

# Presseinformation

Home Appliances » [Launch-Aktivitäten zu Samsung Bespoke](#)

## Bespoke in Designer-Einrichtung: Samsung setzt sein neues Kühlschranks-Angebot mit MYKILOS in Szene

„Bespoke Content Kitchen“ hebt vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten von Bespoke-Kühlschränken hervor

- Samsung-Kooperation mit dem Designlabel MYKILOS
- Austausch mit Interior-Experten über unterschiedliche Facetten der Kücheneinrichtung
- [Lookbook-Präsentation](#) unterstreicht Design-Anspruch der Bespoke-Serie



**Schwalbach/Ts. – 23. Juli 2021 – Hochfunktional und gleichzeitig ein echter Hingucker: Mit dem Launch der neuen Bespoke-Serie will Samsung das Selbstverständnis von Kühlschränken in neue Bahnen lenken. Wer sich für ein Modell des Portfolios entscheidet, profitiert nicht nur von leistungsstarken Funktionen, sondern auch von eleganten Designs, mit denen sich die Ästhetik der Küche in den Mittelpunkt stellen lässt. Kennzeichnend für die Bespoke-Kühlschränke ist die breite Auswahl an unterschiedlichen Farben und Texturen, die zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten bei der Einrichtung von individuellen Wohnräumen eröffnet. Um diese exemplarisch aufzuzeigen, hat sich Samsung mit dem Designlabel MYKILOS zusammengetan und die Ergebnisse der Zusammenarbeit in einem [Lookbook](#) veröffentlicht. Die beiden Kooperationspartner luden im Rahmen der „Bespoke Content Kitchen“ zusätzlich Interior-Experten zum Austausch ein und sprachen mit ihnen unter anderem über die Bedeutung der Bespoke-Serie für die Küchenlandschaft von morgen.**

Die Rollen des eigenen Zuhauses und der Küche haben sich im Laufe der zurückliegenden Monate nachhaltig verändert. Wie die Decentralized Living Studie im November 2020 zutage brachte, legt mittlerweile jeder vierte Europäer mehr Wert auf das Aussehen seines Zuhauses als noch vor der Corona-Pandemie.<sup>1</sup> Gleichzeitig achten laut einer von Samsung in Auftrag gegebenen Umfrage rund 60 Prozent der Deutschen beim Kauf einer Küche vor allem auf die Funktionalität.<sup>2</sup> Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Menschen ein Zusammenspiel aus Individualität, Ästhetik und Leistungsfähigkeit wünschen – das bietet ihnen die Samsung Bespoke-Serie.

## **Bespoke trifft auf MYKILOS: Design und Ästhetik im Fokus**

Wie die neuen Samsung Kühlschränke konkret in unterschiedliche Wohnumgebungen integriert werden können, zeigen die Ergebnisse der Zusammenarbeit von Samsung und MYKILOS. Das in Berlin und Hamburg beheimatete Designlabel ist auf die Gestaltung von individuellen Interior-Designs spezialisiert und konzipierte gemeinsam mit Samsung mehrere Einrichtungsszenarien in unterschiedlichen Zusammenstellungen. Ob Integration in einen wohnlichen Raum oder klassische Dinner-Situation: Die verschiedenen Konstellationen demonstrieren, dass die neuen Samsung-Kühlschränke unterschiedlichsten Ansprüchen gerecht werden können.

Realisiert wurden die Szenarien anlässlich der sogenannten „Bespoke Content Kitchen“ am 14. Juli 2021 in Berlin, zu der Samsung und MYKILOS auch Experten aus der Branche eingeladen hatten – darunter Bloggerin Jenny Feldmann von „elbgestoeber“, Modedesigner und Interior-Fachmann Tim Labenda sowie Angelika Müller, Herausgeberin des Designmagazins H.O.M.E. Gemeinsam mit Diana Diefenbach, Head of Retail and Communication Home Appliances bei Samsung, und Philipp Schöpfer, Co-Gründer und Creative Director von MYKILOS, diskutierten die Teilnehmer über die Rolle von Hausgeräten bei der Inneneinrichtung und die Bedeutung von Ästhetik in der Küche. Hierbei wurde deutlich, dass das Thema Küche ein höchst emotionales ist und Begrifflichkeiten wie Persönlichkeit, Individualität und Haptik, aber auch Funktionalität und Leistungsfähigkeit entscheidende Parameter bei der Bewertung von Interior-Konzepten sind. Eine gut geplante, ästhetisch ansprechende Küche müsse alle diese Elemente vereinen, so das Fazit der Expertenrunde.

In die Diskussion um die Einrichtung von Küchen und die Anforderungen an Hausgeräte sollen in den nächsten Tagen auch die Endkunden in Deutschland eingebunden werden. Über Pinterest, Instagram und andere soziale Plattformen werden die Teilnehmer der Gesprächsrunde entsprechende Inhalte teilen und sich so mit ihren Followern in Kontakt setzen.

## **Lookbook rückt Bespoke-Design zusätzlich in den Vordergrund**

Weil der Samsung Bespoke nicht nur ein Kühlschrank sein soll, sondern gerade auch sein Design eine bedeutende Rolle spielt, bringt Samsung zum Launch des neuen Produkt-Highlights zudem ein eigenes [Lookbook](#) heraus, das die Ergebnisse der „Bespoke Content Kitchen“ zusammenfasst. Das Booklet, das als Format sonst vorrangig von Fotografen, Künstlern und Modeschöpfern zur Präsentation ihrer Werke genutzt wird, beschäftigt sich unter anderem mit den Inspirationen hinter Bespoke und den vielen Gestaltungsmöglichkeiten, die die Samsung-Kühlschränke bieten. Es verbindet informative Elemente wie die Auswertung einer Civey-Studie, die Samsung im Vorfeld der Expertenrunde in Auftrag gegeben hatte, mit inspirierenden Komponenten wie großflächigen Fotos der unterschiedlichen Einrichtungsszenarien mit MYKILOS. Auch werden zentrale Aussagen der Interior-Experten im Lookbook aufgegriffen.

Die Veröffentlichung des Lookbooks in Kooperation mit MYKILOS bildet einen Baustein der umfassenden Marketing-Maßnahmen, mit denen Samsung auf sein neues Produkt-Highlight aufmerksam machen möchte. Ein kanalübergreifender 360-Grad-Ansatz soll dafür sorgen, dass Endkunden mit auf sie zugeschnittenen Formaten und Dienstleistungen erreicht werden. „Mit unseren Marketing-Aktivitäten wollen wir die Bedeutung und den Einfluss der Bespoke-Serie für die Entwicklung von Hausgeräten hervorheben“, sagt Mike Henkelmann, Director Marketing

Consumer Electronics bei Samsung. „Es gilt, mit dem bisher etwas angestaubten Image von Kühlschränken aufzuräumen und zu zeigen, dass sie aus designtechnischer Perspektive ein echtes Einrichtungshighlight sein können. Hierfür haben wir unterschiedlichste Maßnahmen auf den Weg gebracht, mit denen wir die Endkunden über alle Kanäle hinweg ansprechen und aktivieren wollen.“

Bereits im Mai hatte Samsung die Bedeutung seiner neuen Produktlinie deutlich gemacht, indem mit [Bespoke Home](#) das erste globale Launch-Event für Samsung Hausgeräte veranstaltet wurde.

## **Design-Contest für kreative Talente und weitere Aktivierungsmaßnahmen**

Zusätzlich zu Maßnahmen wie der „Bespoke Content Kitchen“ sowie dem Launch-Event im Mai kommen weitere Aktivierungsmaßnahmen über die sozialen Medien, beispielsweise durch den Bespoke Design Contest. Im Rahmen des Wettbewerbs können talentierte Nutzer ihr ganz eigenes Bespoke-Design einreichen, welches anschließend von einer fachkundigen Jury bewertet wird.<sup>3</sup> Der Startschuss für den Wettbewerb, der unter dem Hashtag #BespokeDesignedByYou reichweitenstark über die Samsung Instagram-Seite sowie durch Beiträge weiterer Influencer begleitet wird, fiel bereits am 7. Juli. Zwischen dem 15. und 22. August wird der Gewinner bekanntgegeben. Unter dem Hashtag #CoolRevolution begleiten darüber hinaus drei Influencer aus den Bereichen Design und Einrichtung ab August Umbaumaßnahmen in ihrem Zuhause.

Abgerundet werden die Aktivitäten von Samsung durch eine Zusammenarbeit mit Sky. Die beiden Kooperationspartner präsentieren zukünftig nach dem Bundesliga-Topspiel den „coolsten Move des Tages“ sowie „Die beste Aufstellung der Woche“, die unter anderem über Social Media ausgespielt werden. Weitere Platzierungen während des Spiels sorgen für eine starke Aufmerksamkeit von Bespoke im zweiten Halbjahr.

Die Presseinformation finden Sie unter:

<https://news.samsung.com/de/bespoke-in-designer-einrichtung-samsung-setzt-sein-neues-kuhlschrank-angebot-mit-mykilos-in-szene>

Zur Ansicht und zum Download des Lookbooks klicken Sie [hier](#).

Weiteres Bild- und Videomaterial der „Bespoke Content Kitchen“ finden Sie [hier](#).

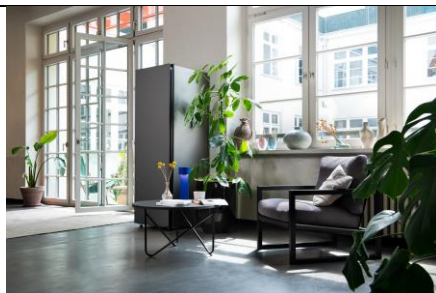
# Bildergalerie

Kühlschrank als elegantes  
Stilelement



Die Bespoke-Serie vereint hohe Funktionalität mit personalisierbaren Designelementen. Die neuen Kühlschränke von Samsung können die Ästhetik der Küche in den Mittelpunkt stellen und individuell auf Bedürfnisse der Nutzer eingehen.

Kooperation mit MYKILOS zeigt  
unterschiedliche  
Anwendungsszenarien



Die Bespoke-Kühlschränke funktionieren ebenso in wohnlicheren Räumen und können als freistehendes Gerät auch außerhalb der Küche platziert werden. Das zweite Setting der „Bespoke Content Kitchen“ macht dies deutlich.

Influencer schlagen Brücke zu  
Endkunden



Als Teil eines 360-Grad-Ansatzes arbeitete Samsung auch mit Influencern zusammen, die die Endkunden an Aktivitäten wie der „Content Kitchen“ teilhaben lassen. Das Event brachte inspirierende Gespräche zutage.

<sup>1</sup> Quelle: <https://news.samsung.com/de/europaweite-studie-decentralized-living-zeigt-wohntrends-im-new-normal>.

<sup>2</sup> Quelle: Repräsentative Civey-Umfrage im Auftrag von Samsung, Befragungszeitraum: 14. bis 15. Juni 2021.

<sup>3</sup> Infos und Teilnehmerbedingungen:

[https://images.samsung.com/is/content/samsung/assets/de/refrigerators/bespoke/community/BespokeDesignedByYou\\_ChallengePack\\_2.pdf](https://images.samsung.com/is/content/samsung/assets/de/refrigerators/bespoke/community/BespokeDesignedByYou_ChallengePack_2.pdf)

## Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und gestaltet die Zukunft mit Ideen und Technologien, die unser Leben verbessern. Das Unternehmen verändert die Welt von Fernsehern, Smartphones, Wearables, Tablets, Haushaltsgeräten, Netzwerk-Systemen, Speicher-, Halbleiter- und LED-Produkten. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten im Samsung Newsroom unter [news.samsung.com/de](https://news.samsung.com/de).

### **Pressekontakt Samsung**

#### **Corporate Marketing**

Samsung Electronics GmbH

Maxime Steuer/Yeseul Park

Am Kronberger Hang 6

65824 Schwalbach / Ts.

[m.steuer@samsung.com](mailto:m.steuer@samsung.com)

[yeseul2.park@samsung.com](mailto:yeseul2.park@samsung.com)

### **Pressekontakt Agentur**

#### **Home Appliances**

Faktor 3 AG

Christian Büttner

Kattunbleiche 35

22041 Hamburg

040 / 679446 - 6303

[samsung.ha@faktor3.de](mailto:samsung.ha@faktor3.de)