



Presseinformation

Wien, im November 2006

„Henkel-Smile“ zugunsten der Frühförderung blinder und hochgradig sehbehinderter Kinder

25.500 Euro fließen in die Therapeutinnen-Ausbildung

Mit „Henkel-Smile“ unterstützte Henkel Central Eastern Europe (CEE) 2006 den Verein Contrast, der über 200 blinde und hochgradig sehbehinderte Kinder in Wien, Niederösterreich und dem nördlichen Burgenland betreut. Dazu gab es das gesamte Jahr hindurch eine Kooperation mit der österreichischen Fußball-Bundesliga bei Matches in Graz, Wien, Pasching, Ried, Altsch, Innsbruck und Mattersburg. Aber auch der Beachvolleyball-Event in Klagenfurt sowie das Fest der Wiener Wirtschaft wurden unter anderem genutzt, um auf die Wichtigkeit der Frühförderung hinzuweisen. Rund 170.000 Menschen wurden auf direktem Weg auf „Henkel-Smile“ aufmerksam gemacht. Vor Ort konnte jeweils auf einem Riesen-„Henkel-Smile“-Shirt zugunsten des Projekts unterschrieben werden. 9.700 Signaturen brachten 9.700 Euro für die Therapeutinnen-Ausbildung von Contrast. Zusätzlich spendete die Henkel CEE einen Euro für jeden ihrer 8.200 Mitarbeiter. Auch die Vereine SV Mattersburg, FK Superfund Pasching und der FC Wacker Tirol stellten sich mit 7.500 Euro für „Henkel-Smile“ ein. So konnte Mag. Günter Thumser, Präsident der Henkel CEE, einen Scheck über 25.500 Euro an Contrast-Obfrau Hilde Mayer übergeben.

Wien - Die Zahl der von Blindheit und hochgradiger Sehbehinderung betroffenen Kinder in Österreich steigt. Parallel zu dieser Entwicklung erhöht sich der Bedarf an Frühförderinnen, die sich der wenige Monate bis maximal sechs Jahre alten Sprösslinge annehmen. „Henkel-Smile“ wollte durch die Sponsoring-Partnerschaft mit der österreichischen Fußball-Bundesliga mithelfen, die Aus- und Weiterbildung dieses qualifizierten Betreuungspersonals zu sichern. Mag. Günter Thumser, Präsident der Henkel Central Eastern Europe: „Was der Verein Contrast am Wiener Blindeninstitut im Rahmen der Frühförderstelle leistet, ist großartig und für die betroffenen Kinder und Familien enorm wichtig. Wir wollten die sehr breitenwirksame Bühne Fußball dazu nützen, um einerseits Geld zu sammeln und andererseits auch über die Wichtigkeit der Frühförderung aufzuklären. Das positive Echo der Vereine und ihrer Fans hat mich sehr gefreut.“ Georg Pangl, Vorstand der österreichischen T-Mobile-Bundesliga, ergänzt: „Ich freue mich, dass die Bundesliga damit einen kleinen Beitrag zur Verbesserung der Lebenssituation dieser Kinder leisten konnte.“

Gutes Sehvermögen ist keine angeborene Fähigkeit, sondern eine Fertigkeit, die im Kleinstkindalter erlernt wird. Bei den meisten Kindern geschieht dieser Lernprozess ohne besonderen Aufwand im Alltag. Besteht Sehschädigung, kann sich das Sehen ohne spezielle Förderung nicht bestmöglich weiterentwickeln. Das betroffene Kind braucht dafür bestimmte Reize und besondere Angebote, die ihm die Mitarbeiterinnen von Contrast bieten können.





Das „Henkel-Smile“-Programm ist wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeitspolitik von Henkel im Spannungsfeld Soziales, Ökonomie und Ökologie. In „Henkel-Smile“ bündelt das Unternehmen all sein Engagement für die Gesellschaft – international Corporate Citizenship genannt. Das „Henkel-Smile“-Programm ist vielfältig. Es spiegelt den Leitspruch des Unternehmens „Henkel – A Brand like a Friend“ (Eine Marke wie ein Freund) wider. „Henkel-Smile“ beinhaltet etwa die Unterstützung gemeinnütziger Projekte, in denen sich Henkel-Mitarbeiter und –Pensionisten engagieren, ferner Spenden an gesellschaftliche Initiativen auf den Feldern Soziales, Schule/Bildung, Kultur, Wissenschaft, Gesundheit und Sport oder die Soforthilfe in Katastrophenfällen. In den Jahren 2004 und 2005 hat Henkel Central Eastern Europe in Österreich im Rahmen von „Henkel-Smile“ unter anderem die Kinderdiabetesambulanz des AKH Wien unterstützt. Co-Finanziert wurde eine Psychologin, die den kleinen Diabetes-Patienten und deren Familien Beratung und Unterstützung anbietet.

Die Henkel Central Eastern Europe mit Sitz in Wien trägt die Verantwortung für 30 Länder in Mittel- und Osteuropa sowie Zentralasien. Sie hält eine Top-Position mit Wasch-, Reinigungsmittel- und Kosmetikmarken und ist Marktführer bei Haarkosmetik und Klebstoffen sowie Oberflächentechnik. Im Jahr 2005 erwirtschaftete das Unternehmen mit über 7.500 Mitarbeitern einen Umsatz von 1,346 Milliarden Euro.

„Henkel – A Brand like a Friend“. Henkel ist führend mit Marken und Technologien, die das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen. Henkel ist aktiv in drei strategischen Geschäftsfeldern – Wasch-/Reinigungsmittel (Home Care), Kosmetik/Körperpflege (Personal Care), Klebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächentechnik (Adhesives, Sealants and Surface Treatment). Im Geschäftsjahr 2005 erzielte die Henkel einen Umsatz von 11,974 Milliarden Euro. Mehr als 50.000 Mitarbeiter sind weltweit für Henkel tätig. Menschen in 125 Ländern der Welt vertrauen Marken und Technologien von Henkel.

Informationen über „Henkel-Smile“ sind unter www.henkel-smile.at zu finden.

Kontakt:

Henkel Central Eastern Europe

Mag. Sabine Schauer
Telefon: +43 1 71104-2253
Fax: +43 1 71104-2650
E-Mail: sabine.schauer@henkel.com
<http://www.henkel.at>

Mag. Michael Sgiarovello
Telefon: +43 1 71104-2744
Fax: +43 1 71104-2650
E-Mail: michael.sgiarovello@at.henkel.com
<http://www.henkel.at>





A Brand like a friend

