



## Presseinformation

18. Februar 2010

# Fritz-Henkel-Preis für Innovation 2009 – die ausgezeichneten Produktinnovationen

## Purex Complete 3-in-1 Laundry Sheets: Schlaue Alleskönner

Das Leben ist schon kompliziert genug. Innovative Erfindungen von Henkel tragen dazu bei, die Dinge des Alltags einfacher zu machen. Bestes Beispiel dafür sind die Purex Complete 3-in-1 Laundry Sheets, die Henkel im vergangenen Jahr erfolgreich auf dem amerikanischen Markt eingeführt hat. Die schlaunen Tücher vereinen Waschmittel, Weichspüler und enthalten außerdem einen Wirkstoff gegen die statische Aufladung der Textilien. Pro Waschgang wandert je ein Tuch mit der Wäsche in die Maschine und von dort weiter in den Trockner. Heraus kommt strahlend saubere, weiche und duftende Wäsche. Und: Die Verbraucher müssen sich nicht weiter um die richtige Dosierung des Waschmittels kümmern. Auch die Umwelt profitiert: Die kompakten Verpackungen verbrauchen wenig Material und senken den CO<sub>2</sub>-Ausstoß beim Transport. Das ist wirklich Leistung, die auf Nachhaltigkeit basiert. Das kommt an: Purex Complete 3-in-1 Laundry Sheets behaupten sich mit einem stark wachsenden Marktanteil. Für diese fantastische Leistung erhält das Purex Innovationsteam den „Fritz-Henkel-Preis für Innovation 2009“. Brand Manager Stephen Koven ist begeistert: „Unser Ziel war es, ein leistungsstarkes und verbraucherfreundliches Produkt zu entwickeln, das mehrere Probleme auf einmal löst. Wir sind stolz darauf, dass wir damit ins Schwarze getroffen haben.“

## **Essential Color und Essensity: Natürlich ohne Ammoniak**

Entweder dauerhaft strahlende Farbe oder natürliche Inhaltsstoffe – diesen Kompromiss wollen viele Frauen beim Haarefärben nicht mehr eingehen. Müssen sie auch nicht. Denn den Experten von Schwarzkopf ist ein Durchbruch in der Technologie für permanente Colorationen gelungen: Sie haben für die neuen Produktlinien Essential Color und Essensity eine Formel entwickelt, die ein lang anhaltendes intensives Farbergebnis bietet, graue Haare perfekt abdeckt und dabei ganz ohne Ammoniak auskommt. Die Colorationen bestehen zu einem großen Anteil aus naturbasierten Inhaltsstoffen wie Litschi oder weißer Tee. Essential Color ist im Drogeriefachmarkt erhältlich. Essensity, auch geruchsfrei und ohne Silikone und Parabene, mit breiter Farbpalette, gibt es exklusiv beim Schwarzkopf Professional-Friseur und wurde speziell auf seine Bedürfnisse abgestimmt. Kompromisslos intensive Farben, natürliche Inhaltsstoffe und der Verzicht auf Ammoniak – diese Leistung war der Jury den „Fritz-Henkel-Preis für Innovation 2009“ wert. Astrid Kleen, zuständig für Forschung und Entwicklung im Bereich Haarfarben, freut sich stellvertretend für das ganze Innovationsteam: „Wir haben das Ohr immer am Markt und arbeiten permanent an erfolgreichen Neuheiten. Der Fritz-Henkel-Preis ist deshalb eine großartige Auszeichnung für uns.“

## **Technomelt Supra und Coolmelt: Effektiver, sicherer, umweltverträglicher**

Wie macht man Industriekunden glücklich? Zum Beispiel indem man ihnen hilft, Kosten zu drosseln, Maschinen zu schonen und effizienter zu arbeiten. All das bietet Henkel jetzt mit den Verpackungsklebstoffen Technomelt Supra und Coolmelt. Den Forschern ist eine neuartige Produktpalette gelungen, die alle bisherigen Verpackungsklebstoffe in den Schatten stellt: Technomelt Supra und Coolmelt zeichnen sich durch ihre hohe thermische Stabilität aus. Dadurch sind die Klebstoffe sehr gut zu verarbeiten, Maschinen und Applikatoren bleiben sauber und müssen seltener gereinigt oder ersetzt werden. Der Klebstoffverbrauch sinkt mit Coolmelt um bis zu 20 Prozent und mit Technomelt Supra sogar um bis zu 30 Prozent. Niedrigere Verarbeitungstemperaturen machen es außerdem möglich, Energie einzusparen. All das schont auch Umwelt und Klima.

Eine bahnbrechende Neuentwicklung, die mit dem „Fritz-Henkel-Preis für Innovation 2009“ ausgezeichnet wird: „Das ist eine große Ehre für das gesamte Team“, freut sich Claudia Brückner, die für das Marketing der Verpackungsklebstoffe zuständig ist. „Henkel-Experten auf der ganzen Welt haben zusammengearbeitet, um diese Idee erfolgreich umzusetzen.“

**Fotomaterial finden Sie im Internet unter: <http://www.henkel.de/presse>**

Seit mehr als 130 Jahren arbeitet Henkel dafür, das Leben der Menschen leichter, besser und schöner zu machen. Das laut Fortune-Magazin angesehenste Unternehmen Deutschlands zählt zu den 500 umsatzstärksten Unternehmen der Welt (Fortune Global 500) und ist mit starken Marken und Technologien in drei Geschäftsfeldern aktiv: Wasch-/Reinigungsmittel, Kosmetik/Körperpflege und Adhesive Technologies (Klebstoff Technologien). Über 50.000 Mitarbeiter in mehr als 125 Ländern engagieren sich täglich dafür, Henkels Leitmotiv, „A Brand like a Friend“, umzusetzen.

**Presse-Kontakt**

Wulf Klüppelholz

Tel. +49 211 797-1875

Fax +49 211 798-9208

Dr. Ute Krupp

Tel. +49 211 797-5641

Fax +49 211 798-15641

Henkel AG & Co. KGaA