



Forrás:

https://www.boschmediaservice.hu/sajtokozlemenyt/bosch_fenntarthatosag_kampany-290.html

2021.02.17.

ID: 290

Rappelve népszerűsíti a fenntarthatóságot a Bosch új kampánya

Magyarországon is láthatók a vállalat nagysikerű #LikeABosch kampányának legújabb reklámfilmjei

- A fenntarthatóság, az egészség és a higiénia áll a legújabb #LikeABosch tévé- és közösségimédia-kampány középpontjában
- A Magyarországon most debütáló, nemzetközi sikerű reklámfilmek magyar szövegét Csorba Lóci, a Lóci játszik zenekar frontembere írta
- Fülbemászó zene és humoros karakterek

Budapest, Magyarország – A fenntarthatóságról, az egészségről és a higiéniáról szól a Bosch új háztartásigép-kampánya, amelyet ismét a humor, a vicces karakterek és természetesen a fülbemászó dallam tesz felejthetlenné. A már Magyarországon is látható Éljen fenntarthatóan #LikeABosch, valamint Éljen egészségesen #LikeABosch szlogenekkel futó reklámfilmeket elsősorban eredeti, könnyed stílusuk tette rendkívül népszerűvé a világ minden táján. A Bosch 2019-ben indított PR-kampánya a „Like a Boss” internetjelenségre épít, amely a világhálón vírusvideók és mémek formájában terjedve kattintások százmillióival büszkélkedhet. A videók szereplői hétköznapi emberek, akik bizarr mutatókkal vagy épp nagy ügyességgel oldanak meg nehéz helyzeteket. A „Like a Bosch” kampány néhány betűt megváltoztatva ad új értelmet az internetes jelenségnek.

A Magyarországon most induló – a tévében, a közösségi médiában és egyéb online felületeken, valamint rádióreklámként is megjelenő – kampány fő üzenete az, hogy a fenntartható termékek használatával még többet tehetünk a klímavédelemért. A reklámfilmekben a vállalat olyan intelligens háztartásigép-megoldásait és termékeit láthatjuk, mint az i-DOS mosógépek, amelyek automatikusan adagolják a mosószert és sok vizet takarítanak meg; a PerfectDry

mosogatógépek, amelyek a kezét és a villanyszámlát is kímélik; vagy a VitaFresh hűtők, melyekben az élelmiszerek tovább maradnak frissek.

A nemzetközi reklámfilmek szövegét minden ország maga készíti el egy-egy ismert, helyi zenész közreműködésével. A Bosch a magyar szöveg megzenésítésére Csorba Lócit, a *Lóci játszik* zenekar frontemberét kérte fel, aki vidám karaktere, ének- és rap tudása, valamint egészség- és környezettudatos életmódja miatt a #LikeABosch kampány méltó hangja lett.

A fenntarthatóság üzenete nemcsak a termékek szintjén jelenik meg a vállalatnál, hiszen a Bosch stratégiai célkitűzései közé emelte a bolygó védelmét. A vállalat úttörő szerepet vállalt a klímavédelem területén, 2020-ban világszerte több mint 400 telephelye vált karbonsemlegessé. Ezzel a Bosch lett az első olyan globális iparvállalat, amely nem hagy szén-dioxid lábnyomot saját energiaelőállítása során.

A Bosch kiemelkedően sikeres és népszerű nemzetközi kampányfilmjei már magyarul is elérhetők a legnagyobb videómegosztó oldalon.

Az Éljen egészségesen #LikeaBosch videó ezen a linken érhető el:

<https://www.youtube.com/watch?v=6cq5Whiumlw&list=PLFjQpdHmH3q8x-uFrDdstCteBwK6CIPho>; míg az Éljen fenntarthatóan #LikeaBosch a következőn: <https://www.youtube.com/watch?v=cN-Dljyg7v8&list=PLFjQpdHmH3q8x-uFrDdstCteBwK6CIPho&index=2>

A #LikeABosch kampánnyal kapcsolatos további információk az iot.bosch.com oldalon találhatóak.

További információ:

Varga Zita Hella

Telefon: +36 70 667-6374

Háttér információ:

A Bosch termékeivel 1898 óta van jelen Magyarországon. Az 1991-ben újjáalapított regionális kereskedelmi kft.-ből mára jelentős, hazánkban kilenc önálló vállalat szoros stratégiai együttműködéséként, a Bosch csoport Magyarország egyik legnagyobb külföldi ipari munkaadója lett. A 2019-es üzleti évben a vállalatcsoport teljes árbevétele 1465 milliárd forint, magyarországi konszolidált forgalma – amelybe nem tartoznak bele a saját vállalatai között folytatott kereskedelmi tevékenységek – 259 milliárd forint volt. A magyarországi Bosch csoport több mint 15 000 munkatársat foglalkoztat (2019. december 31-én). Az egyes gyártó, kereskedelmi és fejlesztési egységekhez tartozó kereskedői és szervizhálózat a teljes országot lefedi.

A Bosch csoport különböző technológiák és szolgáltatások vezető nemzetközi szállítója. Világszerte mintegy 394 500 munkatársat foglalkoztat (2020. december 31-én). Előzetes adatok szerint a cégcsoport 71,6 milliárd euró árbevételt ért el 2020-ban. A cégcsoport négy üzleti területen végzi tevékenységét, ezek a mobilitási megoldások, az ipari technika, a fogyasztási cikkek, valamint az energia- és épülettechnika. Vezető IoT-vállalatként a Bosch innovatív megoldásokat kínál az intelligens otthonokhoz, az ipar 4.0-hoz és a hálózatba kapcsolt mobilitáshoz. A Bosch célja, hogy fenntartható, biztonságos és izgalmas mobilitási megoldásokat nyújtson partnereinek. Szakértelmét a szenzortechnológia, valamint a szoftverek és szolgáltatások területén, továbbá saját IoT-felhőjében hasznosítva kínál ügyfelei számára hálózatba kapcsolt, cross-domain megoldásokat egyetlen forrásból. A Bosch-csoport stratégiai célja, hogy olyan termékekkel és megoldásokkal könnyítse a hálózatba kapcsoltágot, amelyek mesterséges intelligenciát (AI) használnak, vagy amelyeket annak segítségével fejlesztettek vagy gyártottak. A Bosch-csoport termékei és szolgáltatásai hasznos megoldásokkal javítják az élet minőségét. Összefoglalva, az „Életre tervezve” szlogen ezt a technológiát jelenti. A Bosch-csoport a Robert Bosch GmbH-t valamint mintegy 440 leányvállalatot és regionális céget foglal magában, a világ 60 országában. Értékesítési és szolgáltatópartnereivel együtt a Bosch globális gyártó, fejlesztő és értékesítési hálózata gyakorlatilag a világ valamennyi országára kiterjed. A vállalat jövőbeli növekedésének alapját a csoport innovatív ereje jelenti. 126 globális helyszínen a Bosch mintegy 30 000 szoftvermérnököt alkalmaz, továbbá 73 000 munkatársat foglalkoztat a kutatás és fejlesztés területein.

A vállalatot Robert Bosch (1861-1942) alapította 1886-ban „Finommechanikai és Elektrotechnikai Műhely” néven Stuttgartban. A Robert Bosch GmbH különleges tulajdonosi szerkezete biztosítja a Bosch-csoport vállalati függetlenségét, lehetővé téve, hogy a vállalat hosszú távra tervezzen és jelentős kezdeti befektetéseket eszközölve biztosítsa jövőjét. A Robert Bosch GmbH üzletrészeinek 94 százaléka a Robert Bosch Stiftung GmbH közhasznú alapítvány tulajdonában van. A fennmaradó részvények tulajdonosa a Bosch család, a család tulajdonában lévő nonprofit vállalat, valamint a

Robert Bosch GmbH. A szavazati jogok többségét a Robert Bosch Industrietreuhand KG ipari tröszt birtokolja. A vállalat tulajdonosi funkcióit a tröszt látja el.

További információ elérhető a világhálón a következő oldalakon: www.bosch.hu, iot.boschblog.hu, www.bosch.com, www.iot.bosch.com, www.bosch-press.com, www.twitter.com/BoschPresse