

Presseinformation

14. Oktober 2016

Henkel Fragrance Center in Krefeld feiert 60-jähriges Jubiläum

Leidenschaft für Düfte – und das seit 60 Jahren

Krefeld – Ob Wasch- oder Reinigungsmittel, Duschgels oder Klebestifte: Bereits seit 1956 entwickelt das unternehmenseigene „Parfüm-Center“ in Krefeld Düfte und Aromen für Henkel-Produkte rund um die Welt. Pro Jahr werden hier etwa 10.000 Tonnen Parfümöl produziert. Angefangen hat alles vor 60 Jahren – mit gerade einmal 57 Tonnen jährlich. Heute gehört das „Fragrance Center“ mit rund 70 Mitarbeitern, darunter fünf eigene Parfümeure, zu den drei größten Herstellern für Parfümöle in Deutschland.

„Für den Erfolg unserer Produkten spielt der Duft eine enorme Rolle“, erklärt Dr. Anneliese Wilsch-Irrgang, die seit 2011 das Henkel Fragrance Center in Krefeld leitet. „Denn nur was gut riecht, wird auch gekauft.“ Die Kreation eines Dufts ist komplex und Ergebnis eines kreativen Prozesses. Weltweit gibt es nur etwa 1.000 Parfümeure. Fünf davon arbeiten bei Henkel. Aus über 1.000 natürlichen und synthetischen Stoffen komponieren sie Düfte für Waschmittel, Reiniger, Seife oder Shampoo.

Persil – das europaweit erste parfümierte Waschmittel

Die Wurzeln der eigenen Herstellung von Riechstoffen bei Henkel führt zunächst nach Mönchengladbach und ab 1956 auf das Gelände der ehemaligen Dreiring-Seifenfabrik in Krefeld – der ‚Geburtsstätte‘ von Fa. Die Feinseife Fa war es auch, für die die Duftentwicklung bei Henkel begann, bevor nur wenige Jahre später ein Meilenstein gelang: 1959 kam Persil als erstes parfümiertes Waschmittel Europas auf den Markt.

Wie riecht eigentlich „sauber“?

Eine Herausforderung für die Duftexperten: Die Vorlieben sind je nach Region unterschiedlich. Jede Kultur hat ihre eigenen Gerüche. Während beispielsweise Südeuropäer Sauberkeit mit Chlorgeruch verbinden, steht in Deutschland der Duft von frisch gemähten Wiesen und Zitronen für Reinheit. Duftvorlieben orientieren sich auch an Jahreszeiten oder gesellschaftlichen Trends: Floral-fruchtige Kompositionen prägen häufig Sommereditionen oder Pastell-Trends in der Mode werden durch leichte

Düfte ergänzt. Inspiration finden die Henkel-Parfümeure dabei auch in der Feinparfümerie.

Dabei müssen die Düfte langanhaltend sein und den Alltagstest bestehen: Schließlich darf der saubere und frische Waschmittelgeruch nicht einfach weggewaschen werden. An dieser Stelle spielen Anwendungstests zur Geruchs- und auch zur Farbbeständigkeit eine entscheidende Rolle: Bleibt die Farbe des Waschmittels erhalten, wie riecht das Produkt selbst und wie ist der Duft der Wäsche nach zwei Wochen im Schrank? Erst wenn alle Tests erfolgreich bestanden wurden und der Duft den Kunden und feinen „Supernasen“ gefällt, geht er in die Produktion – und verleiht einem Henkel-Produkt eine neue Note.

Henkel ist weltweit mit führenden Marken und Technologien in drei Unternehmensbereichen tätig: Laundry & Home Care, Beauty Care und Adhesive Technologies. Das 1876 gegründete Unternehmen hält mit rund 50.000 Mitarbeitern und bekannten Marken wie Persil, Schwarzkopf oder Loctite global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft. Im Geschäftsjahr 2015 erzielte Henkel einen Umsatz von 18,1 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2,9 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter <http://www.henkel.de/presse>

Kontakt	Hanna Philipps	Jennifer Ott
Telefon	+49 211 797-36 26	+49 211 797-27 56
Telefax	+49 211 798-40 40	+49 211 798-40 40
E-Mail	hanna.philipps@henkel.com	jennifer.ott@henkel.com

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

Henkel AG & Co. KGaA