

## Presseinformation

Oktober 2016

Persil sagt wieder „Danke“

### „Unser Bestes“ für treue Verbraucher

Seit fast 110 Jahren erfreut sich Persil höchster Beliebtheit und genießt das Vertrauen von Millionen Verbrauchern – ein guter Grund, „Danke“ zu sagen. Mit Persil „Unser Bestes“ sind von Oktober bis Dezember ausgewählte Produkte mit bis zu 10 Prozent mehr Inhalt im Handel erhältlich. Die Aktion wird erstmals durch ein großes Gewinnspiel und eine emotionale Digital-Kampagne erweitert.

„Danke sagen“ ist Teil der Persil-Markengeschichte und hat lange Tradition. Angefangen hat es mit der roten Schleife im Jahr 1970. Seit nunmehr 46 Jahren ist diese das Erkennungszeichen der Aktion „Unser Bestes“ – die erfolgreichste Promotion für ein Waschmittel in Deutschland. Auch in diesem Jahr sind von Oktober bis Dezember ausgewählte Universal- und Color-Varianten von Persil mit bis zu 10 Prozent mehr Inhalt im Handel erhältlich. Dabei können Verbraucher zwischen Gel, Pulver, Megaperls®, Duo-Caps und Power-Mix Caps wählen. Auch Persil Sensitive-Gel ist Teil der Aktion.

#### Treue zahlt sich aus

Mit dem Kauf von Persil-Produkten können sich Verbraucher nicht nur über strahlend reine Wäsche und mehr Inhalt freuen: Im Rahmen eines großen Gewinnspiels haben sie zusätzlich die Chance auf attraktive Preise. Hauptgewinn ist eine Reise für zwei Personen im Wert von bis zu 5.000 Euro. Um teilzunehmen, reicht der Kauf eines Persil-Produkts. Anschließend muss nur noch der Kassenbon eingesendet oder auf der Kampagnen-Seite [www.persil-unserbestes.de](http://www.persil-unserbestes.de) hochgeladen werden. Dort finden Verbraucher auch alle weiteren Informationen zur Aktion.



### **Persil lässt Träume wahr werden**

Jeder hat „einen Besten“ oder „eine Beste“ und teilt mit diesem Menschen ganz besondere Momente – und vielleicht auch einen gemeinsamen Traum. Mit Persil könnte dieser Wirklichkeit werden. Auf der Kampagnen-Seite [www.persil-unserbestes.de](http://www.persil-unserbestes.de) haben Konsumenten die Möglichkeit, ihre/n Beste/n vom 1. Oktober bis 31. Dezember mit einem Bild und einer Beschreibung der gemeinsamen Geschichte für ein Online-Voting zu nominieren. Der Teilnehmer mit der bewegendsten Geschichte bzw. den meisten Stimmen erhält schließlich 5.000 Euro für die Erfüllung eines gemeinsamen Traums. Die Kampagne wird durch Online-Maßnahmen auf Facebook und Instagram sowie YouTube unterstützt.

### **TV-Spot mit Kultstatus**

Natürlich darf auch der unverkennbare TV-Spot für „Unser Bestes“ mit dem Brandenburger Tor nicht fehlen. Ab Mitte Oktober macht dieser zusätzlich auf die Aktion aufmerksam: Eine Frau fährt mit ihrem Fahrrad und einer Persil-Packung im Korb die Straße entlang. Anschließend werden typische Szenen aus dem Alltag von Familien gezeigt. Der Sprecher erklärt: „Wir sagen Danke für Ihr Vertrauen. Und schenken Ihnen jetzt noch mehr strahlende Reinheit.“ Die letzte Einstellung zeigt das geschmückte Brandenburger Tor mit Persil-Produkten im Vordergrund. Spätestens dann wird den Zuschauern klar: Es ist wieder Zeit für „Unser Bestes“. Der 20-Sekünder ist ab Montag, 17. Oktober, auf allen zielgruppenrelevanten öffentlich-rechtlichen wie privaten Sendern zu sehen. DDB Düsseldorf GmbH 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.



Henkel ist weltweit mit führenden Marken und Technologien in drei Unternehmensbereichen tätig: Laundry & Home Care, Beauty Care und Adhesive Technologies. Das 1876 gegründete Unternehmen hält mit rund 50.000 Mitarbeitern und bekannten Marken wie Persil, Schwarzkopf oder Loctite global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft. Im Geschäftsjahr 2015 erzielte Henkel einen Umsatz von 18,1 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2,9 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter <http://www.henkel.de/presse>

**Henkel Laundry & Home Care**

Catherin Freier  
Telefon +49 211 797-9987  
Telefax +49 211 798-9832  
E-Mail [catherin.freier@henkel.com](mailto:catherin.freier@henkel.com)

**Emanate PR**

Volker Matheis  
+49 89 12445-190  
+49 89 12445-114  
[henkel.lhc@emanatepr.com](mailto:henkel.lhc@emanatepr.com)

Folgen Sie uns auch auf Twitter: [@HenkelPresse](https://twitter.com/HenkelPresse)

Henkel AG & Co. KGaA