

Presseinformation

Aktion für den Elektrohandel:

Siemens Hausgeräte definiert Geschwindigkeit mit sprintLine neu

Das Tempo zieht an in Deutschlands Küchen. Denn im Frühjahr startet Siemens Hausgeräte seine Fachhandelsaktion rund um das extraschnelle coolStart Programm seiner neuen sprintLine Herd-Set-Reihe. Mit ihm ist bei vielen Tiefkühlgerichten kein Vorheizen mehr nötig. Extraklasse-Händler dürfen sich darüber hinaus auch über ein sprintLine Backofen-Sortiment freuen. Ein umfangreiches Kommunikationspaket für den POS begleitet die Frühjahrsaktion.

Abends nach Feierabend schnell heim, rasch etwas essen, dann weiter zum nächsten Termin ... an manchen Tagen zählt jede Minute. Für diese Fälle hat Siemens Hausgeräte die coolStart Funktion entwickelt. Mit ihr liegt die beliebte Tiefkühlpizza schon 12 Minuten nach dem Anschalten des Ofens auf dem Teller. Die üblichen zehn Minuten Vorheizen fallen weg, das Ergebnis ist jedoch überzeugender denn je. Aber nicht nur die Tiefkühl-Pizza gelingt mit coolStart im Rekordtempo: Auch alle anderen Tiefkühlprodukte bis fünf Zentimeter Höhe sind damit schneller fertig.

sprintLine heißt: nicht lange warten müssen

Das in Deutschland einzigartige coolStart Programm steht im Mittelpunkt der aktuellen Frühjahrsaktion für den Elektrohandel: Unter dem Motto „Schnell. Schneller. coolStart von Siemens“ bringt die Marke die neuen sprintLine Herd-Sets in den Handel, die mit dem neuen „Geschwindigkeitsbooster“ ausgestattet sind. Siemens Extraklasse-Händler können ihren Kunden darüber hinaus auch einzelne sprintLine Backöfen mit coolStart Funktion anbieten.

Für schnellen Umsatz

Für die aufmerksamkeitsstarke Inszenierung am POS und darüber hinaus hat Siemens Hausgeräte ein vielfältiges Maßnahmenpaket geschnürt, das die Fachhändler bei der erfolgreichen Vermarktung unterstützt. Im Zentrum steht ein flexibel nutzbarer Kurzfilm, der sich für den Einsatz auf Bildschirmen am POS ebenso eignet wie auf Händler-Websites oder in den Social-Media-Kanälen. Flankiert wird das Bewegtbild durch POS Werbemittel und ein Gewinnspiel, bei dem sich die Teilnehmer mit etwas Glück einen Jahresvorrat Tiefkühlpizza sichern können. Es wird Anfang März über die Social-Media-Kanäle, die Website und in Endkunden-Newslettern von Siemens Hausgeräte breit beworben. Digitale PDF-Steckbriefe, Anzeigenvorlagen und Online Banner stehen den Siemens Partnern aus dem Elektrohandel ab Ende Februar zum Download unter SAM und Tradeplace zur Verfügung.

[2.446 Zeichen inkl. Leerzeichen, ohne Abspann, 5. Februar 2018]

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/

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.