

## Presseinformation

14. Dezember 2020

Innovationen beschleunigen und neue Wachstumschancen nutzen

### **Henkel geht neue Wege bei Innovationen und neuen Geschäftsmodellen**

Düsseldorf – Um Innovationen zu beschleunigen und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, hat Henkel in den beiden Konsumentenbereiche Beauty Care und Laundry & Home Care neue, interne Ideenfabriken und Inkubator-Teams eingerichtet. Diese „Think Tanks“ verbinden agile Ansätze mit der Erfahrung und der Expertise eines globalen Unternehmens.

Die Teams antizipieren aufkommende Trends, identifizieren neue Geschäftsmodelle und Dienstleistungen und entwickeln darauf basierend Konzepte, um zusätzliche Wachstumspotenziale zu erschließen. Dabei sind Geschwindigkeit und Agilität entscheidend. Deshalb agieren die Teams wie „Unternehmer im Unternehmen“ und arbeiten gleichzeitig eng mit internen und externen Partnern zusammen. Unabhängige und schnelle Prozesse auf der einen Seite und der Zugang zu den globalen Ressourcen von Henkel auf der anderen Seite helfen den Teams, erfolgreiche Marken- und Vertriebsstrategien zu entwickeln.

#### **Das „Fritz Beauty Lab“**

„Unser Marktumfeld wird immer wettbewerbsintensiver und disruptiver, und das Innovationstempo hat sich deutlich erhöht. Um dem gerecht zu werden, müssen wir Trends sehr frühzeitig antizipieren, neue Geschäftsmodelle identifizieren und Innovationen mit hoher Geschwindigkeit vorantreiben. Deshalb haben wir unseren eigenen Inkubator geschaffen, das „Fritz Beauty Lab“, sagt Jens-Martin Schwärzler, Mitglied des Vorstands, zuständig für Beauty Care.

Das „Fritz Beauty Lab“, dessen Name vom Firmengründer Fritz Henkel inspiriert ist, will attraktive Nischen mit Wachstumspotenzial für bestehende Marken erschließen oder sogenannte „White Spots“ identifizieren, um neue Marken zu entwickeln. Das Team folgt dabei einem grundlegenden Prozess: Inspiriert von Trends, Konsumentenbedürfnissen und

Marktbeobachtungen erstellt das Team Businessmodelle, die schnell in Prototypen umgesetzt und direkt im Markt getestet werden. Über E-Commerce und Online-Plattformen werden den Verbrauchern direkt Produkte angeboten. Dies beschleunigt den gesamten Validierungsprozess. Sobald sich das Produkt als erfolgreich erwiesen hat, wird es breiter in den Markt eingeführt und weiter skaliert.

### **„Love Nature“ – Innovationen mit einem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz**

Die Love Nature GmbH ist die neue Ideenfabrik für nachhaltige Innovationen und Konzepte des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care. Das Team fokussiert sich vor allem auf nachhaltige Lösungen – angefangen bei Wasch- und Reinigungsmitteln bis hin zu neuen Technologien und Geschäftsmodellen, die über das Kerngeschäft hinausgehen. „Nachhaltigkeit ist ein zentraler Pfeiler unserer Innovationsstrategie. Mit Love Nature gehen wir einen Schritt weiter, um nachhaltige Innovationen zu entwickeln, die umweltfreundliche Entscheidungen mit Freude statt mit Verzicht verbinden“, sagt Bruno Piacenza, Mitglied des Vorstands und zuständig für den Unternehmensbereich Laundry & Home Care. „Technologien und die Bedürfnisse unserer Verbraucher ändern sich schnell. Mit der neuen Ideenfabrik werden wir innovative und mutige Lösungen testen und gleichzeitig skalierbare neue Geschäftsmodelle und ganzheitliche Nachhaltigkeitskonzepte entwickeln.“

Um in kurzer Zeit Prototypen nachhaltiger Innovationen zur Marktreife zu entwickeln, setzt das Love Nature-Team auf eine Co-Kreation mit Konsumenten, Nachhaltigkeits-Influencern und -Experten. Erst kürzlich wurde die erste Markeneinführung verkündet: Die Marke Love Nature umfasst Waschmittel, Spül- und Reinigungsmittel. Die Produkte basieren auf pflanzlichen Inhaltsstoffen und sind durch externe Siegel zertifiziert, wie z.B. das Umweltzeichen EU Ecolabel oder das ECARF-Siegel für allergikerfreundliche Produkte und Dienstleistungen. Ihre Formeln enthalten einen hohen Anteil an Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs, und die Produkte sind in ressourcenschonenden und nachhaltigen Flaschen erhältlich, die vollständig aus recyceltem Kunststoff bestehen. Darüber hinaus gibt es in ausgewählten Geschäften in Deutschland Nachfüllstationen für Love Nature-Produkte.

### **Innovation als wichtigster Wettbewerbsvorteil**

Die neue Ideenfabrik von Laundry & Home Care und der Beauty Care-Inkubator sind Teil des strategischen Innovationsansatzes von Henkel. Das Unternehmen will erfolgsversprechende Innovationen beschleunigen – beispielsweise durch digitale Tools und Daten für schnellere und bessere Einblicke in das Konsumentenverhalten und Markttrends. Henkel wird zudem das Potenzial von Open Innovation und Ideen-Crowdsourcing stärker nutzen. Innovationen und

Marken in Kernkategorien und Regionen werden durch Investitionen unterstützt. Daher wird Henkel die Wachstumsinvestitionen in Werbung, Digitalisierung und IT erhöhen.

### **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 2019 erzielte Henkel einen Umsatz von über 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,2 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 52.000 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](http://www.henkel.de).

**Fotomaterial finden Sie im Internet unter [www.henkel.de/presse](http://www.henkel.de/presse)**

Kontakt	Hanna Philipps	Jennifer Ott
Telefon	+49 211 797-3626	+49 211 797-2756
E-Mail	<a href="mailto:hanna.philipps@henkel.com">hanna.philipps@henkel.com</a>	<a href="mailto:jennifer.ott@henkel.com">jennifer.ott@henkel.com</a>

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

Henkel AG & Co. KGaA