



Bild: Janine Ziem, Brand Managerin Nature Box und Christian Volk, General Manager & Marketing von Henkel (v.l.n.r.)



Nachhaltigkeit ist ein Unternehmenswert von Henkel

Der Promarca „Explorer of the Year“ zeichnet die beachtenswerteste Innovation des Jahres unter den Promarca-Mitgliedern aus. Die Innovationen werden von einer unabhängigen Expertenjury bewertet.

In diesem Jahr konnte die Henkel den «Explorer of the Year» für ihre festen Shampoos und Duschpflegen der Marke «Nature Box» entgegennehmen. Mit dieser Produktinnovation leistet Henkel einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung von Plastikverpackungen.

Herr Volk, was bedeutet für Sie und Ihr Unternehmen der Award «Explorer of the Year»?

Es freut uns sehr, dass wir mit unserer Naturkosmetikmarke Nature Box diesen Award erhalten – es zeigt, dass es sich lohnt, mutig zu sein und nachhaltigere Wege zu gehen. Denn das Thema Nachhaltigkeit ist aktueller denn je – auch für die Verbraucher gewinnt es zunehmend an Bedeutung. Sie beschäftigen sich mit Themen wie Plastikmüll oder nachhaltigem Konsum, interessieren sich für neue innovative Konzepte wie zum Beispiel unsere Feststücke von Nature Box. Daher freuen wir uns ganz besonders, dass die Produkte auch in hohem Masse die Akzeptanz unserer Konsumenten finden.

Interview

Christian Volk, General Manager & Head of Marketing von Henkel

Was macht die Linie festen Shampoos und Duschpflegen von «Nature Box» so besonders?

Die Produkte sind eine komplett neue Anwendungsform für die Konsumentinnen & Konsumenten, die normalerweise flüssige Anwendungen bei diesen beiden Produktarten gewohnt sind. Der Nachhaltigkeitsaspekt spielt insbesondere bei unserer Marke Nature Box eine entscheidende Rolle: Feste Shampoos und Duschpflegen sind deutlich ergiebiger als herkömmliche Produkte und zudem plastikfrei, da die Feststücke in einem nachhaltigem, recycelbaren Kartonverpackungen verpackt sind. Ausserdem sind die Produkte deutlich energieeffizienter, wenn man die Produktion und den Transport betrachtet.

Zudem trägt die gesamte Marke Nature Box seit September das ECOCERT-Natural-Label, denn alle Produkte bestehen zu mindestens 98 Prozent aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs.

„Feste Shampoos und Duschpflegen sind deutlich ergiebiger als herkömmliche Produkte und zudem plastikfrei.“

Mit Ihrem Produkt treffen Sie einen Nerv der Zeit – immer mehr Leute versuchen nach dem Prinzip «Zero Waste» zu leben. Mit der FSC-zertifizierten rezyklierbaren Papierverpackung ist Ihnen dies gelungen. Haben Sie künftig vor, auch für andere Produkte aus dem Hause Henkel auf Plastik zu verzichten?

Nachhaltigkeit ist für uns kein „Trend-Thema“ – es ist einer der fünf Unternehmenswerte von Henkel und fest in der Unternehmenskultur verankert.

Das Thema Verpackungen betrachten wir daher ganzheitlich und wollen unseren Beitrag zu einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft leisten. Im Rahmen unserer Verpackungsstrategie haben wir konkrete Ziele bis 2025 definiert: Bis dahin sollen 100 Prozent der Konsumentenverpackungen von Henkel recycelbar oder wiederverwendbar werden. Außerdem soll die Menge an neuen Kunststoffen aus fossilen Quellen um 50 Prozent reduziert werden – unter anderem durch den vermehrten Einsatz von recyceltem Plastik. Schon heute bestehen einige Verpackungen zu 100 Prozent aus Rezyklat.

Ihre Marke nutzt unter anderem den Claim «Rethink what's natural!». Was ist darunter zu verstehen?

Unsere Marke ist anders als die meisten nachhaltigen oder als Naturkosmetik zertifizierten Marken. Nature Box ist bunt, unkonventionell und humorvoll. Wir möchten Spaß in die Kategorie bringen, aber auch zum Nachdenken anregen. Die Marke an sich hinterfragt also bestehende Stereotype und möchte mit diesem Claim auch gesellschaftlich dazu anregen.

Beschreiben Sie die Marke «Nature Box» in drei Worten.

Nachhaltig, unkonventionell, bunt

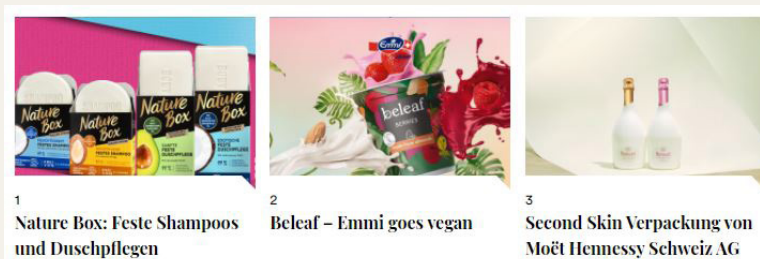
Henkel hat 2019 erstmals Kosmetikprodukte sowie Wasch- und Reinigungsmittel auf den Markt gebracht, deren Verpackungen bis zu 50 Prozent aus Social Plastic® bestehen. Insgesamt hat das Unternehmen rund 200 Tonnen dieses neu erschlossenen Rohstoffes gesammelt, der bisher einfach umweltbelastender Abfall war. Was versteht man unter Social Plastic® und werden in naher Zukunft all Ihre Verpackungen daraus bestehen?

Als erstes globales Konsumgüterunternehmen ist Henkel eine Partnerschaft mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank eingegangen, um gemeinsam Plastikmüll in den Ozeanen reduzieren und gleichzeitig das Leben von Menschen in Armut zu verbessern, insbesondere in Ländern, in denen es keine Sammel- und Recycling-Infrastruktur gibt. Die lokale Bevölkerung kann gesammelten Plastikmüll in Sammelzentren abgeben und erhält dafür Geld, Waren oder Dienstleistungen. Im Anschluss wird das gesammelte Material als Social Plastic® wieder Teil der Wertschöpfungskette und in Produkten von Henkel eingesetzt. Mit Nature Box konnten wir nun einen weiteren wichtigen Schritt gehen: Nature Box ist die erste Kosmetikmarke, die Social Plastic® als Verpackungsmaterial in sein Basis-Portfolio eingeführt hat. Die Flaschen bestehen nun bereits zu 98 Prozent aus recyceltem Kunststoff.

Nature Box in drei Worten: “Nachhaltig, unkonventionell, bunt“



Favoriten der Expertenjury



1 Nature Box: Feste Shampoos und Duschpflügen

2 Beleaf – Emmi goes vegan

3 Second Skin Verpackung von Moët Hennessy Schweiz AG