

Pressemitteilung

Juni 2025

Blue Star – der Marktführer für WC-Beckensteine bringt Teile des Sortiments in neuer Kartonverpackung auf den Markt

Gewohnte Blue Star-Qualität kompakt, modern und nachhaltig verpackt

Blue Star übernimmt Verpackungs-Verantwortung und setzt ein weiteres starkes Zeichen für mehr konkrete Nachhaltigkeit im heimischen WC: Die Produkt-Reihen Blue Star Kraft Aktiv, Blue Star Spa Momente, Blue Star Blau Aktiv und Blue Star DeLuxe wurden auf eine innovative Kartonverpackung umgestellt: recycelbar und dabei wesentlich kompakter. So geht Nachhaltigkeit durch Innovation.



„Die neue Verpackung besteht aus Karton, enthält – basierend auf einer von RDC Enviroment durchgeführten Ökobilanz – insgesamt 89 Prozent weniger Plastik als bisher und spart so jährlich rund 45 Tonnen Plastik sowie mehr als 130 Tonnen CO₂-Emissionen ein“¹, so Jaroslava Haid-Jarkova, General Manager Henkel Consumer Brands Österreich.

Blue Star geht aber auch bei einem Großteil seiner festen WC-Körbchen den nächsten Schritt in Richtung Nachhaltigkeit: 100 Prozent recycelte oder erneuerbare Materialien kommen nun zum Einsatz (Massenbilanzansatz)¹.

¹ Betroffen sind aktuell die Varianten Blue Star Kraft Aktiv, Blue Star Spa Momente und Blue Star DeLuxe. Das Körbchen enthält derzeit 30 Prozent recycelten Kunststoff. Für die restlichen 70 Prozent finanzieren wir den Ersatz fossiler durch erneuerbare Rohstoffe nach dem ISCC-Massenbilanzverfahren. Die vollständige Umstellung auf erneuerbare Materialien ist in Qualifikation und für voraussichtlich Q1/2026 geplant. Weitere Informationen unter www.henkel.at/massenbilanz-plastik.

² Quelle: Nielsen, Total 2024

Durch die kompaktere Größe ergibt sich ein weiterer Vorteil, insbesondere für den Handel: acht statt bisher sieben Blue Star Duopacks pro Regalmeter – ein echter Regalplatz-Gewinn. Die gewohnte Euro-Lochung bleibt bestehen und sorgt für eine gleichbleibend flexiblere Platzierungsmöglichkeiten im POS. Auch aus logistischer Sicht ein echtes Plus: Dank der kleineren Verpackung werden für die gleiche Produkt-Menge bis zu ein Drittel weniger Transportraum benötigt – ein weiterer Schritt in Richtung nachhaltigere Lieferkette.

Keine Kompromisse bei der Leistung

Die bewährte Blue Star-Formel bleibt unverändert. Konsument:innen erhalten weiterhin die volle Reinigungsleistung – jetzt in einer Verpackung, die nachhaltiger, handlicher und moderner ist als zuvor:

- Reinigungsschaum – reinigt bei jeder Spülung
- Anti-Kalk-Formel – verhindert Kalkablagerungen
- Schmutz-Protector – schützt vor Wiederverschmutzung
- Extra Frische – sorgt für langanhaltenden, angenehmen Duft

Starker Auftritt

Unterstützt wird der Relaunch durch ein umfangreiches Media-Paket inklusive TV-Spot, digitaler Werbung und Sampling-Aktionen – mit über 100 Millionen Bruttokontakten.

Über Blue Star

Blue Star bietet die einfache wie effiziente Lösung für Sauberkeit und Frische in der Toilette mit jeder Spülung. Die Marke wird seit 2010 kontinuierlich weiterentwickelt und das Produktsortiment erweitert. Die Marke hält in Österreich die Nummer 1-Position im Bereich WC-Beckensteine und Reinigung und zeigte 2024 eine starke Performance im Einklang mit dem Markt. „Besonders hervorzuheben ist die gute Entwicklung im Premium-Segment, das eine besonders starke Nachfrage verzeichnete. Dies zeigt, dass Blue Star erfolgreich von der zunehmenden Beliebtheit hochwertiger Produkte profitiert und sich als führende Marke im Premium-Bereich etabliert hat,“² so Jaroslava Haid-Jarkova.

In Österreich gibt es Henkel-Produkte seit über 130 Jahren. Die regionale Henkel-Zentrale für CEE befindet sich in Wien. Außerdem werden am Standort seit 1927 Wasch- und Reinigungsmittel 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 im Bereich Haare weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2024 erzielte Henkel einen Umsatz von rund 21,6 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,1 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 47.000 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