



Henkel

*A Brand Like a Friend*

## Presseinformation

3. November 2009

Premiere auf dem zweiten Deutschen Nachhaltigkeitstag

### Mobil abrufbar: Informationen zur Nachhaltigkeit

Henkel bietet Verbrauchern demnächst mobil abrufbare Informationen zum nachhaltigen Konsum von Wasch- und Reinigungsmitteln – und das schon am Verkaufsregal. Über sogenannte Quick Response- oder QR-Codes auf den Verpackungen können die Verbraucher mobile Internetseiten aufrufen. Hier stellt Henkel – Gewinner des ersten Deutschen Nachhaltigkeitspreises – Informationen rund um das Thema Nachhaltigkeit und sogar einen CO<sub>2</sub>-Rechner zur Verfügung. Auf dem zweiten Deutschen Nachhaltigkeitstag am 6. November haben die ersten Prototypen Premiere.

Düsseldorf – Jeder kann im Alltag mit einem bewussten Konsumverhalten zum Klimaschutz beitragen. Wichtig ist, dass diese Botschaft bei möglichst vielen Menschen ankommt. Henkel nimmt erneut eine Vorreiterrolle ein und setzt demnächst als erstes Konsumgüterunternehmen in Deutschland mobile Internettechnologien für die direkte Verbraucherkommunikation im Dienst der Nachhaltigkeit ein: Bei Bedarf können sich Verbraucher schon im Supermarkt über ihr Handy informieren, wie sie Wasch- und Reinigungsmittel möglichst umweltverträglich nutzen, CO<sub>2</sub>-Emissionen verringern – und dabei sogar Geld sparen können. Sogenannte QR-Codes auf den Verpackungen machen das möglich.

Global nehmen die Bevölkerungszahlen, der durchschnittliche Lebensstandard und der Konsum stetig zu – folglich auch der damit verbundene Ressourcenverbrauch und die Emissionen. „Also müssen wir bessere Produkte und Lösungen entwickeln und gleichzeitig den Verbrauchern weltweit verantwortungsvolle Kaufentscheidungen und Produktanwendungen leichter machen“, sagt Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands von Henkel.



Deshalb nutzt Henkel jetzt QR-Codes und das mobile Internet. Das Unternehmen spricht so die Verbraucher direkt an, um sie zu einem nachhaltigen Konsum anzuregen. QR-Codes sind kleine schwarz-weiß gemusterte Felder, die einen Link zu mobilen Internetseiten enthalten. Diese QR-Codes können Fotohandys, die eine entsprechende kostenfreie Software besitzen, „lesen“ und damit verknüpfte mobile Internetseiten aufrufen. Schon heute ist das mobile Internet weit verbreitet und die Nutzerzahlen steigen stetig – gerade bei jüngeren Verbrauchern. Mit den QR-Codes auf den Produktverpackungen begegnet Henkel dem zunehmenden Bedarf nach unmittelbarer und direkter Information. Ab Anfang 2010 sollen die neuen QR-Codes Schritt für Schritt auf allen großen internationalen Wasch- und Reinigungsmittelmarken eingeführt werden.

Nachhaltiges Wirtschaften – bei Henkel umfasst das die gesamte Wertschöpfungskette: von der Auswahl der Rohstoffe, über die Verwendung bis hin zur Entsorgung der Produkte. Zur Strategie gehört außerdem die entsprechende Kommunikation. So nutzt Henkel jeweils auf die Bedürfnisse der Industriekunden, des Handel und der Endverbraucher zugeschnittene Informationsmittel und -wege.

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**

Wulf Klüppelholz  
Tel. +49 211 797-1875  
Fax +49 211 798-4040

Dr. Ute Krupp  
Tel. +49 211 797-5641  
Fax +49 211 798-4040

Henkel AG & Co. KGaA