14. prosinec 2020

Zrychlení inovací a nové příležitosti k dalšímu růstu

**Společnost Henkel posiluje inovace a nové obchodní příležitosti**

**Düsseldorf – Na zrychlení inovací a vývoj nových byznys modelů spotřebitelské obchodní divize společnosti Henkel Beauty Care a Laundry & Home Care vytvořily vlastní kreativní centrum a týmy, v nichž se propojují agilní pracovní postupy s velikostí a poznatky globální společnosti.**

Jejich cílem je předvídat budoucí trendy, identifikovat nové byznys modely a služby a navrhovat produkty s cílem využít další příležitosti k růstu a neustále rozšiřovat podnikatelské a obchodní aktivity společnosti. Klíčovými prioritami jsou rychlost a agilita. Kreativní týmy proto fungují jako „podnikatelé v rámci společnosti“ a úzce spolupracují s interními i externími partnery. Nezávislé a rychlé procesy spolu s globálními zdroji společnosti Henkel jim umožňují vyvíjet úspěšné strategie rozvoje značek a prodeje.

 **„Fritz Beauty Lab“**

*„Posiluje se konkurenční a disruptivní prostředí na našich trzích a výrazně se zvyšuje rychlost inovací. Abychom tuto novou realitu zachytili, musíme předvídat trendy dříve, než začnou být „in“, identifikovat nové byznys modely dříve, než se stanou skutečností a zrychlit inovace. Proto jsme vytvořili vlastní inkubátor pod názvem „Fritz Beauty Lab“,”* říká Jens-Martin Schwärzler, výkonný viceprezident divize Beauty Care.

„Fritz Beauty Lab“, pojmenovaný po zakladateli společnosti Henkel Fritzi Henkelovi, má za cíl identifikovat atraktivní specifické trhové segmenty s potenciálem dalšího růstu pro existující značky a vyhledávat mezery na trhu, jež by bylo možné vyplnit novými značkami. Inovativní přístup kreativního týmu se inspiruje trendy, potřebami spotřebitelů a trhovými poznatky, aby vytvářel koncepty, jež je možno rychle prototypovat a testovat přímo v trhovém prostředí. S využitím potenciálu online obchodu a platforem budou nové produkty nabízeny přímo našim spotřebitelům, čímž dochází ke zrychlení celého procesu validace. Pakliže se nový produkt osvědčí, bude uveden na širší trh s cílem určit jeho budoucí růstový potenciál.

**Love Nature – inovace s holistickým přístupem k udržitelnosti**

Love Nature GmbH je novým kreativním a inovačním centrem divize Laundry & Home Care pro oblast trvalé udržitelnosti. Bude se zaměřovat především na udržitelná řešení v segmentu pracích a čistících prostředků, ale i na nové technologie a byznys modely, jež si najdou širší uplatnění. *„Udržitelnost je hlavním pilířem naší inovační strategie. Love Nature je dalším krokem ve vývoji inovací na základě holistického přístupu k trvalé udržitelnosti, jež zjednoduší ekologické rozhodování všech našich zákazníků,“* říká Bruno Piacenza, výkonný viceprezident divize Laundry & Home Care. *„Technologie a požadavky našich spotřebitelů se mění nevídaným tempem. Díky novému kreativnímu centru dokážeme v praxi ověřit inovativní a někdy až odvážná řešení a zároveň zrychlit vývoj nových škálovatelných byznys modelů a holistických konceptů v oblasti udržitelnosti.“*

S cílem zkrátit čas uvedení udržitelných inovací na trh spolupracuje tým Love Nature se spotřebiteli i influencery a odborníky na trvalou udržitelnost a jen nedávno oznámil uvedení první značky: značka Love Nature přináší širokou nabídku prostředků na praní, mytí nádobí a čištění. Produkty jsou vyrobeny z materiálů rostlinného původu a certifikovány renomovanými ekologickými značkami jako EU Ecolabel nebo ECARF. Jejich složení obsahuje velké množství přírodních látek a jsou dostupné v úsporných a udržitelných obalech vyrobených z recyklovaných plastů. Ve vybraných německých prodejnách je dokonce možné produkty Love Nature opakovně naplnit.

**Inovace coby hlavní zdroj konkurenceschopnosti**

Nové kreativní centrum a inovační tým divizí Laundry & Home Care a Beauty Care jsou v plném souladu se [strategickým rámcem společnosti Henkel](https://www.henkel.com/company/strategy), jež prosazuje inovace s pozitivním vlivem, podpořené zvýšenými investicemi, coby hlavní zdroj zvyšování konkurenceschopnosti. Součástí tohoto snažení je posílení inovačního přístupu například zvýšeným využíváním digitálních nástrojů a dat k rychlejšímu a lepšímu přístupu k informacím a potenciálu otevřených inovací a ideového crowdsourcingu. Inovace a značky budou konzistentně podporovány investicemi v klíčových kategoriích a regionech. Společnost Henkel proto zvýší investice do růstu v oblasti reklamy, digitalizace a IT o 350 milionů eur ve srovnání s rokem 2018.

**O společnosti Henkel**

Společnost Henkel působí celosvětově s vyrovnaným a diverzifikovaným portfoliem produktů. Díky silným značkám, inovacím a technologiím zastává Henkel vedoucí postavení na trhu jak ve spotřebitelských, tak i v průmyslových odvětvích. V oblasti lepidel je Henkel divize Adhesive Technologies celosvětovým lídrem na trhu v rámci všech průmyslových segmentů. V oblastech Laundry & Home Care a Beauty Care je Henkel na vedoucích pozicích na více trzích a v kategoriích ve světě. Společnost byla založena v roce 1876 a má za sebou přes 140 úspěšných let. V roce 2019 dosáhla obratu ve výši přes 20 mld. eur a upraveného provozního zisku přibližně ve výši 3,2 mld. eur. Henkel zaměstnává přes 52 000 lidí po celém světě, již spolu tvoří zanícený a velmi různorodý tým, jež spojuje silná firemní kultura a společný zájem vytvářet trvale udržitelné hodnoty a jež sdílí společné hodnoty. Jako uznávaný lídr v oblasti udržitelnosti je Henkel na předních příčkách v mnoha mezinárodních indexech a hodnoceních. Prioritní akcie společnosti Henkel jsou kótovány na německém akciovém indexu DAX. Více informací najdete na stránce www.henkel.com.

Kontakt

Zuzana Kaňuchová

Ředitelka korporátní komunikace

Telefon: +421 917 160 597

E-mail: [zuzana.kanuchova@henkel.com](zuzana.kanuchova%40henkel.com)