



Presseinformation

28. August 2018

WC Frisch revolutioniert Toilettenhygiene

Das WC Körbchen wird 50 Jahre

Ein eigenes Bad und WC war bis in die frühen 70er Jahre in vielen deutschen Wohnungen kein Standard. Erst mit dem Einbau eigener Badezimmer und Toiletten in deutsche Mietwohnungen, wurde das „stille Örtchen“ zu einem intimen Ort und der Wunsch nach hygienischer Frische zu einem neuen Trend. 1968 kam mit WC Frisch eine neue Marke und mit ihr der erste WC-Stein im Körbchen auf den deutschen Markt.

Im Durchschnitt verbringt jeder Mensch mehrere Monate seines Lebens auf der Toilette und die Entwicklung des modernen WCs in den letzten zweihundert Jahren hat die Lebenserwartung des Menschen um einige Jahre verlängert. Die Toilette ist zudem einer der intimsten Orte innerhalb einer Wohnung und hygienische Frische ist hier vielen Verbrauchern besonders wichtig. Mit der Idee eines Produktes für die Toilette, das auch zwischen den Spülungen für Sauberkeit und Duft sorgt, erkannte WC Frisch das Potential und sorgte 1968 mit dem ersten WC Körbchen für eine Innovation im deutschen Markt.

WC Frisch hat über 50 Jahre hinweg die Bedürfnisse der Verbraucher rund um die Hygiene und Sauberkeit der Toilette erforscht und verschiedenste Lösungen entwickelt: Für die meisten Verbraucher sind ein lang anhaltender Duft und eine zuverlässige Reinigungsleistung essentielle Bedürfnisse, wenn es um WC-Hygiene Produkte geht. Um beiden Wünschen gleichermaßen gerecht zu werden, entwickelte WC Frisch 2002 ein WC Körbchen mit zwei getrennten Kammern und vereinigte so die WC-Reinigung und Lufterfrischung in einem



Produkt. Und auch 2010 mit der Einführung von WC Frisch Kraft-Aktiv mit der 4-fach Aktivstoff-Kombination in einem modernen innovativen Design hat WC Frisch eine kraftvolle Lösung geschaffen. 2018 und 50 Jahre nach Einführung des ersten WC-Körbchens punktet WC Frisch nach wie vor mit innovativen Ideen: WC Frisch Duft Switch sorgt ab Juli dank eines Premium Duftkonzeptes für einen Duftwechsel bei jeder Spülung und für ein besonders langanhaltendes und frisches Dufterlebnis im Bad.



Über Henkel

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine über 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2017 erzielte Henkel einen Umsatz von 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,5 Mrd. Euro. Allein Loctite, Schwarzkopf und Persil, die jeweiligen Top-Marken der drei Unternehmensbereiche, erzielten dabei einen Umsatz von 6,4 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 53.000 Mitarbeiter, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und



gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.henkel.de.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.henkel.de/presse

Henkel Laundry & Home Care

Elke Schumacher

Telefon +49 211 797-8367

E-Mail elke.schumacher@henkel.com

Emanate PR

Jonas Fröschl

+49 89 12445-184

henkel.lhc@emanatepr.com

Folgen Sie uns auch auf Twitter: [@HenkelPresse](https://twitter.com/HenkelPresse)

Henkel AG & Co. KGaA