



CROSSCALL PRÄSENTIERT SEINE NEUEN PRODUKTE UND STELLT SEINE INTERNATIONALEN PROJEKTE VOR

Barcelona, 26. Februar 2018 – Crosscall, der Marktführer für mobile Outdoor-Technologie, wird zum zweiten Mal in Folge auf dem MWC vertreten sein, um seine neuesten Produkte zu präsentieren, darunter das Action X3, ein Smartphone, das sich ideal an alle Umgebungen und Lebensstile anpasst. Es wird auf der Messe zusammen mit einem breiten System an Zubehör vorgestellt.

DAS ACTION-X3, AGILES & URBANES OUTDOOR-SMARTPHONE

Das erste Smartphone der neuen Action-Linie, das Action-X3, richtet sich an alle, die ein qualitativ hochwertiges, einfach zu bedienendes und robustes Smartphone suchen, das sie in allen Abenteuern ihres täglichen Lebens begleitet.

Das neue Crosscall-Smartphone wurde entwickelt, damit Sie als Nutzer im Mittelpunkt des Geschehens stehen, und erfüllt alle Anforderungen für den Einsatz im Freien, ohne Kompromisse in Bezug auf Zuverlässigkeit, Sicherheit und Leistung einzugehen.

Weil Training und Sport immer technischer werden, hat Crosscall ein umfassendes Gerät entwickelt, das sich zusammen mit einem vollwertigen Outdoor-Zubehörsystem präsentiert und Benutzerfreundlichkeit in den Mittelpunkt der technischen Innovationen stellt.

PRODUKTLINIEN, DIE DARAUF AUSGELEGT SIND, ALLE BEDÜRFNISSE DER ANWENDER ABZUDECKEN

Crosscall hat mehrere Produktlinien von Handys und Smartphones entwickelt, um die Bedürfnisse von Profi- und Freizeitsportlern, aber auch von Abenteurern des täglichen Lebens im Rahmen ihrer Outdoor-Aktivitäten und Familienausflüge zu erfüllen. Wasserdicht, widerstandsfähig und mit einer hervorragenden Akkulaufzeit ausgestattet, sind die Crosscall-Mobilfunklinien an der Schnittstelle zwischen fortschrittlicher Technologie und



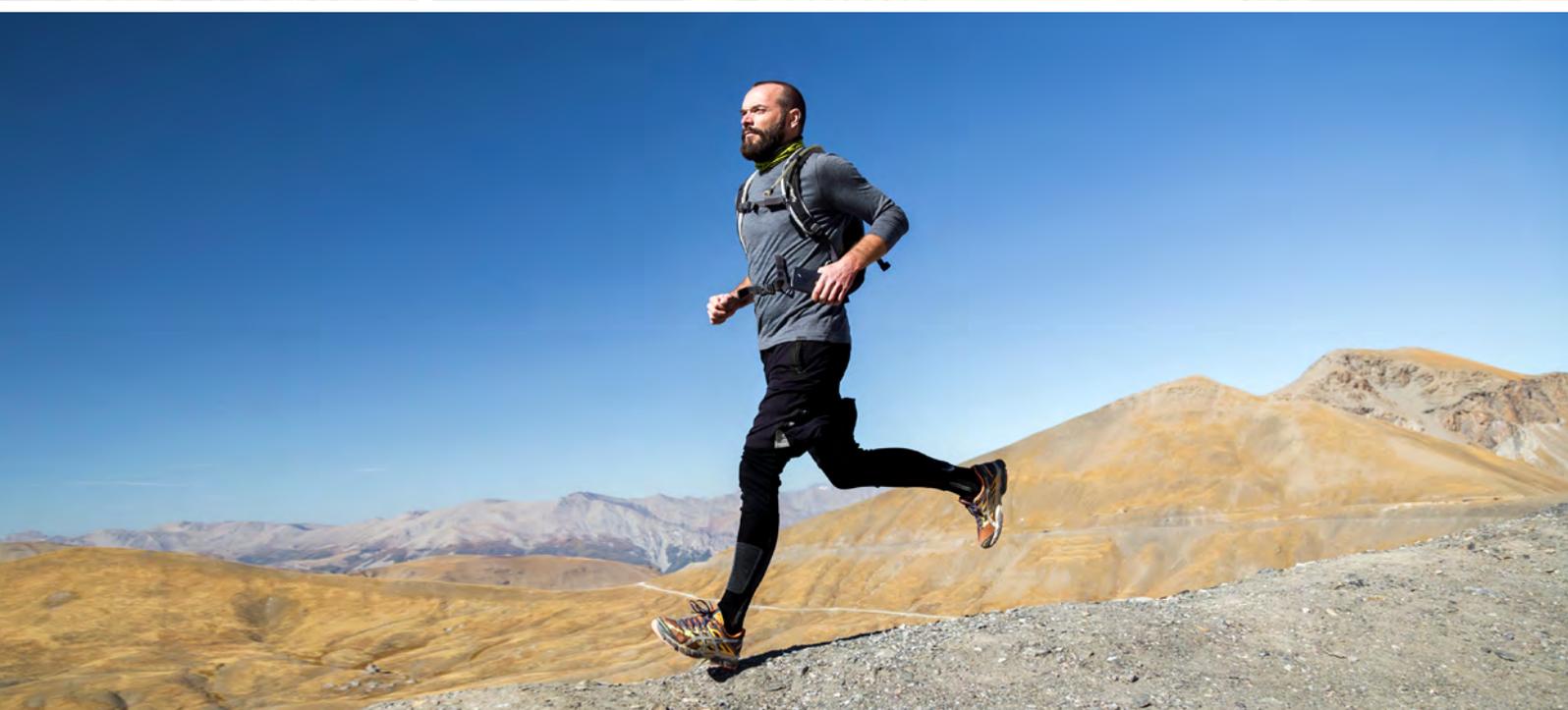
Outdoor-Welt platziert und stehen für Leistungsfähigkeit, Benutzerfreundlichkeit und Anpassungsfähigkeit an alle Umgebungsbedingungen und unter allen Umständen.

Jedes der neuen Produkte von Crosscall profitiert von einem umfangreichen Zubehörsystem, das speziell dafür entwickelt wurde, das Smartphone-Erlebnis weiter zu verbessern: Sound, Schutz, Mobilität, lange Akkulaufzeiten - die Zubehörlinien sind an alle Outdoor-Aktivitäten angepasst. Die X-PLAY-Kopfhörer wurden speziell entwickelt, um die volle Bewegungsfreiheit beim Training zu gewährleisten. Der tragbare Akku X-Power, ausgestattet mit der X-Link-Technologie, verdoppelt die Akkulaufzeit des Action-X3, wenn er magnetisch an der Rückseite des Telefons befestigt wird.

VERDOPPELUNG DES UMSATZES IN EINEM JAHR UND STÄRKUNG DER INTERNATIONALEN PRÄSENZ

Der MWC wird zudem Anlass für Crosscall sein, auf die Erfolgsgeschichte der Marke Aixoise hinzuweisen. Gegründet im Jahr 2009, als Designer des ersten schwimmenden Mobiltelefons und Gewinner des Deloitte Fast 50 Award für schnell wachsende Unternehmen, ist das junge Unternehmen zum Hauptdarsteller der Outdoor-Mobiltechnologie geworden und hat in den letzten vier Jahren eine rasante Entwicklung erlebt.

Mit einem Wachstum von mehr als 2.000 % und einer Präsenz in mehr als 20.000 Verkaufsstellen ist Crosscall heute mit mehr als 102 Mitarbeitern in elf europäischen Ländern präsent und wird kurzfristig auf alle nordischen Länder, Island, Großbritannien und Polen ausgedehnt. Crosscall hat sich für den internationalen Markt entschieden und expandiert mittelfristig nach Südafrika, Australien, Neuseeland und Zentraleuropa. Amerika und Asien sind ebenfalls Teil des internationalen Wachstumsprogramms der Firma Aixoise.



CONTACTS PRESSE

Agency Havana Orange

Melanie Priewasser -
mpr@havanaorange.de

Lisa Zwernemann -
lzn@havanaorange.de

CROSSCALL

Marion Hecquet - +33 (0) 146 526 199
marion.hecquet@crosscall.com

ÜBER CROSSCALL

CROSSCALL, Entwickler des Marktes für mobile Outdoor-Technologie, bietet robuste, wasserdichte Mobiltelefone und Smartphones mit langlebigen Batterien und eine breite Palette an leistungsstarkem Zubehör. Die Marke wird von einem leidenschaftlichen Team geleitet, das Produkte entwirft, die perfekt für schwierige und unvorhersehbare Bedingungen (wie z.B. Wasser, Regen, Wind, Feuchtigkeit, Staub, Erschütterungen...)

geeignet sind, denen Athleten und Profisportler bei ihren Outdoor-Erlebnissen begegnen. Mit mehr als 1,5 Mio. verkauften Einheiten, einem Jahresumsatz von 53 Mio. Euro und bereits über 20.000 Verkaufsstellen setzt das französische Unternehmen mit Sitz in Aix-en-Provence seine Wachstumsambitionen mit einer internationalen Expansion fort.