weiteres Highlight, das auf der diesjährigen Fachmesse vorgestellt wird: der neue virtuelle AEG Showroom. Dieser digitale Raum ist komplett im AEG Look & Feel für interaktive Begegnungen und Produkterlebnisse erschaffen worden. Mittels 360-Grad-Technologie werden detaillierte Informationen zu AEG Produkten im Bereich Küche aber auch in allen weiteren AEG Produktsegmenten vermittelt. Er beinhaltet 3D-Modelle der gesamten Produktrange. Diese sind virtuell begehbar und können aus allen Winkeln betrachtet werden. Darüber hinaus gibt es an wichtigen Touchpoints kurze Videoclips mit weiteren nützlichen Informationen, z.B. zur aktuellen Kampagne. „Die direkte Interaktion des Handels mit den Besonderheiten unserer Produkte steht bei dieser Plattform im Vordergrund“, betonte Ralf Birk bei der Vorstellung. „Unser Vertrieb wird den virtuellen Showroom zukünftig nutzen, um sich auch abseits der großen Messen noch stärker mit unseren Handelspartnern zu vernetzen. Damit heben wir das AEG Produkt- und Markenerlebnis auf ein neues Level und intensivieren gleichzeitig unsere Beziehung zum Handel.“

**Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde in dem Text auf weibliche und männliche Sprachformen verzichtet und das generische Maskulinum verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.*

Electrolux ist ein weltweit führender Hausgerätehersteller, der das Leben seiner Kunden seit mehr als 100 Jahren besser macht. Wir erfinden Geschmacks-, Pflege- und Wohlfühlerlebnisse für Millionen von Menschen neu – immer in dem Bestreben, mit unseren Lösungen und Tätigkeiten in Sachen Nachhaltigkeit an der Spitze zu stehen. Mit unseren Marken, darunter Electrolux und AEG, verkaufen wir in rund 120 Märkten jedes Jahr etwa 60 Millionen Haushaltsgeräte. 2020 beschäftigten wir 48.000 Mitarbeiter weltweit und erwirtschafteten einen Umsatz von circa 11,5 Mrd. Euro. Weitere Informationen unter www.aeg.de