



Presseinformation

6. Februar 2017

Mit neuem TV-Spot startet Persil ProClean seine US-Medienkampagne

Persil ProClean enthüllt Super Bowl®-Spot mit Bill Nye

Scottsdale, USA – Persil beim großen Spiel: Während des Super Bowl®-Finales enthüllte die nordamerikanische Premium-Waschmittelmarke Persil ProClean den lang erwarteten Werbespot.

Die Hauptrolle im neuen Persil ProClean-Werbespot „Science of Clean: 10 Dimensions“ („Die Wissenschaft der Sauberkeit: 10 Dimensionen“) spielt der bekannte US-Wissenschaftler und Fernseh-Star Bill Nye. Mit dabei ist auch wieder der Flecken bekämpfende Superheld „The Professional“ – gespielt von Peter Hermann –, den Henkel bereits im vergangenen Jahr einführte. In dem 30-sekündigen Video misslingt Bill Nyes streng geheimer Laborversuch und „The Professional“ schreitet ein, um Bills Laborkittel mit der neuen und verbesserten PRO10-Formel von Persil zu retten.

Der Werbeclip unterstreicht den Anspruch der Premium-Marke, hervorragende Waschergebnisse zu erzielen. Gleichzeitig zeigt er auf humorvolle Art und Weise, dass sogar die klügsten Köpfe manchmal Hilfe benötigen – vor allem, wenn es um hartnäckige Flecken geht.

Der Werbespot wurde von TBWA/Chiat/Day kreiert. Regie führte Elizabeth Banks, die damit ihr Super Bowl®-Werbedebüt feierte. „Es war eine einmalige Gelegenheit, mit Persil, Bill Nye und Peter Hermann, dem Superhelden „The Professional“, zu arbeiten. Dieses ungleiche Duo passt einfach perfekt zu Persil ProCleans neuer PRO10-Formel“, sagt Banks.

„Wir freuen uns sehr, dass Persil so gut ankommt. Von der USA Today-Plattform Reviewed.com wurde das Waschmittel als „Best Overall Detergent“ ausgezeichnet. Solch positive Resonanz bestätigt uns darin, weiterhin kontinuierlich an Innovationen zu arbeiten“, sagt Janell Holas, Vice President für Marketing von Persil. „Die

verbesserte PRO10-Formel, die zehn Dimensionen von Sauberkeit liefert, unterstreicht unseren Anspruch an höchste Sauberkeit. Es gibt keine bessere Bühne als den Super Bowl mit mehr als 100 Millionen Zuschauern, um dieses Kundenversprechen zu verbreiten.“

Persil in den USA

Die seit über einem Jahrhundert und in mehr als 60 Ländern bekannte Marke Persil ist seit 2015 auch in den USA erhältlich. Innerhalb von nur zwei Jahren hat die außergewöhnliche Flecklösekraft, Aufhellung und Frische von Persil ProClean die US-amerikanischen Konsumenten überzeugt – das unterstreichen beeindruckende Wiederkaufraten, die die Waschmittelkategorie beleben. Das Produktportfolio von Persil ProClean – bestehend aus Power-Liquid, Power-Pearls und Power-Caps – ist mittlerweile landesweit in den USA erhältlich. Persil ProClean ist auch auf [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#) und [Youtube](#) zu finden. In den sozialen Medien kann man sich unter dem Hashtag #ScienceOfClean austauschen.

Über Henkel

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2015 erzielte Henkel einen Umsatz von 18,1 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2,9 Mrd. Euro. Allein die drei Top-Marken Persil, Schwarzkopf und Loctite erzielten dabei einen Umsatz von mehr als 6 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit rund 50.000 Mitarbeiter, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.henkel.de

Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse

Kontakt	Wulf Klüppelholz	Hanna Philipps
Telefon	+49 211 797-18 75	+49 211 797-36 26
E-Mail	wulf.klueppelholz@henkel.com	hanna.philipps@henkel.com

Folgen Sie uns auch auf Twitter: [@HenkelPresse](#)

Henkel AG & Co. KGaA