

Presseinformation

13. Juli 2021

Digitale Transformation vorantreiben und Wettbewerbsvorteile schaffen

Henkel geht strategische Partnerschaft mit Adobe ein

- **Beschleunigung von digitalen Innovationen, um strategische Wachstumsagenda voranzutreiben**
- **Mehrere digitale Initiativen werden in RAQN, der neuen Plattform für digitales Geschäft und E-Commerce von Henkel integriert**
- **Erste „Digitally Native Vertical Brands“ erfolgreich mit neuer Plattform entwickelt**
- **Gemeinsame Entwicklung eines datengesteuerten B2B2C-Geschäftsmodells, das zur Best Practice in der Branche werden soll**

Düsseldorf – Henkel und Adobe gehen eine strategische Partnerschaft ein: Über eine neu entwickelte, integrierte digitale Plattform für das digitale Geschäft und E-Commerce sollen digitale Innovationen beschleunigt und neue Geschäftsmöglichkeiten für Henkel geschaffen werden. Die Partnerschaft unterstützt das Unternehmen dabei, seine Wettbewerbsvorteile durch Digitalisierung über alle Geschäftsaktivitäten hinweg weiter zu stärken.

„Unsere digitale Transformation ist ein wichtiger Hebel unserer ganzheitlichen Wachstumsagenda. Dafür haben wir Henkel dx gegründet – eine integrierte Einheit, mit der wir unsere digitale Transformation gemeinsam mit unseren Unternehmensbereichen und Funktionen vorantreiben. Nun gehen wir mit der Partnerschaft mit Adobe einen weiteren wichtigen Schritt“, sagt Carsten Knobel, Vorstandsvorsitzender von Henkel. „Adobe ist weltweit für seine führende Expertise bekannt, mit Partnern digitales Marketing, Kundeneinblicke und E-Commerce-Funktionen weiterzuentwickeln. Gemeinsam wollen wir vor allem unsere neue, integrierte digitale Geschäfts- und E-Commerce-Plattform ausbauen. Sie ermöglicht es uns, unsere Kund:innen und Verbraucher:innen schneller, gezielter, personalisierter und effizienter mit neuen Produkten und Services zu bedienen.“

„Die digitale Wirtschaft lebt von Kundenbeziehungen, und die Bereitstellung überzeugender digitaler Erlebnisse über alle Kanäle hinweg ist heute eine geschäftliche Grundvoraussetzung“, sagt Shantanu Narayan, President und Chief Executive Officer bei Adobe. „Wir sind stolz darauf, Henkel auf seinem Weg zu einem digitalen Unternehmen zu begleiten. Adobe Experience Cloud bietet die Grundlage einer neuen digitalen Plattform für Henkel, die ganzheitliche Kundenprofile erstellt, personalisierte Interaktionen in Echtzeit ermöglicht und Kundentreue sowie weiteres Geschäftswachstum fördert.“

Von der Produktinnovation zur digitalen Wertschöpfung

Um die digitalen Kapazitäten weiter auszubauen und zu verbessern, hat Henkel eine neue, digitale Geschäftsplattform entwickelt: RAQN. Mit dem neuen Mega-Plattform-Ansatz will das Unternehmen das digitale Wachstum fördern. Mit RAQN sollen die E-Commerce-Aktivitäten signifikant ausgebaut und dabei auf die individuellen Präferenzen von Kund:innen und Verbraucher:innen eingegangen, Markteinführungszeiten verkürzt sowie „Performance Marketing“ auf Basis von Datenanalysen und -einblicken ermöglicht werden. Dafür bündelt Henkel künftig mehrere digitale Initiativen und Anwendungen auf dieser zentralen Geschäftsplattform. Die Plattform basiert auf dem Fachwissen von Henkel, Software und künstlicher Intelligenz, gepaart mit der Technologieexpertise von Adobe – sie ist dabei auf die spezifischen Anforderungen der Unternehmensbereiche von Henkel im Konsumgüter- und Industriebereich zugeschnitten. RAQN integriert mehrere digitale Touchpoints auf einer einzigen Geschäftsplattform, um ein einzigartiges Nutzererlebnis zu schaffen.

„Wir sehen eine grundlegende Veränderung der Verbraucher- und Kundenwünsche hin zu On-Demand und hyper-personalisiertem digitalem Handel. Durch die Partnerschaft mit Adobe erweitern wir unsere technischen Möglichkeiten und Zugang zu Adobes Innovationskraft und Ökosystem, um unsere digitalen Geschäftsinnovationen voranzutreiben“, sagt Michael Nilles, Chief Digital and Information Officer bei Henkel. „Henkel wird die Adobe Experience Plattform für D2C-, B2C- und B2B-Geschäftsmodelle nutzen – immer mit dem Ziel, unseren Kund:innen und Konsument:innen über alle Online- und Offline-Kanäle hinweg ein hervorragendes und personalisiertes Erlebnis zu bieten.“

Henkel hat bereits zwei „Digitally Native Vertical Brands“ auf seiner neuen RAQN-Plattform erfolgreich eingeführt: M:ID, die erste komplett intern entwickelte „Direct-to-Consumer“ (D2C) Beauty Care-Marke, die maßgeschneiderte Haarpflegeprodukte für Männer anbietet. Und Kaloon Mindful Care, eine Hautpflegemarke mit Produkten zur Regeneration der Haut über Nacht. Dabei konnte Henkel die Produkteinführung durch die neuen digitalen Möglichkeiten deutlich beschleunigen: Der Entwicklungsprozess von der ersten Idee bis zur

Markteinführung dauerte nur sechs Monate. Darüber hinaus betreibt Schwarzkopf Professional seinen zentralen Hub für Friseur:innen auf der RAQN-Plattform und bietet dort Updates zu Trends und Produktinnovationen, um Friseur:innen und ihren Kund:innen ein umfassendes Erlebnis zu bieten. Auch die Wissens- und Community-Plattform „Ask Team Clean“ von Henkel Laundry & Home Care interagiert bereits in fünf Ländern über die RAQN-Plattform mit Verbraucher:innen und wird derzeit weltweit implementiert. Die Markenwebseiten von Henkel werden über alle Unternehmensbereiche und Märkte hinweg mit der Digital Experience Suite von Adobe unterstützt.

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 2020 erzielte Henkel einen Umsatz von über 19 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,6 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

Kontakt	Linda Gehring	Hanna Philipps
Telefon	+49 211 797-72 65	+49 211 797-36 26
E-Mail	linda.gehring@henkel.com	hanna.philipps@henkel.com

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

Henkel AG & Co. KGaA