



Presseinformation

September 2022

Neues nachhaltiges Verpackungskonzept startet mit Sondereditionen für die diesjährige Back-to-School-Kampagne

Pritt bringt als Vorreiter kunststofffreie Umverpackungen aus recyceltem Papier auf den Markt

Als erster Klebstoffhersteller weltweit wird Henkel kunststofffreie Umverpackungen – sogenannte Blister – für sein breites Sortiment an Konsumentenklebstoffen einführen und startet dabei mit dem Pritt Klebestift. Die neuen kunststofffreien Umverpackungen bestehen aus bis zu 90 Prozent recyceltem Papier und sind vollständig recyclingfähig. Diese Lösung wird zu einer Reduzierung von jährlich 1.000 Tonnen Kunststoff beitragen. Das neue Verpackungskonzept steht im Einklang mit der Nachhaltigkeitsambition und den Verpackungszielen für 2025 des Unternehmens und wird die Recyclingfähigkeit von Produkten hinsichtlich einer Kreislaufwirtschaft weiter verbessern.

Die Marke Pritt ist bekannt für ihre lange Tradition, nachhaltige Lösungen zu entwickeln, natürliche Klebekraft zu bieten und soziale Projekte weltweit zu fördern. In den vergangenen Jahrzehnten hat Henkel kontinuierlich die Qualität und die Rezeptur seiner Produkte im Hinblick auf die gestiegenen gesellschaftlichen Ansprüche an Benutzersicherheit und Nachhaltigkeit mit konsequentem Fokus auf die Kernzielgruppe Kinder verbessert. Mit dem neuen Verpackungskonzept bringt Pritt seine Markenidentität durch neue Nachhaltigkeitsstandards bei der Umverpackung von Konsumentenklebstoffen auf eine noch höhere Stufe.

Seit über 50 Jahren ist Pritt als Vorreiter für nachhaltige Innovationen bekannt. Deshalb werden wir von heute an Kunststoffverpackungen durch neue Blister ersetzen, die aus bis zu 90 Prozent recyceltem Papier bestehen und vollständig recyclingfähig sind“, sagt Mag. Diethardt Lang, Vice President Adhesives Construction, Consumer & Craftsmen. „Unser neues Verpackungskonzept ist wegweisend auf dem Markt und wird nachhaltige Lösungen weiter vorantreiben. Nach jahrelanger Entwicklungsarbeit und unterschiedlichen Anpassungen in

unserer Lieferkette sind wir stolz darauf, unseren Kunden und Konsumenten die nächste weltweit erste Nachhaltigkeitsinnovation zu präsentieren. Und Pritt ist erst der Anfang – wir werden das neue Verpackungskonzept in den kommenden Jahren schrittweise über unser gesamtes Sortiment an Konsumentenklebstoffen ausrollen. Dadurch wollen wir unseren Kunststoffverbrauch um 1.000 Tonnen jährlich senken.“

Seit ihrer Erfindung im Jahr 1969 ermöglichen Pritt Klebestifte unzähligen Kindern auf der ganzen Welt, ihre Kreativität beim Basteln auszuleben und ihre motorischen Fähigkeiten zu verbessern. Die aktuelle Generation der Pritt Klebestifte enthält 97 Prozent naturbasierte Inhaltsstoffe (inklusive Wasser) und bis zu 65 Prozent postindustriell recyceltem Kunststoff im Stift – ohne Leistungseinbußen zur Vorgängergeneration. Die Produkte bieten eine starke Anfangshaftung, einfaches Korrigieren und die besten Bastelergebnisse in der Kategorie Klebestifte.

Pritt wird das neue Verpackungskonzept mit dem Start seiner jährlichen Back-to-School-Kampagne ab Frühsommer am Markt einführen. Um den Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit weiter zu stärken und Konsumenten einen möglichst großen Bastelspaß zu ermöglichen, erhalten alle Klebestifte während der Kampagne verschiedene Ozeanmotive wie Meerestiere oder U-Boote. Darüber hinaus werden auch neue Back-to-School-Sondereditionen des Klebstiftes in den Metallic-Farben Blau und Orange in den Handel kommen.

„Mit unserer Back-to-School Kampagne und der alljährlichen Sonderedition wollen wir Kindern und ihre Eltern dazu animieren, Kreativität und Fantasie durch die Magie des Bastelns lebendig werden zu lassen“, erklärt Mag. Diethardt Lang, Vice President Adhesives Construction, Consumer & Craftsmen. „In diesem Jahr stehen dabei die Markkerne Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung besonders im Fokus – das Pritt Back-to-School 2022 Portfolio mit Blisterverpackungen aus Papier und 97 Prozent natürlichen Inhaltsstoffen wird der nachhaltigste Klebestift weltweit und ein Highlight in den Verkaufsregalen sein. Gleichzeitig bringen wir im Rahmen der Kampagne neue limitierte Motive von Mr. Pritt zum Sammeln auf den Markt, um insbesondere Kindern unter dem Kernthema Weltmeere die Bedeutung von Nachhaltigkeit und nachhaltigem Handeln spielerisch näherzubringen.“

Mit dem Start der Back-to-School-Kampagne wird Pritt auch das digitale Kundenerlebnis weiter verbessern. Die neue Webseite www.prittunderthesea.com, die auch direkt über QR-Codes auf den Verpackungen erreichbar ist, bietet eine Vielzahl von Informationen und verschiedene Späbelemente. Besucher begegnen hier beispielsweise den Pritt Charakteren in einer interaktiven Online-Welt im eigenen Wohnzimmer und erleben eine 360°-Erfahrung in der

Augmented Reality. Zudem bietet die Webseite Informationen über das nachhaltige Verpackungskonzept und die natürlichen Inhaltsstoffe von Pritt sowie kreative Basteltipps.

Ein wichtiger Fokus der Markenidentität von Pritt liegt seit jeher auf Aktivitäten und Initiativen, mit denen gezielt die Schulbildung und die individuelle Förderung von Kindern auf der ganzen Welt verbessert werden. Unter der Corporate Social Responsibility Kampagne „We craft for children“ hat Pritt allein in den vergangenen drei Jahren in Zusammenarbeit mit verschiedenen NGOs weltweit mehr als 200.000 Euro für soziale Projekte gespendet. Im Jahr 2022 wird Pritt diese Initiative fortsetzen und Mitarbeiter sowie Konsumenten zu einer nachhaltigen Bastelerfahrung für gebrauchte Materialien wie Eierkartons, Milchverpackungen oder Toilettenpapier einladen, die im Einklang mit dem Ozeankonzept stehen. Weitere Informationen und Vorlagen werden in Kürze auf der Pritt Homepage verfügbar sein. Mit dieser diesjährigen Aktivität will Pritt 50.000 Euro an NGOs in Brasilien, Türkei, Italien, Mexiko und Deutschland spenden.

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 2021 erzielte Henkel einen Umsatz von über 20 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit rund 53.000 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.

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