

Presseinformation

Oktober 2025

Die Edukativ-Kampagne „Weil es einen Unterschied macht!“ geht ins dritte Jahr

Henkel präsentiert nachhaltige und kostensparende Kosmetik- und Haushaltsroutinen für zuhause

Mehr als drei Viertel* des CO₂-Fußabdrucks der Kosmetik- und Haushaltsprodukte von Henkel Consumer Brands entstehen bei deren Anwendung. Auf der Website www.weileseinenunterschiedmacht.at zeigt Henkel Konsument:innen, wie sie diesen Anteil reduzieren und damit Wasser, Energie und auch Kosten einsparen können. Begleitet wird die Gemeinschaftsinitiative der Marken Persil, fewa, Silan, Blue Star, Somat, Pril, Weißer Riese, Clin, Gliss, taft, got2b, syoss, Glem vital und Fa unter dem Slogan „Weil es einen Unterschied macht“ ab sofort mit Maßnahmen am POS und einer starken, nationalen Online-Kampagne.

In Österreich werden jährlich rund 60 Millionen Henkel-Produkte aus den Kategorien Kosmetik & Körperpflege und Wasch- und Reinigungsmittel verkauft. „Das sind 60 Millionen Möglichkeiten, durch gezielte Anwendung dieser Produkte einen individuellen Beitrag zur CO₂-Fußabdruck-Reduktion zu leisten“, bringt es Dominik Mühleder, Sustainability Manager Henkel Consumer Brands Österreich, auf den Punkt. „In dem man zum Beispiel die Waschmaschine maximal befüllt, kann man unnötig viele Waschgänge vermeiden. Das spart Energie und Wasser.“ Auch der Griff zu recycelten Produktverpackungen, das Lufttrocknen der Haare oder die Wahl des Eco-Programms beim Nutzen der Geschirrspülmaschine, machen einen Unterschied und schonen Umwelt und Geldbörse.

Kleine Veränderungen im Alltag bewirken große Veränderungen in der Welt

Die Idee hinter der Kampagne: Es sind viele kleine Schritte im Leben, mit denen wir gemeinsam Großes verändern können. Auf www.weileseinenunterschiedmacht.at finden Konsument:innen aktuell [viele Tipps](#), wie sie ihre Kosmetik- und Haushaltsroutinen nachhaltiger und damit kostensparender gestalten können. Die sogenannten Hacks sind gegliedert in vier Rubriken: richtig recyceln, Energie sparen, Wasser sparen und weitere Hacks.

*Stand: Februar 2025

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

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 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	Ulrike Gloyer
Telefon	+43 (0)676 8993 2744	+43 (0)676 8993 2251
E-Mail	michael.sgiarovello@henkel.com	ulrike.gloyer@henkel.com

Henkel Central Eastern Europe GmbH