

Persinformatie

1 november 2006

EERSTE 'MOTION SPECTACULAR' ABRI'S IN NEDERLAND TONEN GEBRUIKSGEMAK SENSEO® NEW GENERATION KOFFIEZETAPPARATEN

Eindhoven, Nederland - Ter gelegenheid van de lancering van de Senseo New Generation koffiezetapparaten zet Philips diverse media in om de consument over de nieuwe koffiezetter te informeren. Vanaf vandaag tot en met 7 november zullen speciale abri's ingezet worden om de functionaliteit van het nieuwe koffiezetapparaat tot leven te brengen. In 12 steden en in totaal op 25 locaties zullen de zogenoemde 'motion spectacular' abri's geplaatst worden. Door middel van bewegend beeld maken de uitingen in één oogopslag duidelijk wat de Senseo New Generation koffiezetapparaten te bieden hebben.

Voortbordurend op het succes van het Senseo koffiepadstelsel en op basis van onderzoek onder de huidige gebruikers van de Senseo koffiezetapparaten heeft Philips recentelijk de Senseo New Generation koffiezetapparaten gelanceerd. Bij deze nieuwe koffiezetapparaten is het gebruiksgemak voor het zetten van een kopje koffie groter en kan de gebruiker nog eenvoudiger genieten van zijn kopje Senseo koffie.

De gebruiker kan door middel van de nieuwe volumekeuzeknop zelf de hoeveelheid koffie bepalen (klein, medium of groot), het apparaat hoeft minder vaak bijgevuld te worden dankzij het extra grote verwijderbare waterreservoir en het waterniveaulampje geeft aan of er nog voldoende water voor zowel 1 als 2 kopjes koffie in het reservoir zit. De in hoogte verstelbare koffietuit maakt het mogelijk het favoriete kopje of mok met het Senseo koffiezetapparaat te gebruiken, wat duidelijk tot uiting komt op de motion spectacular abri's.

Marc van Amerongen, Marketingmanager bij JCDecaux, "We zijn zeer verheugd om deze techniek voor het eerst in Nederland met Philips rondom de Senseo New Generation koffiezetters toe te passen. De introductie van motion maakt het mogelijk om een deel van de reclameposter te laten animeren in een 'statisch' medium. Het is een nieuwe generatie van lenticular technologie, waarbij het gehele of een deel van het beeld beweegt zonder dat de toeschouwer zich verplaatst. Het vernieuwende van de nieuwe generatie Senseo koffiezetters wordt dus op een revolutionaire manier op de 'motion spectacular' abri's tot uiting gebracht."

Tevens kan de consument in het kader van de lancering van de Senseo New Generation op www.senseo.nl/newgeneration kans maken op een nieuwe generatie Senseo koffiezetter en een jaar lang gratis zijn favoriete Senseo koffiepad. Op de speciale website kan de bezoeker zijn creatieve kwaliteiten uiten door middel van een uniek ontwerp van zijn favoriete koffiekopje in te sturen. Per 1 oktober is de speciale site live en sindsdien hebben al meer dan 50.000 consumenten een ontwerp van hun favoriete Senseo kopje ingediend.

In 2001 is het eerste Senseo koffiezetapparaat op de Nederlandse markt geïntroduceerd. Wereldwijd zijn er al meer dan 15 miljoen verkocht en Philips verwacht in het laatste kwartaal van 2007 de 5 miljoenste Senseo in Nederland te verkopen.

Voor meer informatie (niet voor publicatie):

Philips DAP Nederland

Annemarije Pikaar

Tel.: 040 27 85030

E-mail: annemarije.pikaar@philips.com

Over Koninklijke Philips Electronics N.V.

Koninklijke Philips Electronics N.V. is toonaangevend op het gebied van gezondheidszorg, lifestyle en technologie, en levert producten, diensten en systemen die zijn geënt op zijn merkeloofte van "sense and simplicity". Philips heeft wereldwijd circa 125.500 werknemers in dienst, verspreid over meer dan 60 landen, en heeft zijn hoofdkantoor in Amsterdam. Met een omzet van EUR 30,4 miljard in 2005 is de onderneming marktleider op het gebied van systemen voor medisch-diagnostische beeldvorming en patiëntenbewaking, energiezuinige verlichtingsoplossingen, huishoudelijke apparaten en producten voor persoonlijke verzorging, alsmede consumentenelektronica. Philips staat genoteerd aan de New York Stock Exchange (symbool: PHG) en de beurs in Amsterdam. Voor meer informatie over Philips: www.philips.nl/nieuwscentrum