



Presseinformation

März 2021

Nachhaltige Verpackungsinnovation von Henkel Laundry & Home Care

Neue Verpackung für WC-Reiniger: weniger Plastik und höherer Rezyklatanteil

Mit einem neuen, globalen Verpackungskonzept für Toilettenreiniger-Flaschen unterstreicht Henkel sein Engagement für nachhaltige Verpackungen und die Förderung einer Kreislaufwirtschaft. Der Anteil von recyceltem Polyethylen (PE) in den Verpackungen der WC Reiniger-Gels* konnte signifikant erhöht werden – auf 50 Prozent bei den Blue Star WC Reinigern im Standardsortiment, und bei den WC-Reinigern aus dem Pro Nature-Sortiment sogar auf 75 Prozent. Dass damit auch den Wünschen der österreichischen Konsumenten entsprochen wird zeigt eine Studie zum Thema Nachhaltigkeit von Ipsos Austria, die im Vorjahr von Henkel in Auftrag gegeben worden ist.

Bei dem Material, das für die Toilettenreiniger-Flaschen verwendet wird, handelt es sich um recyceltes Plastik aus Endverbraucher-Haushalten. „Es ist für uns ein wichtiger Schritt, dass wir den Anteil von recyceltem PE bei unseren Toilettenreinigern so deutlich erhöhen konnten. Denn die Verfügbarkeit von qualitativ hochwertigem Rezyklat dieses Kunststoffes ist nach wie vor begrenzt“, erläutert Ulf Timmann, Head of Global Packaging Innovation Toilet Care & Hard Surface Cleaning. „Der Erfolg ist zugleich Ansporn. Unser Ziel ist es, den Anteil von Recycling-Material weiter deutlich zu steigern.“

Durch das neue Verpackungskonzept wird nicht nur mehr Rezyklat, sondern insgesamt auch weniger Plastikmenge eingesetzt. Das reduziert das Gewicht der Flaschen im Durchschnitt um 11 Prozent. Durch diese Verpackungsinnovation werden global jährlich 480.000 kg Neu-Kunststoff eingespart. Dies entspricht einer weltweiten Einsparung von 800 Tonnen an CO₂ pro Jahr.

Durch das kompakte Flaschendesign passen gut 10 Prozent mehr Flaschen auf eine Transport-Palette. Neben dem erhöhten Rezyklat-Einsatz wirkt sich das positiv auf den ökologischen Fußabdruck aus, denn es spart CO₂ auch beim Transport.



Mit dem neuen Verpackungskonzept hat Henkel ein einheitliches, globales Flaschenkörper-Design für Toilettenreiniger eingeführt. Alle Flaschen sind nun in einem einheitlichen Format erhältlich und setzen auf Polyethylen als Material.

Henkel liefert Antworten auf Kundenwünsche

Ipsos Austria hat im September 2020 im Auftrag von Henkel 1.000 Österreicher im Alter von 18 bis 69 Jahren befragt, worauf sie beim Einkauf von Wasch- und Reinigungsmitteln achten. Nachhaltigkeit steht dabei ganz oben auf der Wunschliste: 60 Prozent gaben an, sie achten sehr viel/viel darauf. Damit steigerte sich dieser Wert gegenüber der Vergleichsstudie vor fünf Jahren deutlich: Damals gaben noch 40 Prozent an, dass ihnen Nachhaltigkeit sehr wichtig ist. Gleichzeitig fordern die Konsumenten technologische Innovationen: Produkte sollen bei niedrigen Waschttemperaturen perfekt reinigen – und damit Strom sparen. Ein Wunsch, der von 58 Prozent der Befragten genannt wird. Und auch im Bereich der Verpackungen reagieren die Konsumenten zusehends sensibler: So sagen 52 Prozent, dass es ihnen wichtig ist, ein aus 100 Prozent Recycling-Material produziertes Gebinde zu erhalten. Diesem Wunsch der Konsumenten nach einer „Kreislaufwirtschaft“ entspricht Henkel bereits seit Jahren mit dem verstärkten Einsatz von R-PET. Seit 2021 verkauft Henkel in Österreich Produkte der beliebten Marken Fewa, Pril, Silan und Clin nur noch in Flaschen aus 100 Prozent Recycling-PET (Ausnahme: 3L Flaschen mit 50%) – und spart so 400 Tonnen „Neu-Plastik“ jährlich ein. Die Forderung nach umweltschonenden Produkten setzt sich in der Konsumentenumfrage auch in der Frage nach den Inhaltsstoffen fort: ein wachsender Anteil der Konsumenten wünscht sich ein Angebot ökologischer Produkte, dabei fordert für diese grünen Produkte rund die Hälfte der Befragten den „ausschließlichen“ Einsatz umweltfreundlicher Substanzen – wünscht dabei aber vollen „Reinigungseffekt“. Noch ein Trend hat sich in der Umfrage als überaus stark erwiesen: der Wunsch nach regionalen Produkten. Sogar im Wasch- und Reinigungsmittelbereich besteht große Nachfrage nach lokalen Erzeugnissen, für 45 Prozent der Befragten ist das ein wichtiges Kaufkriterium. Mit Qualität aus Österreich, nachhaltiger Produktion in Wien, bis zu 100 Prozent recyceltem PET und Produkten mit hoher Wirksamkeit kommt Henkel nicht nur seiner gesamtgesellschaftlichen Verantwortung nach, sondern liegt auch am Puls der Zeit.

* Ausgenommen sind die Produkte, die aufgrund ihrer hohen Reinigungsleistung speziellen Sicherheitsstandards unterliegen wie zum Beispiel das Blue Star Extra Power Gel-Segment.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter <http://news.henkel.at>.

Die Osteuropa-Zentrale von Henkel befindet sich in Wien. Das Unternehmen hält in der Region eine führende Marktposition in den Geschäftsbereichen Laundry & Home Care, Adhesive Technologies und Beauty Care. In Österreich gibt es Henkel-Produkte seit 131 Jahren. Am Standort Wien wird seit 1927 produziert. Zu den Top-Marken von Henkel in Österreich zählen Blue Star, Cimsec, Fa, Loctite, Pattex, Persil, Schwarzkopf, Somat und Syoss.

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 2020 erzielte Henkel einen Umsatz von über 19 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,6 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 53.000 Mitarbeiter, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen Henkel AG & Co. KGaA Seite 4/4 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.

Kontakt	Mag. Michael Sgiarovello	Daniela Sykora
Telefon	+43 (0)1 711 04-2744	+43 (0)1 711 04-2254
E-Mail	michael.sgiarovello@henkel.com	daniela.sykora@henkel.com