



Presseinformation

3. November 2009

Startschuss für Deutschlands erste Markenartikel mit Quick Response-Code

Henkel Vorreiter bei Quick Response-Code

Was ein Quick Response-Code ist, warum Henkel auf dem zweiten Deutschen Nachhaltigkeitstag am 6. November die ersten Prototypen auf seinen Wasch- und Reinigungsmittelmarken vorstellt und wie das Unternehmen mobile Internettechnologie zur Verbraucheransprache nutzt, das erklärt Christian-André Weinberger, Corporate Senior Vice President und Global Chief Marketing Officer für den Bereich Wasch- und Reinigungsmittel von Henkel.

Herr Weinberger, was ist ein Quick Response-Code?

Bei einem Quick Response oder QR-Code handelt es sich um kleine schwarz-weiß gemusterte Felder, die einen Link zu mobilen Internetseiten enthalten. Mit Hilfe eines Fotohandys und einer speziellen Software, die im Internet kostenfrei erhältlich ist, kann der in dem Code hinterlegte Link gelesen und die damit verknüpfte mobile Internetseite aufgerufen werden. Verbraucher können so unabhängig von Ort und Zeit Informationen erhalten, die zum Beispiel auf einer Verpackung aus Platzgründen nicht abgedruckt werden können.

Warum führen Sie den Quick Response-Code ein?

Mit unseren Produkten kann jeder Einzelne einen Beitrag zum Energie- oder Wassersparen leisten. Wichtig ist, dass Verbraucher unsere Produkte möglichst ressourcenschonend einsetzen, denn gerade bei der Anwendung im Haushalt wird die meiste Energie verbraucht. Mit dem QR-Code wollen wir Verbrauchern die Möglichkeit bieten, sich bei Bedarf schon beim Kauf unserer Marken über das Handy zu informieren, wie sie Wasch- und Reinigungsmittel möglichst umweltverträglich nutzen – und dabei sogar Geld sparen können.



Welche Vorteile versprechen Sie sich davon?

Als erstes globales Konsumgüterunternehmen nutzen wir mobile Internettechnologie in Deutschland für die direkte Ansprache unserer Kunden – und reagieren damit auf ein wachsendes Verbraucherbedürfnis. Denn gerade jüngere Verbraucher besuchen oft die Internetseiten unserer Marken, indem sie von unterwegs – also über das Handy – zugreifen. Ich bin überzeugt, dass sich das mobile Internet in den nächsten Jahren extrem verbreiten wird. Neben unseren Aktivitäten bei Twitter haben wir natürlich auch im Bereich mobile Internettechnologie den Anspruch, die gesamte Palette der modernen Kommunikationsmöglichkeiten zu nutzen und Henkel als Vorreiter bei der Nutzung des Quick Response-Codes im Bereich neuer Informationstechnologien und Medien zu positionieren.

Führen Sie den Quick Response-Code nur in Deutschland ein oder planen Sie einen internationalen Rollout?

Die Einführung des Quick Response-Codes ist für uns die logische Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsinitiative „Qualität & Verantwortung“. Denn unser Anspruch ist, dass Verbraucher mit den Marken und Lösungen von Henkel nicht nur eine hervorragende Produktleistung kaufen, sondern gleichzeitig auch die nachhaltigere Lösung. Der Quick Response-Code mit seiner innovativen Technologie ist für uns eine weitere Möglichkeit, den nachhaltigen Konsum zu fördern. Daher planen wir, ab Anfang 2010 diese neue Technik in einem internationalen Rollout Schritt für Schritt auf unseren Marken einzuführen und so Verbrauchern weltweit eine verantwortungsbewusste Kaufentscheidung und Produktanwendung so leicht wie möglich zu machen.

QR-Code: Sehen Sie selbst!



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

Seit mehr als 130 Jahren arbeitet Henkel dafür, das Leben der Menschen leichter, besser und schöner zu machen. Das laut Fortune-Magazin angesehenste Unternehmen Deutschlands zählt zu den 500 umsatzstärksten Unternehmen der Welt (Fortune Global 500) und ist mit starken Marken und Technologien in drei Geschäftsfeldern aktiv: Wasch-/Reinigungsmittel, Kosmetik/Körperpflege und Adhesive Technologies (Klebstoff Technologien). Über 52.000 Mitarbeiter in mehr als 125 Ländern engagieren sich täglich dafür, Henkels Leitmotiv, „A Brand like a Friend“, umzusetzen. Im Geschäftsjahr 2008 erzielte Henkel einen Umsatz von 14.131 Millionen Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 1.460 Millionen Euro.

Presse-Kontakt:

Sabina Hampe
Head of Brand Communications
Telefon: +49-211-797-7519
Fax: +49-211-798-9832

Janna Hullmann
Brand Communications
Telefon: +49-211-797-9015
Fax: +49-211-798-9832

Henkel AG & Co. KGaA