

■ Cocomore

Lorenz-Sites knackfrisch

Frankfurter Agentur stellt die Corporate Sites von Lorenz international neu auf.

Die Corporate Sites des Knabberartikel-Spezialisten **Lorenz Snack-World** erstrahlen ab sofort in neuem Glanz. Für den Relaunch ist die Frankfurter Agentur **Cocomore** verantwortlich, die sich im Pitch gegen vier Mitbewerber durchgesetzt hat. „Cocomore hat die überzeugendsten Ideen entwickelt, um unser Unternehmen und unsere Marken international zu präsentieren“, sagt **Nicole Hähnel**, Projektleiterin bei Lorenz Snack-World.

Konkret heißt das: Bei den Länderseiten für Deutschland, Polen, Russland, der neu hinzugekommenen **Lorenz-snackworld.at** und der internationalen Seite der Lorenz Gruppe wurde nicht nur das Layout komplett überarbeitet. „Die neue Seite bietet insgesamt viel umfassendere Informationen, nicht nur zum Unternehmen selbst, sondern auch

zu den Marken, Produkten und zu weiteren Themen“, sagt **Roland Fraese**, Account Director bei Cocomore. Rubriken wie Nachhaltigkeit sind hinzugekommen. Zudem werden die diversen Zielgruppen – Konsumenten, Jobinteressierte, Handelspartner und Journalisten – gezielter mit Informationen versorgt. Gerade Bewerbern wird mehr geboten. Ab sofort sind etwa auch Online-Bewerbungen möglich.

Persönlicher und näher an den Mitarbeitern ist auch die Bildsprache: Zum Einsatz kommen Fotos realer Mitarbeiter aus den verschiedenen Bereichen von Lorenz Snack-World. Das Unternehmen mit



Lorenz-snackworld.de
Bessere Bildsprache,
mehr Infos.



Sitz in Neu-Isenburg beschäftigt europaweit rund 3000 Mitarbeiter. Zum Portfolio gehören Marken wie **Saltletts**, **Crunchips** oder **NicNac's**. *rp/the*

■ L'Oréal

MOCCU PRÄSENTIERT ONLINE-SOMMER-SPECIAL FÜR GARNIER

Was genau interessiert Konsumentinnen eigentlich im Sommer? Diese Frage war der Startpunkt für das erste Online-Jahreszeiten-Special, das die Agentur **Moccu** nun für die Beauty-Marke **Garnier** umgesetzt hat. Die Berliner werteten dazu die häufigsten Suchanfragen im Bereich Körper und Pflege aus und erstellten ein Online-Special, das der Zielgruppe genau diese Inhalte bie-

ten soll. Im Zentrum des „Garnier Sommer-Beraters“ stehen daher die Themen Fitness, Schutz der Haut, Ernährung und Body Mass Index.

„Auf diese Weise konnten wir Branded Content erstellen, der auf Konsumenten-

tenbedürfnisse und Produkte abgestimmt ist. Das hilft Budgets effektiver und effizienter einzusetzen“, sagt **Björn Zaske**, Geschäftsführer von Moccu. Durch interaktive Elemente, den saisonal zugeschnittenen Content und die Verbindung von Beratungs- und Produktkatalog-Bereich sollen Visits und Verweildauer erhöht werden. Moccu ist seit 2009 Online-Lead-Agentur der **L'Oréal-Deutschland**-Marke Garnier. Neben dem Internet-Auftritt betreuen die Berliner um Etat-Direktor **Marc Bruenjes** auch die Kampagnen. Weitere Online-Specials entlang der Jahreszeiten sind bislang nicht in Planung. *rp*

Garnier Sommer-Berater

Das saisonale Special verknüpft Beratungsthemen mit dem Produktkatalog.

