

Presseinformation

23. Oktober 2020

Relaunch von Nature Box, Gliss Kur und Syoss

Henkel treibt nachhaltige Verpackungen im Beauty Care-Portfolio voran

Düsseldorf – Henkel verstärkt sein Engagement zur Förderung einer Kreislaufwirtschaft: Im Rahmen der Relaunches der Beauty Care-Marken Nature Box, Gliss Kur und Syoss wird auch das Verpackungsportfolio nachhaltiger gestaltet. Dabei wurde beispielsweise der Einsatz von Rezyklat weiter gesteigert – das trägt auch zur kontinuierlichen Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks von Henkel bei.

Mit den Relaunches der Haarpflege-Marken Nature Box, Gliss Kur und Syoss geht Henkel einen weiteren wichtigen Schritt zur Förderung nachhaltiger Verpackungslösungen und zur Entwicklung seines Portfolios.

„Wir wollen eine Kreislaufwirtschaft vorantreiben und verfolgen unsere ambitionierten Verpackungsziele für das Jahr 2025. Der Relaunch von drei unserer größten Marken ist ein wichtiger Meilenstein und zeigt unseren ganzheitlichen Ansatz, wie wir unser Portfolios in Hinblick auf Nachhaltigkeit weiterentwickeln“, sagte Philippe Blank, Leiter Nachhaltige Verpackungen bei Henkel Beauty Care.

Vermehrte Verwendung von Social Plastic®

Seit September trägt die Haar- und Körperpflege-Marke [Nature Box](#) das [ECOCERT](#)-Kosmetik-Label nach dem COSMOS NATURAL-Standard für Naturkosmetik. Diese Zertifizierung bestätigt, dass alle Nature Box-Produkte zu mindestens 98 Prozent aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs (einschließlich Wasser) bestehen. Zudem sind die Produkte vegan, also frei von Inhaltsstoffen tierischen Ursprungs, außerdem frei von synthetischen Farbstoffen oder je nach Produkt frei von Silikonen. Mit dem Relaunch von Nature Box unternimmt Henkel darüber hinaus weitere Schritte in seiner [Zusammenarbeit mit dem](#)

[Sozialunternehmen Plastic Bank](#). Nature Box ist die erste Kosmetikmarke, die Social Plastic® als Verpackungsmaterial für das gesamte Flaschen-Portfolio eingeführt hat: Alle Flaschenkörper von Nature Box bestehen zu 98 Prozent aus [Social Plastic®*](#) – Plastik, das von Menschen in Armut gesammelt wird, bevor es in Ozeane und Wasserwege gelangen kann. Henkel arbeitet derzeit daran, die verbleibenden 2 Prozent Kunststoff, die durch die Farbgebung der Flasche enthalten sind, ebenfalls durch das recycelte Material zu ersetzen. Dazu testet das Unternehmen bereits einen Farbträger, der aus Social Plastic® besteht.

Vorreiterrolle bei der Entwicklung recycelbarer schwarzer Verpackungen

Schwarze Verpackungen stellten in der Regel eine Herausforderung für die Recycling-Wertschöpfungskette dar, da die für die schwarze Färbung verwendeten Farbstoffe häufig nicht von den Recyclingsystemen identifiziert und sortiert werden können. Henkel hat im vergangenen Jahr seine ersten [recycelbaren schwarzen Plastikverpackungen eingeführt](#) und damit eine innovative Lösung geschaffen, um schwarze Plastikverpackungen nachhaltiger zu gestalten. Mit dem [Relaunch von Syoss](#) im September wird für die schwarze Verpackung, für die die Haarpflegemarke bekannt ist, nun rußfreie schwarze Farbe verwendet. Somit ist sie vollständig recycelbar. Zudem bestehen alle Shampoo-Flaschen zu 98 Prozent aus recyceltem Material (exklusive Kappe).

Erhöhter Einsatz von recyceltem Plastik

Im Zuge eines [umfangreichen Relaunchs](#) der bekannten Schwarzkopf-Marke Gliss Kur erhöht Henkel den Anteil an Recyclingmaterial über die gesamte Produktpalette hinweg. Während die neuen Shampoo- und Conditioner-PE-Flaschen zu 30 Prozent aus Recyclingmaterial bestehen, enthalten die PET-Flaschen der Shampoos und Express Repair Conditioner zu 97 Prozent recycelten Kunststoff. Alle Flaschenkörper sind zu 100 Prozent recycelbar und durch den reduzierten Einsatz von Metallfolie wird der gesamte Recyclingprozess zusätzlich vereinfacht. Zudem bestehen die neuen schwarzen Kappen aus rußfreiem Material und sind so ebenfalls vollständig recycelbar.

Ambitionierte Verpackungsziele

Als Teil seines Engagements im Bereich Nachhaltigkeit hat sich Henkel [ambitionierte Verpackungsziele für das Jahr 2025](#) gesetzt, um eine Kreislaufwirtschaft zu fördern. Bis dahin sollen 100 Prozent der Verpackungen von Henkel recycelbar oder wiederverwendbar sein** und die Menge an neuen Kunststoffen aus fossilen Quellen um 50 Prozent reduziert werden. Außerdem will das Unternehmen dazu beitragen, dass keine Kunststoffabfälle in die Umwelt gelangen.

Auf dem Weg zur Erreichung dieser Ziele hat Henkel bereits viele Fortschritte in seinen drei Unternehmensbereichen gemacht. Das Unternehmen hat beispielsweise den Anteil an recyceltem Plastik in seinen Produktverpackungen weiter erhöht, zahlreiche Verpackungen bestehen bereits zu 100 Prozent aus recyceltem Material. Neben der Entwicklung von nachhaltigen Verpackungslösungen ist Henkel an zahlreichen Partnerschaften und branchenübergreifenden Initiativen beteiligt, die darauf abzielen, Innovationen in der Verpackungsentwicklung voranzutreiben und den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft zu fördern. So ist das Unternehmen neben seiner Partnerschaft mit Plastic Bank auch Mitglied der [Alliance to End Plastic Waste](#) (AEPW) und der [New Plastics Economy](#) (NPEC).

*Ausgenommen Kappen, Verpackungen der festen Shampoos, Duschpflegen sowie Tuben.

**Ausgenommen Klebstoffprodukte, deren Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder die Recycling-Kreisläufe belasten können.

Mehr über die Strategie und die Aktivitäten von Henkel im Bereich Verpackungen und Plastik erfahren Sie unter www.henkel.de/plastik.

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 über 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2019 erzielte Henkel einen Umsatz von über 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,2 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 52.000 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	Jennifer Ott	Ricarda Albaum
Telefon	+49 211 797-27 56	+49 211 797-99 82
E-Mail	jennifer.ott@henkel.com	ricarda.albaum@henkel.com

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

Henkel AG & Co. KGaA