

## Presseinformation

20. März 2023

Perwoll kann mehr als Wolle

### **Perwoll erinnert mit einem Remake an die ikonischen Spots der 80er Jahre**

Düsseldorf – Die Zeiten, in denen Perwoll ausschließlich für die Pflege von Wolle stand, sind lange vorbei. Mit einem Remake der ikonischen Spots aus den 80er Jahren, erinnert Perwoll jetzt an diese Zeit und erklärt gleichzeitig, wie die Marke mit dem heutigen Portfolio die perfekte Pflege für bunte, schwarze oder weiße Textilien bietet. So heißt es heute beim bunten Shirt und der schwarzen Jeans ebenfalls: Ist das neu? Nein, mit Perwoll gewaschen!

#### **Innovative Kultmarke**

„Neu? Nein, mit Perwoll gewaschen“. Der bekannte Perwoll Slogan wurde bereits 1985 zum ersten Mal verwendet. Das Konzept, dass der Ursprungszustand eines Wolltextils durch die Pflege mit Perwoll erhalten bleibt, wird damals über die Produktverpackung kommuniziert. „Damit es Schmusewolle bleibt“. Auch in der Fernsehwerbung macht die Marke in den 1980er Jahren auf sich aufmerksam. Wer erinnert sich nicht? Der bekannte Claim, dazu stark toupierte Damen in dicken, flauschigen Wollpullis.

Noch heute weist der Markenname auf diese frühe Positionierung der Marke hin – das Remake soll nun in diesem Punkt Klarheit schaffen, denn heute beleben die Formeln der Farbexperten von Perwoll die Farben, erneuern die Fasern und reinigen alle farbigen, dunklen oder weißen Kleidungsstücke sanft und effektiv.

Jan Kruse, Global Marketing Director Fabric Care bei Henkel erklärt: „Perwoll und der Markenclaim: ‚Neu? Nein, mit Perwoll gewaschen‘ hat unbestritten Kultstatus. Das nutzen wir jetzt, um maximale Aufmerksamkeit für die heutige Positionierung zu erreichen. Mit einer klaren Message: Perwoll pflegt nicht nur Wolle, sondern alle modernen Kleidungsstücke.“

### **#RethinkFashion by Perwoll setzt sich für Slow Fashion ein**

Dass es nicht immer neu sein muss, hat Perwoll schon früh erkannt hat: Der Claim zeigt, wie wichtig es ist, Mode bewusst zu tragen und zu pflegen. Für Perwoll zählt dazu vor allem, Kleidung so zu pflegen, dass diese lange aussieht wie neu. Seit 2018 steht die Marke für die Initiative #RethinkFashion, die ein nachhaltigeres Verhalten bezüglich Kleidung fördert. Maren Lahm, Marketing Director Germany: „Mit Perwoll erhalten wir die Farbtintensität unserer Textilien und schützen sie vor dem Verblässen. Der Gedanke von #RethinkFashion ist unser Markenversprechen, das Perwoll seit Anbeginn auszeichnet.“

Das Remake wurde gemeinsam mit der Kommunikations-Agentur TBWA in Düsseldorf entwickelt. Regisseur des Spots ist David Helmut, der für seine Reality-Sitcom „Wrong - unzensiert“ gerade mit dem Bayerischen Filmpreis ausgezeichnet wurde.

Das Remake wird als TV-Spot und über die digitalen Kanäle ausgestrahlt. [Hier](#) das Remake auf Youtube ansehen.

### **Über Henkel**

Mit seinen Marken, Innovationen und Technologien hält Henkel weltweit führende Marktpositionen im Industrie- und Konsumentengeschäft. Mit dem Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist Henkel globaler Marktführer bei Klebstoffen, Dichtstoffen und funktionalen Beschichtungen. Mit Consumer Brands ist das Unternehmen insbesondere mit Wasch- und Reinigungsmitteln sowie Haarpflege weltweit in vielen Märkten und Kategorien führend. Die drei größten Marken des Unternehmens sind Loctite, Persil und Schwarzkopf. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte Henkel einen Umsatz von mehr als 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 2,7 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Nachhaltiges Handeln hat bei Henkel lange Tradition und das Unternehmen verfolgt eine klare Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen. Henkel wurde 1876 gegründet und beschäftigt heute weltweit ein vielfältiges Team von über 50.000 Mitarbeiter:innen – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, gemeinsame Werte und den Unternehmenszweck: „Pioneers at heart fort he good of generations“. Weitere Informationen unter [www.henkel.de](http://www.henkel.de)

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

**Henkel Consumer Brands**

Kontakt Elke Schumacher  
Telefon +49 211 797-8367  
E-Mail [elke.schumacher@henkel.com](mailto:elke.schumacher@henkel.com)

**Emanate PR**

Stefanie Notter  
+49 89 12445-147  
[Henkelconsumerbrands.lhc@emanatepr.com](mailto:Henkelconsumerbrands.lhc@emanatepr.com)

**Folgen Sie uns auch auf Twitter: @HenkelPresse**

Henkel AG & Co. KGaA