2019. január 16.

Rakonczay Gábor elérte a Déli-sarkot

**FAntarktiszi siker**

**A földrész, ami mindenkié és senkié. Az emberiség közös kincse, a világ legnagyobb jégsivataga, egyetlen ország sem birtokolhatja saját területeként. Ennek a mitikus földrésznek a meghódítására vállalkozott Rakonczay Gábor, extrém sportoló** **állandó vakító fehérségben és napfényben, -25 fokban, hegymenetben, egy 94 kilós szánt húzva maga után. 44 nap és 4 órán át tartó folyamatos menetelés és összesen 950 km megtétele után 2019. január 7-én célba ért! A testsúlya tíz százalékát elégette, és az arcán fagyási sérüléseket szenvedett, de boldogabb, mint valaha.**

Tudta előre, hogy élete egyik legnehezebb 40-50 napja vár rá? Mi volt a legnehezebb a Déli-sark Expedícióban?

„Fizikailag próbára tett az a kétszáz kilométeres szakasz, amelyen mély hóban meneteltünk… Másrészt ilyen hosszú ideig nem voltam még ennyire ingerszegény környezetben. Szinte elkoptak a gondolataim… Számítottam valami ilyesmire, de nem ilyen szinten. Amikor megláttam a Déli-sark bázist kettős érzés kavargott bennem: mintha a bensőm egy része mindig is tudta volna, hogy sikerül, és csak csendben mosolyogna. Ugyanakkor tisztában vagyok vele, hogy ez egyszerűen elképesztő, s emiatt hatalmas örömöt és hálát érzek támogatóim és a Fa és Schwarzkopf Men márkák, mint egyik fő szponzorjaim felé, hogy itt lehetek és ezt átélhettem! Hogy a történtek fényében nekivágnék-e újra? Nem is kérdés, hogy igen” – mondta Rakonczay Gábor.

„Amikor Gábor megkeresett minket és bemutatta új expedíciós tervét, rögtön éreztem, hogy mellé kell állnunk. A Fa márka fő üzenete a frissesség, felfrissülés, utazás szorosan kapcsolódik a sporthoz. Ennélfogva az extrém sportok támogatása és az ezekre épülő márkakommunikáció marketing stratégiánk szerves részét képezik. A sport és egészség edukáció mellett, cégünk is elhívatottan küzd földünk megóvásáért és környezetünk fenntarthatóságáért. Ez tökéletesen illeszkedik az expedíció CSR küldetéséhez, mely nagy hangsúlyt fektetett arra, hogy felhívja a figyelmet, hogy a Föld megóvásában globálisan kell gondolkodni” – mondta Németh Ottó, a Henkel Magyarország Beauty Care üzletágának igazgatója és a Magyar Marketing Szövetség sportmarketing tagozatának alelnöke, az expedíció fővédnöke.

„Az Expedíció látványos megjelenései kiemelkedő kommunikációs lehetőségeket jelentettek számunkra. A mai felgyorsult világban az Y és Z generációk elérése, akik a Fa és Schwarzkopf márka elsődleges célcsoportját is képezik szinte már csak digitális csatornákon influencereken keresztül valósítható meg. Ezért egy ilyen „sztori” célzottabban és eredményesebben szólíthatja meg fogyasztóinkat, mint bármely tömeg média kampány. Az első valódi digitális expedíciót a közönség a social media felületeken és az RTL Klub Fókusz című műsorában gyakorlatilag élőben, percre kész információkkal követhette végig” – mondta István Katalin, a Fa márkamenedzsere.

„Gábor elképesztő tettet vitt véghez azzal, hogy első magyarként a szárazföld partjáról indulva elérte a Déli-sarkot, ezért hatalmas gratuláció jár. Reméljük a jövőben is hasonlóan sikeres sporttörténelmi események mellé tudunk állni” – tette hozzá Németh Ottó.

**A Henkelről**

A Henkel világszerte kiegyensúlyozott és változatos portfólióval működik. Az erőteljes márkáknak, innovációknak és technológiáknak köszönhetően a társaság vezető pozíciókat foglal el három üzletágával mind az ipari, mind a fogyasztási cikkek terén. A Henkel Adhesive Technologies üzletága globális vezető szerepet tölt be a ragasztók piacán – valamennyi iparági szegmensben, világszerte. A Henkel Laundry & Home Care és a Beauty Care üzletágaiban vezető pozícióban van sok piacon és kategóriában, szerte a világon. A 1876-ban alapított Henkel több mint 140 éves sikert tudhat maga mögött. A Henkel 2017-ben 20 milliárd euró árbevételt és 3,5 milliárd korrigált üzemi eredményt ért el. A Henkel három – Loctite, Schwarzkopf és Persil – vezető márkája együttesen több mint 6,4 milliárd euró árbevételt ért el. A Henkel világszerte több mint 53 000 embert foglalkoztat – lelkes és sokszínű csapat, amelyet erős vállalati kultúra, a fenntartható érték létrehozásának közös célja és a közös értékek egyesítenek. A fenntarthatóság elismert vezetőjeként a Henkel számos nemzetközi indexben és rangsorban az első helyet foglalja el. A Henkel elsőbbségi részvényeit a német DAX tőzsdeindexben jegyzik. További információért kérjük, látogasson el a Henkel angol nyelvű honlapjára: [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

**Sajtókapcsolat:**

Henkel Magyarország Kft.

Vállalati kommunikáció

Dispiter Dorottya

Tel. (1) 372-5555

Email: vallalati.kommunikacio@henkel.com