

Deutscher Preis für Onlinekommunikation 2013

Henkel Lifetimes als bestes Webmagazin ausgezeichnet

Das Online-Verbraucher-Portal Henkel Lifetimes von Henkel Laundry and Home Care gewinnt mit der Düsseldorfer Agentur menadwork kommunikation GmbH den Deutschen Preis für Onlinekommunikation 2013: Henkel Lifetimes ist Sieger in der Kategorie „Webmagazin“.

Mit dem Deutschen Preis für Onlinekommunikation zeichnet das Magazin „pressesprecher“ jährlich herausragende Leistungen der Onlinekommunikation aus. In diesem Jahr wurde der Preis zum dritten Mal in Folge in Berlin verliehen. Zu den Kriterien für die Beurteilung zählten unter anderem Innovation, Kreativität, Zielgruppenansprache, Ergebnis und Effizienz. Im Bereich Online Media und Tools konnte das Online-Portal Henkel Lifetimes unter den Webmagazinen eindeutig überzeugen: Der Preis honoriert das beste Webmagazin, das durch seine ganzheitliche Strategie beeindruckend sein kann und es geschafft hat, sich einen festen Platz in der umkämpften Medienlandschaft zu sichern. „Wir freuen uns sehr über den Preis“, sagt Elke Schumacher, Digital Marketing Manager Laundry & Home Care bei Henkel, „dieser bestätigt unsere Strategie, mit Henkel Lifetimes einen Kommunikationskanal zu schaffen, über den wir auf Augenhöhe mit den Verbrauchern kommunizieren können.“

Produktpräsentation meets Lifestyle – im Online-Magazin Henkel Lifetimes

Wenn sich Kunden nicht nur informieren, sondern auch beraten, inspiriert und unterhalten fühlen, schafft das Vertrauen in die Henkel-Marken. Um für den Unternehmensbereich Henkel Laundry and Home Care einen fortlaufenden und nachhaltigen Kunden-Dialog zu etablieren, wurde das Online-Magazin Henkel Lifetimes vor nunmehr 11 Jahren realisiert und

kontinuierlich weiterentwickelt. Das Portal interpretiert Haushalts- und Familienthemen unterhaltsam-informativ in den Rubriken Magazin, Ratgeber, Markenwelt und Unterhaltung, bietet Expertentipps und führt Verbraucher gezielt an die Wasch- und Reinigungsmittel-Marken von Henkel heran. Henkel Lifetimes Leser sind damit nicht nur bestens informiert, sondern profitieren von vielfältigen Angeboten wie Verlosungen, Umfragen, Produkttests oder Online-Produktvorteilen wie Online-Coupons. Dies reflektiert den umfassenden emotionalen Stellenwert der Kundenbindung über das Henkel Lifetimes Portal. Schlussendlich haben die Jury des Deutschen Preis für Onlinekommunikation auch die Zahlen überzeugt: Henkel Lifetimes zählt rund 870.000 registrierte Leser und erzielt monatlich durchschnittlich über drei Millionen Markenkontakte (Anmeldung unter www.henkel-lifetimes.de).



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

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 2012 erzielte Henkel einen Umsatz von 16.510 Mio. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2.335 Mio. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert.

Kontakt	Bettina Klinken	Isabelle von Kirch
Telefon	+49 211 797-8312	+49 211 797-4155
Telefax	+49 211 798-9832	+49 211 798-9832
E-Mail	bettina.klinken@henkel.com	isabelle.vonkirch@henkel.com