

PRESSEMITTEILUNG

deepblue launcht Online-Plattform für Knorr

deepblue networks launcht die dritte Generation des Online-Portals von Knorr. Fokus des Portals ist eine Rezeptdatenbank und ein umfassender Infotainment-Bereich rund um Kochen und Ernährung. Weitreichende Social Media Integration und Implementierung von User Generated Content. Knorr.de für Deutschland bereits live. Österreich und Schweiz folgen in den nächsten Monaten.

Hamburg, 7. September 2010 – Ab sofort präsentiert sich Knorr, eine der größten Food-Marken Unilevers, mit einem komplett überarbeiteten Online-Portal. Verantwortlich für Konzept, Design und Umsetzung sind die Kommunikationsexperten von deepblue networks, die Knorr seit dem ersten Online-Auftritt der Marke betreuen. Im Fokus des neuen Portals www.knorr.de stehen die traditionellen Kernkompetenzen von Knorr: Einfache, schnelle Küche, hervorragender Geschmack und qualitativ hochwertige Zutaten. Auch das Thema Natürlichkeit bekommt einen breiteren Raum als bislang.

Unter dem Motto „Guter Geschmack ist unsere Natur“ bietet Knorr neben einer Datenbank mit mehr als 3.000 Rezepten hilfreiche Tipps & Tricks zum Thema Kochen, Hintergrundwissen zu Ernährung und Gesundheit sowie umfassende Informationen über die Knorr-Produkte, Zutaten, Anbau, Verarbeitung und Qualität. Bei Konzept und Design des Portals lag das Hauptaugenmerk nicht nur auf der attraktiven Präsentation der Inhalte, sondern vor allem auf einer einfachen, intuitiven Nutzerführung zur spielerischen Erschließung der Seite.

Wichtigstes Feature der Rezeptdatenbank ist die neue Suche, die dank hoher Fehlertoleranz bei der Suchworteingabe und zahlreichen praktischen Filtern schnell zu den gesuchten Rezepten führt. Im Rezeptbereich können Besucher jetzt rezeptbezogene Einkaufslisten erstellen, eigene Kochbücher mit ihren Lieblingsrezepten anlegen und natürlich auch Rezepte bewerten, kommentieren, verschicken oder bei Facebook weiterempfehlen. Neu ist auch die Option, eigene Varianten der Rezepte zu ergänzen.

„Dank der Integration von Social Media auf knorr.de können wir unsere Konsumenten nicht nur inspirieren und informieren, sondern auch zu einem lebendigen Dialog und Austausch untereinander und mit Knorr anregen“, erklärt Antonio Krahl, verantwortlicher Brandmanager bei Knorr. „Ein wichtiger Schritt, bei dem uns deepblue als ganzheitlich denkende Agentur strategisch und konzeptionell kompetent beraten hat.“

deepblue networks arbeitet seit 10 Jahren für Knorr und zahlreiche weitere Marken des Mutterkonzerns Unilever. Zu den gemeinsamen Projekten zählen große, internationale Markenplattformen ebenso wie Kampagnen-Sites, Online-Advertising und in immer stärkerem Maße auch Strategie, Konzept und Umsetzung von Social Media Maßnahmen auf Facebook und Youtube.

(297 Wörter, 2.299 Zeichen inkl. Leerzeichen; Abdruck frei)

Knorr

Als Carl Heinrich Knorr 1838 eine Specereiwarenhandlung gründete, ahnte niemand, dass 150 Jahre später die Knorr-Produkte weltweit zu den erfolgreichsten Konsumgütern zählen würden. Den Durchbruch brachten erste Fertigsuppen wie die kräftige "Patentsuppe Victoria" und die 1889 eingeführte Erbswurst. Bereits in den 50er und 60er Jahren des vorigen Jahrhunderts avancierte "Knorr" zum Synonym für schmackhafte schnelle Suppen und zum Wegbereiter des Convenience-Gedankens. Heute gehören Knorr-Produkte für Millionen Verbraucher beim täglichen Kochen einfach dazu – egal, ob als wertvolle Helfer wie Fix-Produkte oder Salatdressings, als Suppen, Saucen oder schnelle Fertiggerichte.

Rund 80% aller Deutschen kaufen pro Jahr mindestens ein Knorr-Produkt. Das sichere Erfolgsrezept: Tradition und Innovation, verbunden mit der großen Liebe zu gutem Essen. Mit Knorr enthält jedes Gericht seinen typischen, unverwechselbaren Geschmack. Es ist die einzigartige Komposition ausgewählter hochwertiger Zutaten, die jedes Knorr-Produkt so besonders macht. Essen mit Knorr ist unkompliziert und macht Spaß.

deepblue networks AG

Die Hamburger Agentur deepblue networks AG setzt auf ganzheitliche Kommunikation mit den Kompetenzfeldern Strategic Planning, Classical Communication, Digital Solutions, Below the Line und Dialog-Marketing. Gegründet am 1. Januar 2001 beschäftigt die Agentur heute über 160 Mitarbeiter. Zu den Kunden zählen Marken wie Barclaycard, Burger King, Commerzbank, Davidoff, Du darfst, Freixenet, Gerolsteiner, Honda, Knorr, KPM, JPS, MTV, Rama, ran, Philips Saeco, Swatch, TUI, TV Digital, Vodafone, West und Xing. Mehr Informationen bietet die Homepage des Unternehmens unter www.deepblue-networks.com.

Pressekontakt Knorr

ad publica Public Relations GmbH

Heiko Biesterfeldt

Alter Wandrahm 10

20457 Hamburg

Tel.: (040) 317 66 330

Fax: (040) 317 66 301

heiko.biesterfeldt@adpublica.com

Pressekontakt deepblue dialog

deepblue dialog GmbH

Florian Liebold

Schützenstraße 21

22761 Hamburg

Tel.: (040) 28 40 88 -0

Fax: (040) 28 40 88 -111

presse@db-n.com