

Presseinformation

18. Juli 2018

Neues Zentrum für Beauty Care-Verbrauchertests

Henkel eröffnet „Beauty Insights“-Center in Düsseldorf

Düsseldorf – Wie genau nutzen Konsumenten Stylingprodukte, Duschgele oder Zahncremes? Das können die Experten von Henkel im Bereich Beauty Care jetzt im „Beauty Insights“-Center beobachten und diese Erkenntnisse direkt in Design und Entwicklung neuer Produkte einfließen lassen. Das neue Zentrum für Verbrauchertests von Henkel in Düsseldorf wurde vor wenigen Tagen eröffnet.

Bereits seit vielen Jahren nutzt der Henkel-Unternehmensbereich Beauty Care die Möglichkeit, umfangreiches Verbraucherfeedback in den Innovationsprozess einzubeziehen. So gibt es an den Standorten in Düsseldorf und Hamburg beispielsweise einen Testsalon, in dem neue Haarcolorationen angewendet werden. Mit dem neu eröffneten „Beauty Insights“-Center erweitert Henkel nicht nur die bestehenden Einrichtungen in Düsseldorf, sondern erhält auch direkt vor Ort Einblicke in die Anwendung weiterer Produktkategorien – von Körperpflege über Shampoos bis hin zu Stylingprodukten.

„Unsere Kunden nutzen unsere Beauty Care-Produkte auf ihre ganz individuelle Art und Weise. Verschiedene Trends – aber auch regionale Gepflogenheiten – sorgen dafür, dass wir ausgeprägte Unterschiede im Verbraucherverhalten beobachten. Diese Unterschiede können wir nun in unserem nordamerikanischen Testcenter in Stamford und dem ‚Beauty Insights‘-Center in Düsseldorf genau analysieren und

direkt in unsere Produktentwicklung integrieren“, sagt Dr. Thomas Förster, Leiter der globalen Forschung und Entwicklung im Unternehmensbereich Beauty Care.

Direkte Einblicke in das Verbraucherverhalten

Von besonderem Interesse für die Experten sind unter anderem die Fragen, wie Verbraucher tatsächlich mit den Produkten umgehen, wie viel Wasser sie dabei gegebenenfalls verwenden und wie genau sie das jeweilige Produkt nutzen. Durch das Testcenter können die Experten Produkte und Neuentwicklungen direkt mit Verbrauchern testen und verbessern; zudem erhalten sie auch neue Inspirationen für Innovationen. Um authentische Einblicke in das Nutzungsverhalten zu erhalten, bietet das „Beauty Insights“-Center das passende Umfeld: Die Produkttester wenden die jeweiligen Produkte in vollausgerüsteten Badezimmern an und können dabei vom Forschungsteam beobachtet werden – natürlich nach strengen Vorgaben und unter Beachtung der geltenden Datenschutzregelungen.

Produkttester gesucht

Henkel bietet die Möglichkeit, als Produkttester im neuen „Beauty Insights“-Center oder weiteren Studien und Verbrauchertests rund um den Bereich Beauty Care teilzunehmen. Die Ergebnisse dieser Tests fließen in die Forschung und Entwicklung ein und leisten einen wichtigen Beitrag zu erfolgreichen Innovationen. Um Produkttester zu werden, müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein. Weitere Informationen erhalten Interessierte unter www.henkel.de/produkttester.

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 2017 erzielte Henkel einen Umsatz von 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,5 Mrd. Euro. Allein Loctite, Schwarzkopf und Persil, die jeweiligen Top-Marken der drei Unternehmensbereiche, erzielten dabei einen Umsatz von 6,4 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	Jennifer Ott	Hanna Philipps
Telefon	+49 211 797-27 56	+49 211 797-36 26
E-Mail	jennifer.ott@henkel.com	hanna.philipps@henkel.com

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

Henkel AG & Co. KGaA