



Presseinformation

2. Februar 2010

Neu: Die Freizeit-Kollektion mit dem roten Löwen

Modetrend 2010: Jetzt trägt man Henkel

Henkel stellte heute auf einer Modenschau seine Henkel Collection vor. Die ursprünglich nur für Mitarbeiter des Unternehmens entworfene Modelinie ist ab sofort für jeden erhältlich.

Düsseldorf – Deutschlands größter Konsumgüter- und Technologiekonzern Henkel präsentierte heute auf einer Modenschau in den Düsseldorf Arcaden seine Henkel Collection. Die ursprünglich nur für Mitarbeiter entworfene Modelinie ist jetzt für jeden erhältlich. „Henkel-Mitarbeiter lieben diese Freizeit-Kollektion. Und uns fiel kein Argument ein, weshalb wir die Kleidung nicht auch für Freunde und Fans des Unternehmens anbieten sollten“, sagte Kai Schmidhuber, der die Henkel Collection verantwortet. Zuvor waren er und sein Team immer wieder von Kollegen angesprochen worden, ob auch Angehörige und Freunde die Sachen tragen dürfen. Der Zuspruch kommt nicht von ungefähr: Mit der Henkel Collection läuft niemand unfreiwillig Reklame für Henkel. Einen direkten Hinweis auf das Unternehmen müssen Modefans nämlich lange suchen. Als Erkennungszeichen dient ein roter Löwe in eleganter Stick-Optik. Er war das erste Markenzeichen von Henkel und wurde bereits 1895 von Firmengründer Fritz Henkel angemeldet.

Selbstbewusst steht der Löwe nun für eine frische Freizeit-Kollektion sowie ausgesuchte und einfallsreiche Accessoires. Von der atmungsaktiven Softshell-Jacke (69 Euro) für stürmische Zeiten über legere Polo-Shirts (20 Euro) und T-Shirts (15 Euro) bis zum flexiblen Reisetrolley (75 Euro) oder Rucksack (25 Euro) überrascht die Henkel Collection mit frischen Ideen in Top-Qualität. Alle Teile sind in den Trendfarben Schwarz und Rot gehalten.

Für die Modenschau wurde viel Aufwand betrieben. Models aus London, Wien und Hamburg präsentierten den erstaunten Besuchern der Düsseldorf Arcaden die Kollektion. Starfriseur Guido Wagner sorgte mit den innovativen Produkten von Schwarzkopf Professional für trendgerechte Frisuren auf dem Laufsteg. Und Stylisten kümmerten sich um eine stilvolle Ausstattung.

Henkel warf mit der Modenschau gleichzeitig auch einen Blick in die Zukunft. So präsentierten die Models einen Business-Anzug, den es bisher nicht zu kaufen gibt. „Wir wollten schon einmal zeigen, wie ein erweitertes Sortiment aussehen könnte“, erklärte Schmidhuber die Idee.

Erhältlich ist die Henkel Collection zum Start im Internet unter www.henkel.de/collection oder bei Gio Moda in den Düsseldorf Arcaden.

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). Rund 50.000 Mitarbeiter in mehr als 125 Ländern engagieren sich täglich dafür, Henkels Leitmotiv, „A Brand like a Friend“, umzusetzen.

Presse-Kontakt

Marco Lippert

Tel. +49 211 797-4068

Fax +49 211 798-14068

Henkel AG & Co. KGaA