

Presseinformation

2. September 2022

Aus eingespartem Plastik entsteht Kunst

Künstlerkooperation unterstreicht Plastikeinsparung durch die neuen Persil Power Bars

Düsseldorf – Zum Launch der neuen Persil Power Bars, die nahezu plastikfrei verpackt werden, kooperiert das Düsseldorfer Unternehmen Henkel mit dem Künstlerpaar Christine Kind und Thomas Hugo. Gemeinsam mit der Marke Persil haben die #ZeroWasteArt-Künstler eine Skulptur aus Waschmittelflaschen geschaffen. Das Kunstwerk mit dem Namen „Weiter denken“ soll die Vision der Marke, sich für einen bewussten Umgang mit Ressourcen und eine Kreislaufwirtschaft einzusetzen, zum Ausdruck bringen. Am 2. September 2022 wurde die Skulptur in Düsseldorf feierlich enthüllt und mit einer großen Umtausch-Aktion für Konsument:innen begleitet.

Ein Kunstprojekt als Impuls zum „Weiter denken“

Hintergrund der Kooperation ist es zu zeigen, wie wertvoll die Ressource Kunststoff ist und wie eine neue Generation Waschmittel einen Beitrag zur Reduzierung von Plastik leisten kann. Christine Kind und Thomas Hugo haben bereits mit der Aktion #ZeroWasteArt bewiesen, dass Kunst ein starkes Ausdrucksmittel ist, wenn es um drängende Fragen unserer Gesellschaft geht. Sie wollen auf das tägliche Konsumverhalten aufmerksam machen und sie beschäftigt die Frage, wie Wegwerfprodukte und Verpackungen vermieden und reduziert werden können. Kunststoff in ihrer Kunst soll das Bewusstsein im Umgang mit diesem wertvollen Rohstoff schärfen. Wie durch ein Umdenken in der Produktentwicklung eine nahezu

plastikfreie Verpackung möglich ist, zeigt das neue Waschmittel von Persil: „Persil Power Bars kommen mit einer Dosierung von rund 30 Gramm pro Waschlading aus. Als sehr kompaktes, fest gepresstes Produkt kann es enorm ressourcenschonend und papierbasiert verpackt werden“, erklärt Dannielle Borger, Global Head of Packaging Sustainability. „So spart es gegenüber dem flüssigen Persil 97 Prozent* Plastik ein und die Verpackung kann einfach im Altpapier recycelt werden“, so Borger weiter.

„Weiter Denken“: Ein Kunstwerk mit drängender Botschaft

Diese enorme Plastikeinsparung bei der Verpackung der Persil Power Bars wollte das Künstlerpaar Kind und Hugo sichtbar machen: Entstanden ist ein Kunstwerk, das ausschließlich aus leeren Persil Waschmittelflaschen besteht. „Weiter denken“ ist kraftvoll, eigenartig, irgendwie fremd und dennoch vertraut. Es ist ein Wesen, das stellvertretend für jeden Menschen an sich steht - oder in diesem Fall sitzt: „Die Figur ist überlebensgroß – dadurch bedeutend und besonders. Genauso wie die Botschaft, die dahinter steht“, erklären Christine Kind und Thomas Hugo ihre Skulptur. „Das Ensemble, bestehend aus Figur und Sitzgelegenheit, gibt die Möglichkeit, sich dazu zu gesellen und sich inspirieren zu lassen. Und in den Dialog zu treten – auch mit sich selbst“, so das Künstlerpaar. „Wir möchten mit ‚Weiter denken‘ einen Impuls schaffen, sich auch mit dem eigenen Konsumverhalten auseinanderzusetzen“. Bewusst wurde das Material nur geringfügig bearbeitet, denn nach der Ausstellungszeit soll das Kunstwerk wieder recycelt werden können.

Nachhaltigkeit bei Henkel

Das Projekt geht Hand in Hand mit einer nachhaltigen Verpackungsstrategie von Henkel, die das Unternehmen mit ambitionierten Zielen vorantreibt. Bis 2025 sollen 100 Prozent der Verpackungen recycelbar oder wiederverwendbar** sein. Zudem soll die Menge an neuen Kunststoffen aus fossilen Quellen in den Konsumgüterverpackungen von Henkel um 50 Prozent reduziert werden, indem der Anteil an Rezyklat auf über 30 Prozent erhöht und das Volumen von Kunststoffen insgesamt reduziert wird.

*Pro Waschlading im Vergleich zur Umverpackung und der Formel des Persil Gegen Schlechte Gerüche Flüssigwaschmittels 20 Waschladingen

**Ausgenommen sind Produkte, bei denen Bestandteile oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können

Die Künstler

Christine Kind und Thomas Hugo haben 2010 das Atelier HugoKind gegründet. Christine Kind ist fasziniert von der Natur, der Arten- und Formvielfalt und gleichermaßen beschäftigt und besorgt sie der Umgang damit. Diese Themen verarbeitet sie sowohl in zwei- wie in dreidimensionalen Arbeiten. In den Werken von Thomas Hugo finden sich keine Referenzen oder Bezüge zu Stilrichtungen – es gibt nur seine Art die Welt zu sehen, zu kommentieren, zu verarbeiten und spielerisch neu zusammzusetzen. Nicht mit dem Ziel etwas zu erklären, sondern Raum für Fragen und eigene Gedanken zu schaffen.

Große Umtauschaktion

Unter dem Motto „Wir tauschen Deine leere Waschmittelflasche gegen die neuen Persil Power Bars“ konnten Verbraucher:innen ihre leere Waschmittelflasche am Freitag Nachmittag im Medienhafen in Düsseldorf abgeben und erhielten die neuen Power Bars zum Testen .

Weitere Informationen zu den neuen Persil Power Bars finden Sie [hier](#).

Informationen zu dem Künstlerpaar und der #ZeroWasteArt finden Sie [hier](#).

Das Making-of Video finden Sie [hier](#).

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 2021 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,7 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 52.000 Mitarbeiter:innen, 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

Henkel Laundry & Home Care

Kontakt Elke Schumacher
Telefon +49 211 797-8367
E-Mail elke.schumacher@henkel.com

Emanate PR

Stefanie Notter
+49 89 12445-147
henkel.lhc@emanatepr.com

Folgen Sie uns auch auf Twitter: @HenkelPresse