



Presseinformation
Zur sofortigen Veröffentlichung
24. Juni 2010

Packard Bell: für die Trends von heute und morgen

Knapp ein Jahr nach der Neuausrichtung hat sich Packard Bell bereits mit großen Schritten seinem Motto „stylish und trendy“, „Design“ und „Benutzerfreundlichkeit“ genähert. Ein Beweis hierfür ist das neue Produktangebot, das seit dem vergangenen Jahr präsentiert wird und das sich an Nutzer auf der Suche nach unverwechselbaren Produkten mit hoher Qualität richtet, die ihnen das digitale Leben leichter machen.

Seit seiner Gründung im Jahr 1926 ist die Identität des Markenzeichens Packard Bell untrennbar mit der Vorstellung von elegantem Design, Schlichtheit und cleverem Komfort verbunden. Diese Werte sind natürlich auch heute noch gültig.

Die neue, farbenfrohe Identität von Packard Bell zeigt, dass das Unternehmen in der Lage ist, Trends zu interpretieren, weil es die Ursprünge von Wünschen und Veränderungen versteht, diese weiterentwickelt und daraus mit großem Einfallsreichtum neue Produkte kreiert. Der Geist von Packard Bell erfindet Trends von heute neu und ebnet damit auch den Weg für zukünftige Durchbrüche. Das beinhaltet mehr als nur Technologie. Das ist Lifestyle, Lebenserfahrung und intensives Nachdenken darüber, wie wir die Welt heute sehen.

In den vergangenen Monaten wurde die Produktpalette von Packard Bell um neue, attraktive Farben und die exklusive Anwendung **Packard Bell Social Networks** ergänzt, mit der Nutzer ihre ganze Online-Welt in ihren sozialen Netzwerken ganz einfach organisieren können.

Nun ist es so weit: Packard Bell kündigt eine neue Produktserie an und legt bei seiner Entwicklung großen Wert auf Stil, Details und intelligente Funktionen. Der PC-Nutzer soll denken: „Das ist genau das Produkt, das ich schon immer wollte.“

Produkte, die sich für alle Computeranforderungen eignen

Wir von Packard Bell wissen genau, wie wichtig Design, Mobilität und Platzeinsparung für den Benutzer sind. Daher investieren wir in Forschung und Entwicklung sowie in Benutzerumfragen, um Produkte zu realisieren, die immer stilvoller und einfacher mitzunehmen sind.

In allen europäischen Ländern werden in Kürze eingeführt:

- das **Packard Bell EasyNote Butterfly s** – nicht nur ein Notebook, sondern ein Ausdruck von Lifestyle. Dies ist das flachste und leichteste Notebook von Packard Bell, das es je gegeben hat (nur 19 mm und 1,75 kg). Das **EasyNote Butterfly s** ist der perfekte Begleiter für trendbewussten Lifestyle, auch unterwegs
- die **Serie EasyNote X** – perfekt für alle, die hochwertiges Multimedia und produktive Leistung in einem energieeffizienten, flachen und leichten Format mit exklusivem Design verlangen



- das **dot s** – mit seinem rundum *avantgardistischen* Design das flachste und leichteste¹ Netbook der Ultramobil-Reihe von Packard Bell: nicht nur ein perfekter Begleiter für den Alltag, sondern auch ein bezauberndes Kunstwerk zur Bereicherung aller Lebenslagen
- die **Serien dot a** und **dot u** – speziell für stilbewusste Nutzer, die auch unterwegs nicht auf HD-Unterhaltung verzichten wollen

Außerdem erweitert Packard Bell seine Sommer-Kollektion mit:

- **oneTwo**, dem neuesten All-in-One-Computer, der das Zuhause um einen modernen Stil bereichert und damit neue Möglichkeiten schafft, um Technologie zu nutzen.
- **Maestro LED 220 und 240**, den ultraflachen Widescreen-Displays, die herausragende Betrachtungsqualität bieten und außerdem sehr umweltfreundlich sind
- **Studio HD Edition**, das speziell für Multimedia-Fans ist, die sich einen HD-Performer in attraktivem Look wünschen

Mit dieser neuen Produktpalette schließt Packard Bell zwölf Monate voller bedeutender Veränderungsprozesse ab und unterstreicht seine neue Marktpositionierung.

Das sehr gute Ergebnis hat Packard Bell auch der **Mehrmarkenstrategie der Acer Gruppe** zu verdanken, die es ermöglichte, Zielmärkte zu identifizieren und die Ansprüche der jeweiligen Benutzer zu erkennen, um auf dieser Grundlage Produkte zu entwickeln, die eben diesen Ansprüchen gerecht werden. So hat Packard Bell zunächst das Kaufverhalten der Benutzer analysiert und auf dieser Grundlage anschließend Markenwerte definiert. Die Acer Gruppe hat die Identität und Persönlichkeit der einzelnen Markenzeichen (Acer, Packard Bell, Gateway, eMachines) aufrechterhalten, sodass Überschneidungen und Konkurrenz innerhalb der Gruppe ausgeschlossen werden konnten. Packard Bell, Sinnbild für Stil und Trends, passt vor allem zu Anwendern, die auf der Suche nach einer zuverlässigen Marke sind, die einfache, benutzerfreundliche Geräte anbietet, mit denen sie ihre Persönlichkeit zum Ausdruck bringen können. Innerhalb der Acer Gruppe wird Packard Bell zur Kategorie „Trends & Lifestyle“ gerechnet.

Dank der Zuordnung der Markenidentitäten zu den jeweiligen Benutzersegmenten konnte die Acer Gruppe ihre Mehrmarkenstrategie zum Ziel führen, indem sie ihre Produktentwicklung revolutionierte und von jeder Marke neue Produktserien mit bestimmten Eigenschaften präsentierte. So kann der Benutzer mit jeder Linie und jeder Kurve am Gehäuse bestimmte Gedanken assoziieren und zu der Marke und dem Produkt selbst eine ganz exklusive und individuelle Beziehung aufbauen.

ooooo

Über Packard Bell

Packard Bell bahnte dem Personal Computer den Weg ins Privathaus, indem es ein Bürogerät in ein praktisches, heute unverzichtbares Werkzeug verwandelte. Die Gütesiegel des Markenzeichens sind stilvolles Design, attraktive Funktionen und günstige Preise, eine einzigartige Kombination von Werten, die zum aktuellen Zeitpunkt keine andere Marke auf dem europäischen Markt bieten kann. Im Jahr 2008 wurde Packard Bell von der Acer Inc. aus Taiwan akquiriert. Im Jahr 2009 gelang es der Acer Gruppe, ihre Mehrmarkenstrategie optimal auszunutzen

¹ Höhe 2,4 cm, Gewicht 1,1 kg mit 6-Zellen-Akku.



und sich als zweitgrößter PC-Anbieter und die Nummer eins im Notebooksektor zu etablieren. Innerhalb der Acer Gruppe strebt Packard Bell danach, umweltfreundliche Produkte herzustellen und durch entsprechende Kooperation mit seinen Zulieferern eine ökologisch nachhaltige Lieferkette aufzubauen.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte die Webseite: www.packardbell.com oder www.packardbell.de

© 2010 Packard Bell. Alle Rechte vorbehalten. Packard Bell, das Packard Bell Logo und EasyNote sind registrierte Markenzeichen von Packard Bell. Alle sonstigen genannten oder anders erkennbaren Marken, registrierten Waren- und/oder Dienstleistungsmarken sind das Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.

Packard Bell HQ

Véronique Cosatti
Bâtiment K – Parc des Reflets – Paris Nord 2
165, avenue du Bois de la Pie
95940 Roissy Charles de Gaulle Cedex
E-Mail: veronique.cosatti@packardbell.com

BreakOut Srl

Alessia Bianchi
Via Grazzini, 7 - 20158 Mailand (Italien)
Tel.: +39 02 87244321
E-Mail: alessia_bianchi@breakout-agency.com

Packard Bell Deutschland/achtung!

Johanna Janusch
Tel.: +49 40 450210-981
E-Mail: packardbell@achtung.de