

SharkNinja mit starken Kampagnen zum Jahresendgeschäft

Weltstars am Start

Zur verkaufsstarken Saison am Jahresende hat SharkNinja seine Werbeaktivitäten nochmals verstärkt. Mit David Beckham als weltweiten Markenbotschafter für die Marke Ninja und Courteney Cox als globales Gesicht für Shark Clean sind hochkarätige Weltstars an Bord, die für viel Aufmerksamkeit bei den Endkunden sorgen und die Nachfrage beim Fachhandel verstärken sollen.

Mit „Ninja the Holidays“ bringt SharkNinja die erste globale Feiertags-Kampagne für die Küchenmarke Marke Ninja heraus. Mit dabei ist der globale Markenbotschafter David Beckham. Nachdem der erste TV-Spot in den USA am 1. November über verschiedene Streaming-Partner ausgestrahlt wurde, werden TV-Spots auch in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, den nordischen Ländern, dem Nahen Osten und den Benelux-Ländern gezeigt.

Die Kampagne wird auch auf Out-of-

Home-Plattformen verbreitet, z. B. am Times Square in New York City, in den Innenstädten von Los Angeles und Miami sowie

an den Piccadilly Lights in London. Dazu kommen, wie bei SharkNinja üblich, zahlreiche Auftritte in sozialen Medien und anderen digitalen Kanälen.

Die Markenkampagne hebt die vielen Funktionen hervor, mit denen die innovativen Ninja Küchengeräte ihren Anwendern das Leben leichter machen. Das ist besonders an den Feiertagen wichtig, damit die Zubereitung der Mahlzeiten nicht zuviel Zeit kostet. Der humorvolle Film zeigt, wie David Beckham mit seinem Motorrad, in dessen Beiwagen sich der Weihnachtsbaum befindet, nach Hause kommt und feststellt, wieviel Arbeit noch vor der Ankunft seiner Gäste zu erledigen ist. Doch dann setzt er seine Ninja Geräte ein: In der Ninja DoubleStack Heißluftfritteuse wird das Gemüse schnell und einfach gar, im Ninja Woodfire Outdoor-



Zumindest in dem neuen Spot mit David Beckham gelingt die Zubereitung des weihnachtlichen Truthahns im Ninja Woodfire Outdoor-Ofen praktisch von selbst.

Ofen gelingt der Truthahn perfekt, und mit der Ninja Creami wird ein festliches Zuckerstangeneis für den Kuchen zubereitet. Während die Ge-

räte arbeiten, stellt Beckham den Baum auf, füllt die Weihnachtsstrümpfe mit dem kabellosen Mixer Ninja Blast und deckt den Tisch für die Feiertage.

„Ich liebe es, die Feiertage zu Hause mit meiner Familie und meinen Freunden zu verbringen, und das gemeinsame Essen ist ein wichtiger Bestandteil davon“, sagte Beckham. „Es hat mir Spaß gemacht, diese Kampagne zu drehen, und ich freue mich, anderen zu zeigen, wie auch sie die Feiertage mit Leichtigkeit verbringen können.“

Courteney Cox für Shark Clean

Zur verkaufsstarken Saison hat SharkNinja auch für die neue Shark PowerDetect Staubsaugerserie eine TV-Kampagne gestartet, in der die Schauspielerin Courteney Cox als

Testimonial auftritt. In dem Werbespot zeigt die Friends-Darstellerin auf humorvolle Weise, wie der Shark PowerDetect NeverTouch 2-in-1 Saugroboter und der Shark PowerDetect Clean & Empty Akku-Staubsauger ihr Zuhause so gut sauber machen, dass sie selbst dadurch überflüssig wird. Allein in Deutschland hat SharkNinja nach eigenen Angaben einen siebenstelligen Betrag für die Verbreitung des Spots budgetiert. Damit ist das Unternehmen einer der aktivsten Werbetreibenden für Robots und Bodenpflege in Deutschland. Die Entscheidung für eine großangelegte TV-Werbung zeige, dass SharkNinja in

diesem Segment viel Potenzial sehe und gemeinsam mit seinen Handelspartnern starkes Wachstum anstrebe, erklärte das Unternehmen. Es sei ein gutes Verkaufsargument, wenn sich auch ein weltbekannter Star wie Courteney Cox beim Saubermachen hundertprozentig auf Shark verlassen könne.

Courteney Cox gelte als bekennender Clean Freak, und zwar nicht nur aufgrund einiger Rollen, die sie gespielt habe, fügte der Hersteller hinzu. Daher sei sie auf globaler Ebene die beste Partnerin als Gesicht für Shark Clean.

In Deutschland hat SharkNinja seit



Mit Courteney Cox hat SharkNinja eine bekennende Sauberkeitsfanatikerin als globales Gesicht für Shark Clean gewonnen.

der IFA zusätzlich als Markenbotschafterin für Shark Clean die TV-Moderatorin Judith Rakers an Bord geholt.

Im Fokus dieser Zusammenarbeit stehen Aktivitäten auf Instagram sowie Anzeigen, PR-Interviews und ausgewählte Events.

Shark FlexStyle Sparkle jetzt auch in Black Diamond

SharkNinja bringt ein wichtiges Haarpflege-Produkt der Marke Shark Beauty in einer edlen Sonderedition heraus: Der beliebte FlexStyle ist jetzt auch als FlexStyle Sparkle in Black Diamond erhältlich. Mit 20.000 funkelnden schwarzen Kristallen auf dem Gehäuse verbreitet dieses exklusive Gerät einen Hauch von Luxus und ist so eine gute Empfehlung für Menschen, die ein besonderes Weihnachtsgeschenk für sich selbst oder andere suchen.

Auch in der Black Diamond Version lässt sich der FlexStyle mit wenigen Handgriffen von einem leistungsstarken Haartrockner in ein vielseitiges Styling-Tool verwandeln. Dafür wird er mit fünf Aufsätzen geliefert: einem Konzentrator, einem Diffusor, einer Paddelbürste, einer Ovalbürste und Lo-

ckenaufsätzen. So lässt sich aus unterschiedlichen Haartypen – voluminös, geschmeidig, lockig oder seidig-glatt – ganz einfach die gewünschte Frisur stylen, ohne Hitzeschäden zu riskieren, denn die Temperatur wird ständig vom Gerät gemessen. Dank der verschiedenen Aufsätze, die mit roségoldenen Details den hochwertigen Eindruck des Produkts unterstreichen, ist das Gerät für praktisch jede Styling-Aufgabe geeignet: Als eine der klassischen Haartrockner-Komponenten dient der Konzentrator dazu, glattes oder gewelltes Haar gleichmäßig zu trocknen und in Form zu bringen. Der Diffusor schenkt dank ausziehbarer Noppen lockigem Haar Volumen, mit der Paddelbürste lassen sich ganz einfach attraktive Sleek-Looks erzielen, denn ihre speziellen Borsten können die Haare glätten und ihnen Glanz verleihen. Die Ovalbürste dagegen kreiert schwungvolles und voluminöses Haar. Und wer Lust auf Locken in Sekundenschnelle hat, findet in den beiden Lockenaufsätzen (jeweils einer für jede Richtung) die richtigen Werkzeuge. Denn sie können dank Coanda-Technologie einzelne Haarsträhnen in Sekundenschnelle wickeln und locken. Ein Gefühl von Luxus verbreitet der FlexStyle Black Diamond Edition nicht allein durch sein glitzerndes Gehäuse. Die exklusive Sonderedition wird in einer ebenso wertigen Box geliefert, in der sich die fünf Aufsätze gut verstehen und transportieren lassen. Der FlexStyle von Shark Beauty in Black Diamond (HD446JBEU) ist für 349,99 Euro (UVP) erhältlich.



Mit seinem funkelnden Gehäuse ist der FlexStyle Sparkle in Black Diamond sehr gut als Geschenk geeignet.