

Presseinformation

Oktober 2014

Persil „Unser Bestes“

Zeit für die rote Schleife: Persil sagt „Danke“

Persil ist seit über 100 Jahren nicht mehr aus deutschen Haushalten wegzudenken. Jetzt trägt „Unser Bestes“ einmal mehr die rote Schleife, um sich für das entgegengebrachte Vertrauen und die Treue seiner Kunden zu bedanken. Im Rahmen der Aktion sind ausgewählte Persil-Produkte von Oktober bis Dezember mit mehr Inhalt im Handel erhältlich.

Persil zeigt seit Oktober ein Mal mehr, dass sich Modernität und Tradition nicht ausschließen: Mit der beliebten Promotion-Aktion „Unser Bestes“, die bereits seit 1970 stattfindet. Die Produkte haben sich seitdem weiterentwickelt, der Grundgedanke ist jedoch geblieben: Persil sagt treuen Verbrauchern „Danke“ für ihre oft jahrzehntelange Treue. Im Aktionszeitraum sind ausgewählte Persil-Produkte wieder mit bis zu 10 Prozent mehr Inhalt im Handel erhältlich – solange der Vorrat reicht.

Treue zahlt sich aus

Von Oktober bis Dezember 2014 bieten die Persil Universal- und Color-Varianten sowie Persil Color Gel Lavendel Frische mehr Inhalt zum selben Preis. Auch die innovativen Persil Duo-Caps sind Teil der Aktion. Das vordosierte Flüssigwaschmittel ist aufgrund der einfachen Anwendung bei Verbrauchern besonders beliebt. Dank des optimalen Zusammenspiels der neuen Leuchtkraft-Formel Plus und des bewährten Aktiv-Flecklöser wird selbst hartnäckiger Schmutz zuverlässig entfernt – und das bereits bei niedrigen Temperaturen.



Rote Schleife als Erkennungszeichen im TV-Spot

Auch im TV macht Persil mit „Unser Bestes“ auf die beliebte Promotion-Aktion aufmerksam. Eine Frau fährt mit einer Persil Packung im Fahrradkorb eine Straße entlang. Anschließend werden Szenen aus dem Alltag von Familien gezeigt: Ein Junge spielt mit einem großen Persil-Paket, das er voller Elan durch die Wohnung zieht. In der folgenden Szene stürmt ein Geschwisterpaar ins Bett der Eltern, um gemeinsam zu kuscheln. Während der Szenen werden die Begriffe „Danke“ und „Reinheit“ eingeblendet. Der Sprecher erklärt: „Persil sagt Danke für Ihr Vertrauen und schenkt Ihnen jetzt noch mehr strahlende Reinheit“. Die letzte Einstellung zeigt das geschmückte Brandenburger Tor mit der gesamten Produktpalette von Persil „Unser Bestes“ im Vordergrund.

20-Sekünder ab 13. Oktober on air

Der 20-Sekünder ist auf allen zielgruppenrelevanten öffentlich-rechtlichen wie privaten Sendern zu sehen. DDB Tribal GmbH, Düsseldorf, zeichnet sich für die Kreation verantwortlich. Unter der Regie von Jan Bonny produzierte E+P Commercial Films GmbH, München, den TV-Spot. Die Mediaplanung übernahm MEC GmbH, Düsseldorf, in Zusammenarbeit mit der Henkel-internen Mediaabteilung. Unterstützt wird der TV-Spot mit der Ankündigung über nationale Radio-Sender sowie verschiedene Online-Maßnahmen. Auch im Handel weisen aufmerksamkeitsstarke Displays auf die beliebte Aktion hin.



Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse-und-medien.

Henkel ist weltweit mit führenden Marken und Technologien in den drei Geschäftsfeldern Laundry & Home Care, Beauty Care und Adhesive Technologies tätig. Das 1876 gegründete Unternehmen hält mit rund 47.000 Mitarbeitern und bekannten Marken wie Persil, Schwarzkopf oder Loctite global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft. Im Geschäftsjahr 2013 erzielte Henkel einen Umsatz von 16,4 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2,5 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert.

Kontakt	Catherin Freier	Justina Vaitkute
Telefon	+49 211 797-9987	+49 211 797-6189
Telefax	+49 211 798-9832	+49 211 798-9832
E-Mail	catherin.freier@henkel.com	justina.vaitkute@henkel.com

Henkel AG & Co. KGaA