

# henkel.com ist online!

Henkel gestaltet seinen Auftritt im Internet von Grund auf neu: Mit dem Online-Gang des neuen internationalen Unternehmensauftritts [www.henkel.com](http://www.henkel.com) startet Henkel den Relaunch aller Henkel-Webseiten im WorldWideWeb.



Moderner, frischer und mit einer gemeinsamen Darstellung des Unternehmens Henkel sowie unserer starken Produktmarken – so präsentiert sich [www.henkel.com](http://www.henkel.com) seit Ende Januar neu im Internet. Damit ist der erste Meilenstein des weltweiten Henkel-Internet-Relaunch-Projekts erreicht. In Kürze folgen der nordamerikanische Auftritt [www.henkelna.com](http://www.henkelna.com) sowie die deutsche Internetseite [www.henkel.de](http://www.henkel.de). Insgesamt gilt es, die knapp fünfzig weiteren Internetauftritte des Unternehmens Schritt für Schritt in die neue Struktur, auf die neue technische Plattform und in die neue Form zu überführen.

Dabei ist das gemeinsam definierte Ziel „Brands on Stage“, die Produktmarken ins Rampenlicht zu stellen, auch hier oberste Devise: Direkt auf der Startseite des Auftritts präsentiert eine hell erleuchtete Bühne spielerisch eine Auswahl bedeutender Henkel-Marken. So stärkt der Internetauftritt bereits beim ersten Besuch das Zusammenspiel der Henkel-Dachmarke mit den Produktmarken. Im „Brands & Solutions“-Bereich gibt es einen tiefen Einblick in Henkels Markenvielfalt und Systemlösungen. Hier zeigen wir, was

Henkel den Konsumenten und Kunden alles zu bieten hat. Zusätzlich gibt es in den Bereichen „Press & Media Relations“, „Investor Relations“ und „Careers“ umfassende Informationen für Journalisten und Analysten sowie angehende Bewerber. „About Henkel“ stellt das Unternehmen sowie seine Organisationsstruktur und die noch vier, demnächst drei operativen Unternehmensbereiche vor. Der „Sustainability“-Bereich informiert über unser Engagement auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit. „Innovation“ stellt sowohl Henkels Forschungs- und Entwicklungs-Aktivitäten und -kooperationen als auch die Innovationskampagne inklusive der extern

ausgelobten Henkel Innovation Trophy vor. Der über die neue Startseite zugängliche Bereich „Henkel-Smile“ präsentiert das über die Geschäftstätigkeiten hinausgehende gesellschaftliche Engagement von Henkel – in Fachkreisen Corporate Citizenship genannt. Ebenso Teil der neuen Startseite ist [www.locrite.com](http://www.locrite.com), die von der internationalen Seite aus Zugang zu allen Locrite-Markenauftritten in der Welt bietet.



Projektarbeit über alle Henkel-Unternehmensbereiche hinweg – das Henkel E-Business Forum definiert gemeinsam die Welt der Henkel-Internetauftritte neu (von links): Matthias Schreck, Werner Kirchmann, Georg Boening, Bettina Fischer, Andrea Haschke, Sebastian Reiff, Ute Krupp, Andreas Günther, Nicolai Lindau, Sabine Roeltgen, Ines Biedermann, Frank Gross, Julia Harms und Nicole Droggin. Nicht im Bild: Projektleiter Dirk Neubauer und Reiner Gratzfeld.

Senden Sie uns Ihr Feedback zu der neuen Homepage – an: [corporate.websites@henkel.com](mailto:corporate.websites@henkel.com)

Nicht für die Webseiten-Besucher ersichtlich, doch beim „Surfen“ spürbar, ist die neue technische Plattform: Henkel führt neben einem Content Management System zur einfachen Pflege der Inhalte auch einen Produktkatalog ein, der die Pflege und das Katalogisieren intern erleichtert und so eine professionelle und webgerechte Außendarstellung ermöglicht. Zentrale Datenbank für alle Bildatzen ist die bei Henkel bereits bekannte Media Online-Datenbank.

Und genau darin stecken die insgesamt einetwanzig Jahre Vorarbeit der mit dem Henkel-Internet-Relaunch beauftragten Projektgruppe, dem so genannten „E-Business Forum“. Unter Leitung der Henkel Unternehmenskommunikation haben die Henkel E-Business Manager – repräsentativ für die weltweiten Geschäfte und Aktivitäten aller operativen Unternehmensbereiche sowie von insgesamt fünf

## Für das Internet der Zukunft gerüstet

Corporate-Bereichen – und die Henkel-IT gemeinsam an dem Projekt gearbeitet.

Die technische Umsetzung des Projekts lag bei einem externen Partner, der Agentur edoras aus Pforzheim. Diese koordinierte gemeinsam mit der Unternehmenskommunikation noch drei weitere technische Partner: den Anbieter für den Produktkatalog Hybris aus München, die Pixelbox aus Dortmund, mit deren Hilfe die Bildatzenbank Media Online angebunden werden konnte, sowie die nordamerikanische Agentur Plane & Moran aus Detroit, USA. Das Design der neuen Webseite stammt von der Agentur Plenum, Stoll und Fischbach aus Herrenberg.

Bestehende Systeme und Inhalte standen bei dem Projekt auf dem Prüfstand, wurden analysiert, Anforderungen neu definiert, Strukturen gemeinsam festgelegt und Umsetzungskonzepte erarbeitet. Mit der Chance, alles Bestehende in Frage zu stellen und nicht nur Design und Inhalte, sondern auch die technische Plattform komplett neu aufzusetzen, gelang es dem E-Business Forum, Henkel für das Internet der Zukunft zu rüsten. Mit dem Online-Gang der neuen [www.henkel.com](http://www.henkel.com) ist der Grundstein gelegt. Viele Ideen sind noch in der Pipeline, um Mitarbeiter, Kunden und Zielgruppen über das Internet in den nächsten Jahren noch enger an Neubeiten zu binden. ■ bf