



Presseinformation

Mai 2017

110 Jahre Persil

Ein Waschmittel schreibt Geschichte

Anfang des 20. Jahrhunderts waren viele Wiesen auch im Sommer weiß. Nämlich immer dann, wenn dort Wäsche ausgebreitet lag, um in der Sonne zu bleichen. Diese aufwändige Arbeit konnten sich Hausfrauen schon bald sparen: dank Persil. Das erste selbsttätige Waschmittel der Welt kam vor 110 Jahren auf den Markt. Persil machte nicht nur Sommerwiesen wieder grün und Wäsche richtig weiß: Die Marke sorgt damals wie heute dafür, dass Wäschewaschen noch einfacher, schonender und leistungstärker wird.

Über Jahrhunderte hinweg war das Reinigen der Wäsche eine der schwersten und langwierigsten Hausarbeiten. Erst das Einweichen in Seifenlauge, dann ausgiebiges Kneten und Reiben waren nötig, um den Schmutz aus den Stoffen zu lösen. Anschließend musste die Wäsche gespült, ausgewrungen, getrocknet und im Sonnenlicht gebleicht werden. Merkwürdigerweise wurde die Prozedur erst Anfang des 20. Jahrhunderts: Die Firma Henkel & Cie. aus Düsseldorf brachte am 6. Juni 1907 das weltweit erste selbsttätige Waschpulver auf den Markt. Es enthielt den Bleichstoff Perborat, der dafür sorgt, dass Sauerstoff im Wasser aufperlt und die Schmutzpartikel aus den Fasern entfernt. Durch diese schonende Reinigung wurden die harte Arbeit am Scheuerbrett und die anschließende Sonnenbleiche überflüssig. Das neue Waschmittel erhielt einen Namen, der auf zwei seiner wichtigsten Grundstoffe zurückgeht: Aus Perborat und Silikat wird Persil.

Ideal für die Maschine

Die Weltneuheit wurde zu einem Markterfolg. Um die immer neuen Anforderungen an Waschmittel zu erfüllen, hat sich Persil stetig weiterentwickelt – auch, als die elektrische





Waschmaschine die Haushalte eroberte. Persil 59 war für die Handwäsche oder die einfacheren Bottichwaschmaschinen geeignet. Persil 65, das Henkel 1965 präsentierte, eignete sich schließlich für alle Waschverfahren und für alle waschbaren Textilien, auch die neuen Chemiefasern Nylon und Perlon. Das Vollwaschmittel bot eine temperaturabhängige Schaumsteuerung: Je wärmer das Wasser, desto weniger Schaum bildete sich – für Fein-, Heiß- und Kochwäsche waren die Bedingungen damit jeweils ideal. Auch beim Umweltschutz setzte der Marktführer Henkel Standards: Bereits 1973 meldete das Unternehmen den Phosphatersatz Sasil zum Patent an. Schrittweise senkte Henkel den Phosphatanteil seines Produkts. 1986 kam Persil Phosphatfrei in den Handel, das erste Persil, das ganz auf den für stehende Gewässer schädlichen Wasserenthärter verzichtete. Inzwischen sind in Deutschland alle Haushaltswaschmittel phosphatfrei.

Kompakter, frischer und hautschonend

Mit innovativen Produkten baute Persil seine führende Marktstellung weiter aus. Die Neuheiten kamen in immer kürzeren Abständen: 1987 stieg die Marke mit Persil Flüssig in den Markt der Flüssigwaschmittel ein. Drei Jahre darauf folgte das Waschmittelkonzentrat Persil Supra. 1991 brachte der Hersteller das erste Vollwaschmittel speziell für Buntwäsche heraus – Persil Color. Und 1994 präsentierte Henkel mit Persil Megaperls einen völlig neuen Waschmitteltyp. Er besteht aus hochkonzentrierten Perlen statt aus Pulver und kann deutlich niedriger dosiert werden. Auch während der vergangenen zehn Jahre ging es in der Entwicklung Schlag auf Schlag: Das Persil Gel gegen hartnäckige Flecken, die praktischen Persil Tabs und das Persil Sensitive für Menschen mit empfindlicher Haut kamen auf den Markt.

Immer einen Schritt voraus

Im Jahr 2012 setzte Henkel mit den Persil Mega-Caps einen weiteren Meilenstein in der Erforschung und Entwicklung innovativer Waschmittel. Erstmals war es möglich, flüssiges Waschmittel vordosiert direkt in die Trommel zu geben. Die kleinen Kissen lösen sich während des Waschganges komplett auf und sorgen für ein perfektes Waschergebnis. Seit 2016 präsentiert Persil die neueste Generation der vordosierten Waschmittel: Die Power-Mix

Caps vereinen erstmals Pulver und Gel in einem Cap – für strahlend saubere Wäsche und leuchtende Farben. Zugleich bieten die wasserlöslichen Gel-Kapseln eine besonders einfache Anwendung und beugen einer Überdosierung vor. Zum 110-jährigen Geburtstag in diesem Jahr ist eine limitierte Sonderedition im Jubiläumsdesign erhältlich. Die Packungen schmückt ein bekanntes Motiv: Die Weiße Dame. Diese präsentiert sich auf den Packungen einmal klassisch und einmal modern, passend zum Motto „Rein in die Zukunft“.



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 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2016 erzielte Henkel einen Umsatz von 18,7 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 3,2 Mrd. Euro. Allein Loctite, Schwarzkopf und Persil, die jeweiligen Top-Marken der drei Unternehmensbereiche, erzielten dabei einen Umsatz von mehr als 6 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 50.000 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



Henkel Laundry & Home Care

Catherin Freier

Telefon +49 211 797-9987

Telefax +49 211 798-9832

E-Mail catherin.freier@henkel.com

Emanate PR

Volker Matheis

+49 89 12445-190

+49 89 12445-114

henkel.lhc@emanatepr.com

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

Henkel AG & Co. KGaA