

Súťaž „Henkel Innovation Challenge“ vyhral chorvátsky tím

V roku 2050 nám účes upraví mobilná aplikácia

Düsseldorf – Absolútni víťazi medzinárodného kola súťaže Henkel Innovation Challenge sú už známi. S cieľom predstaviť originálny a ekologicky udržateľný produkt odzrkadľujúci trendy a potreby trhu v roku 2050, sa na víťaznú priečku prebojoval tím z Chorvátska. Ten porazil ďalších 20 súťažných tímov z 30 krajín sveta, okrem Brazílie, Ameriky či Číny aj zo Slovenska. Pomocou víťazného produktu značky Schwarzkopf „H Design“ si v roku 2050 možno budeme môcť zmeniť svoj vlastný účes pomocou mobilnej aplikácie.

Víťazi súťaže dostanú poukážku na cestu okolo sveta v hodnote 10 000 eur a spolu s tímami, ktoré sa umiestnili na druhom a treťom mieste, budú mať možnosť stretnúť sa osobne so samotným šéfom spoločnosti Henkel Kasperom Rorstedom. „Obaja sme športovo založení, a preto obľubujeme prakticky akékoľvek výzvy. Vôbec som však nečakal, že aj účasť na takejto obrovskej výzve pre nás môže skončiť víťazstvom. Počas troch súťažných dní som si najviac vychutnával medzinárodnú atmosféru. Stretol som sa s mnohými skvelými ľuďmi, na ktorých určite nikdy nezabudnem,“ hovorí Dominik Benger z víťazného tímu.

Nápad na produkt značky Schwarzkopf s názvom „H Design“, ktorý umožňuje spotrebiteľovi zmeniť svoj vlastný účes pomocou aplikácie, na porotu spoločnosti Henkel zapôsobil najviac. Druhú cenu získali študenti katarskej univerzity Carnegie Mellon, konkrétne Jasim Polin a Sarah Mustafová, za svoju víziu „AOK Allure“, ktorá je prvým programovateľným kozmetickým produktom na svete. Umožňuje spotrebiteľom ošetriť svoju pokožku inteligentnými zložkami, ktoré riadi špeciálny softvér. Tretiu cenu získala Geetika Goelová a Mayank Nandwani, ktorí študujú na Fakulte manažmentu v Delhi. Vymysleli ekologicky udržateľný povrchový náter „eCoat“, ktorý sa bude využívať v automobilovom priemysle.

V medzinárodnom kole siedmeho ročníka súťaže Henkel Innovation Challenge v Nemecku svoj produkt „senzor“ prezentoval aj slovenský tím. „Úlohou tejto



technológie je snímanie hladiny obsahu produktov dennej spotreby – šampónov, sprchovacích gélov, pracích práškov či aviváže. Ak ich obsah klesne pod 30 %, senzor vyšle správu na zákazníkov smartphone prostredníctvom aplikácie. Zákazník si tak jednoducho v predstihu cez telefón môže objednať náhradnú náplň. V roku 2050 sa tak nemusí stať, že v sprche siahneme po prázdnom sprchovacom géle,“ vysvetľujú študentky marketingovej komunikácie v Trnave Barbora Baránková a Daniela Martonová.

O súťaži *Henkel Innovation Challenge*

Tento rok prilákala súťaž opäť množstvo študentov rôznych študijných zameraní z celého sveta. Nápady do súťaže prihlásili dvojčlenné tímy z viac než 30 krajín sveta, medzi ktorými bola aj Brazília, Čína, USA, Francúzsko či India. Ich úlohou bolo predstaviť originálny a ekologicky udržateľný produkt či technológiu značky *Henkel*, ktorý bude odzrkadľovať trendy a potreby trhu v roku 2050.

Súťaž *Henkel Innovation Challenge* sa tohto roku konala už po siedmykrát. V priebehu posledných siedmich ročníkov sa do súťaže zapojilo 30 000 študentov z celého sveta. Pre spoločnosť *Henkel* je súťaž príležitosťou osobne spoznať výnimočných študentov z rôznych krajín sveta a profilovať sa ako potenciálny zamestnávateľ. Spoločnosť *Henkel* v súčasnosti zamestnáva okolo 47 000 ľudí zo 120 národov, ktoré žijú vo viac než 75 krajinách sveta. Každý rok absolvuje v spoločnosti *Henkel* pracovné stáže viac než 1 500 študentov z celého sveta, vďaka ktorým získajú prvé skúsenosti s prácou pre *Henkel*.

Ôsmy ročník súťaže odštartuje so začiatkom nového školského roka: „Už teraz sa tešíme na ďalšie nápady študentov. Svoje prihlášky môžu registrovať od septembra do decembra toho roku. Bližšie informácie nájdú na webovej stránke www.henkelchallenge.com,“ dopĺňa koordinátorka projektu Radka Karabellyová z oddelenia ľudských zdrojov *Henkel* Slovensko.

* * * * *

Spoločnosť *Henkel* so svojimi vedúcimi značkami a technológiami celosvetovo pôsobí v troch oblastiach podnikania: Starostlivosť o domácnosť, Beauty Care a Adhesive Technologies (Lepidlá Technológie). Spoločnosť, založená v roku 1876, so svojimi známymi značkami *Persil*, *Schwarzkopf* a *Loctite* globálne zastáva vedúce postavenie na trhu tak v spotrebiteľských, ako aj priemyselných odvetviach. *Henkel* zamestnáva okolo 47 000 pracovníkov. V roku 2013 dosiahol tržby vo výške 16,4 mld. eur a upravený prevádzkový zisk vo výške 2,5 mld. eur. Prioritné akcie spoločnosti *Henkel* sú evidované v indexe DAX na nemeckej burze cenných papierov.



Na Slovensku pôsobí Henkel vo všetkých troch strategických oblastiach už od roku 1991. Henkel Slovensko predáva viac ako 50 značiek a ku koncu roka 2013 spoločnosť zamestnávala 1 300 pracovníkov.

Kontakt Natálie Lorencová,
Tlačová hovorkyňa

Telefón +420 739 325 116

Fax +420 220 101 190

E-mail natalie.lorencova@henkel.com

Elena Valovičová
agentúra Seesame
+421 917 859 956

valovicova@seesame.com

