



Presseinformation

April 2023

Starker Regionalitäts-Fokus: Nachhaltig in Österreich produziert

Mit reinem Gewissen: Henkel wieder mit rot-weiß-roter Kampagne

Im Mai und Juni geht die neueste Auflage der erfolgreichen Henkel Österreich-Promotion on Air. Unter dem Motto: „Mit reinem Gewissen“ weist Henkel auf Herkunft und nachhaltige Produktion seines Flüssigprodukte-Sortiments von Laundry & Home Care im heimischen Handel hin. Im Fokus stehen die drei Kernbotschaften: Qualität aus Österreich, nachhaltig produziert, Verpackung aus 100 Prozent recyceltem PET*. 2023 kommt ein klares Zukunftsbekenntnis dazu: Henkel übernimmt „Verantwortung gegenüber der nächsten Generation“ und bietet Konsument:innen damit die Möglichkeit, dabei ihren persönlichen Beitrag zu leisten. Und das „mit reinem Gewissen“, mit Produkten aus Österreich. Diese Botschaft soll auch in Form von Konsument:innen-Interviews auf der Community-Plattform #FragTeamClean und weiteren Social Media-Kanälen gestärkt werden.

„Die Nachhaltigkeits-Promotion, die wir heuer bereits zum vierten Mal für die Marken Persil, Silan, Weißer Riese, Fewa, Dixan, Pril, Clin und Lysoform mit unseren Handelspartnern umsetzen, kommt bei den Konsument:innen sehr gut an. Auch der Handel schätzt die Initiative, weil sie eine starke Verkaufsunterstützung in der Warenkategorie darstellt“, sagt Jaroslava Haid-Jarkova, General Manager Österreich Henkel Consumer Brands.

Dass die Themen Nachhaltigkeit und Regionalität speziell für österreichische Konsument:innen von enormer Bedeutung sind, ist nicht neu. Besonderer Wert wird jedoch vermehrt auf Nachhaltigkeitsinformationen direkt am Produkt gelegt. Dabei legen Verbraucher:innen großen Wert auf Themen wie lokal hergestellte Produkte, Förderung lokaler Beschäftigung, Angebot von bio-/öko-zertifizierten Produkten, aber auch auf Kooperationen mit Herstellern, um Plastik zu vermeiden, wie die Henkel Shopper Study 2021 gezeigt hat. „Wir tragen diesen Wünschen in unserem gesamten Portfolio bereits Rechnung und weisen transparent darauf hin, wie ernst Henkel seine Nachhaltigkeitsagenda nimmt. Auf jedem Etikett sind daher Informationen zu Recyclinganteil und -fähigkeit der Verpackung, biologische Abbaubarkeit des

Produkts und dessen Herkunft zu finden“, so Haid-Jarkova. Denn mit reinem Gewissen regional hergestellte und nachhaltige Produkte einzukaufen, ist mehr als ein Trend – es ist auch ein wesentlicher Erfolgsfaktor zu einer positiven wirtschaftlichen Zukunft. In diesem Zusammenhang genießt z.B. Marktführer Persil großes Vertrauen bei den Konsument:innen: 49 Prozent der Österreicher:innen verbinden die Werbebotschaft „mit reinem Gewissen“ mit Persil, zeigt die IPSOS Henkel Study 2022.

Die neue Henkel-Promotion „Mit reinem Gewissen“ umfasst eine reichweitenstarke Digital Ad-Kampagne auf YouTube, Facebook und Instagram, ein Gewinnspiel auf der Community-Plattform www.frag-team-clean.at/ sowie einen aufmerksamkeitsstarken POS-Auftritt. Sie läuft von Mai bis Juni 2023.

*fewa 20WG, Silan 35-55WG, Pril, Clin, Lysoform

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Konsumenten, Verbraucher, Mitarbeiter, Manager, Kunden, Teilnehmer oder Aktionäre sind als geschlechtsneutral anzusehen. Die Produktnamen sind eingetragene Marken.

Die Osteuropa-Zentrale von Henkel befindet sich in Wien. Das Unternehmen hält in der Region eine führende Marktposition in den Geschäftsbereichen Consumer Brands und Adhesive Technologies. In Österreich gibt es Henkel-Produkte seit über 130 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.

Mit seinen Marken, Innovationen und Technologien hält Henkel weltweit führende Marktpositionen im Industrie- und Konsumentengeschäft. Mit dem Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist Henkel globaler Marktführer bei Klebstoffen, Dichtstoffen und funktionalen Beschichtungen. Mit Consumer Brands ist das Unternehmen insbesondere mit Wasch- und Reinigungsmitteln sowie Haarpflege weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2022 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 22 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,3 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Nachhaltiges Handeln hat bei Henkel lange Tradition und das Unternehmen verfolgt eine klare Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen. Henkel wurde 1876 gegründet und beschäftigt heute weltweit ein vielfältiges Team von über 50.000 Mitarbeiter:innen – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, gemeinsame Werte und den Unternehmenszweck: „Pioneers at heart for the good of generations“. Weitere Informationen 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