



Presseinformation

Innovationen für Gewerbekunden

Ceresit startet 2024 mit neuen Trend-Farben

Henkel präsentiert für Ceresit eine aktualisierte Farbauswahl bei Fugenmasse und Silikon. Darüber hinaus wird die Produktion nachhaltiger gestaltet und das Kundenservice effizienter.

Eine modernisierte Farbpalette mit Bazalt, Iron Grey, Brown und Balibrown, damit noch **mehr Auswahl in gefragten Bestseller-Farbtönen**, sowie eine noch exaktere Farbpassung mit der Fugenmasse – das sind die Top-Innovationen von Ceresit für das erste Halbjahr 2024. „Wir analysieren regelmäßig Fliesen-Trends und optimieren dann unser Portfolio. So sorgen wir dafür, dass wir stets die nachgefragtesten Farben mit hoher Drehung am Regal anbieten können, erklärt dazu Ing. Reinhard Bischof, Country Manager Henkel Bautechnik für Österreich und Ungarn. Langsam drehende Farben werden aus dem Sortiment genommen, um dem Ceresit-Versprechen eines übersichtlichen, schlanken Sortiments treu zu bleiben. Gleichzeitig wurden auch die Silikon-Farben noch exakter an die Fugenmassen angepasst, um die Qualität des Endergebnisses zu erhöhen.

Die Bauwirtschaft steht vor schwierigen Zeiten

Nach den teilweise deutlichen Rückgängen in der Bauwirtschaft im Vorjahr bleiben die Herausforderungen auch 2024 bestehen. Bischof hofft, wie die gesamte Branche, auf eine Stabilisierung des Rückgangs und einen Aufschwung im 2. Halbjahr. „Die Situation ist nicht einfach. Gerade deshalb möchte ich mich an dieser Stelle bei unseren Partnern für ihr Vertrauen in die Marke und unsere Produkte bedanken. Wir konnten 2023 über der Marktentwicklung performen, was mich natürlich sehr freut“, betont Reinhard Bischof.

Nachhaltigkeit im Fokus

Ein wichtiger Aspekt ist das Thema Nachhaltigkeit, das für Konsument:innen auch bei der Wahl von Baustoffen eine immer wichtigere Rolle spielt. „Innovation und nachhaltiges Wirtschaften sind ein wesentlicher Teil unseres Leistungsversprechens an die Kund:innen. Ein Baustein dieser Strategie ist, dass wir im Lauf dieses Jahres unsere zementären Produkte von CEM I auf CEM IIa-Zement umstellen“, so Bischof. Bei der Produktion von CEM IIa-Zement wird im



Vergleich zu CEM I-Zement weniger CO₂ pro Tonne ausgestoßen. Ein weiterer Schritt ist, dass nach und nach Plastikverpackungen durch recycelten Kunststoff ersetzt werden, wie z.B. bei der Flexfugenmasse CE 40. „Außerdem haben wir die Produktion auf 100 % erneuerbaren Strom umgestellt“, führt Reinhard Bischof weiter aus.

Chancen der Digitalisierung nutzen

Auch in der Kundenbetreuung hat sich mit Jahresbeginn einiges verändert. „Wir haben uns Gedanken darüber gemacht, wie wir unseren Kund:innen schnelleren Service bieten können. Für Auskünfte und Anfragen sind ab sofort anstelle des Vertriebsaußendienstes unsere Spezialist:innen im **Customer Service Experience Team** die erste Anlaufstelle für unsere Kund:innen“, sagt Bischof. Dadurch kommen Kund:innen nun direkter, rascher und detaillierter zu den von ihnen gewünschten Informationen. Durch Hinterlegung der Kunden- und Kontaktdaten wird man, trotz einer allgemeinen Service-Telefonnummer und E-Mail-Adresse, zu dem bereits bekannten und kompetenten Ansprechpartner im Innendienst verbunden. „Wir wollen zukunftsorientiert die Möglichkeiten der Digitalisierung einsetzen“, betont Reinhard Bischof. Ein anderes Beispiel dafür ist der Henkel e-Shop. Geschäftspartner haben hier schon jetzt raschen Informationszugang zu Warenverfügbarkeit, Lieferzeiten, Bestellübersichten und mehr. Für die Kundenbetreuung – etwa Angebotslegung, Geschäftsentwicklung, technische Beratung und ähnliches – steht Kund:innen weiterhin ein kompetentes Vertriebsteam zur Verfügung.

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

Über Henkel

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 rund 50.000 Mitarbeiter:innen – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, gemeinsame Werte und den Unternehmenszweck: „Pioneers at heart for the good of generations“.

Kontakt: Mag. Michael Sgiarovello

Telefon: +43 (0)1 711 04-2744

E-Mail: michael.sgiarovello@henkel.com

Daniela Sykora

+43 (0)1 711 04-2254

daniela.sykora@henkel.com

Henkel Central Eastern Europe GmbH