

## Kann Apple Luxus sein?



Roségold, Saphirglas, Keramik-Gehäuseboden, 18.000 €. Mit der „Apple Watch Edition“ stößt die Marke erstmalig ins Luxussegment vor. Was ist die Strategie dabei und warum ist die spitze Zielgruppe bereit, einen fünf-stelligen Euro-Betrag dafür zu bezahlen? Das verrät Alexander Biesalski im Interview mit dem MDR.

Laut A. Biesalski kann Apple durchaus Luxus sein. Denn die Apple Watch schafft Begehrlichkeit! Als Lifestyle-Produkt steht sie für erlebbare Innovation und Funktionalität. In Kombination mit edelsten Materialien spricht sie eine auserwählte Zielgruppe an, die sich klar von den Käufern klassischer Luxusuhren unterscheidet. Apple Watch-Träger leben den Zeitgeist, sind weltweit unterwegs und leisten sich exklusive Gadgets. Mit der Apple Uhr am Arm bringen sie somit ihre eigene Persönlichkeit zum Ausdruck – und dafür sind sie bereit, auch tiefer in die Tasche zu greifen!