



Presseinformation

Oktober 2017

Loctite

Die Nummer 1 bleibt bärenstark

Es ist ein kleines Jubiläum: Im Jänner 1997 hat Henkel Loctite übernommen. Und jetzt, 20 Jahre später, ist Loctite global die umsatzstärkste Henkel-Marke. 2018 dreht sich das Innovationskarussell auch bei Konsumentenklebstoffen weiter.

Das uralte Problem mit losen Muttern und Schrauben in Maschinen und Geräten war etwas, das in der Industrie lange genervt hatte. Die Lösung dafür gelang schließlich einem US-Chemiker im Jahr 1953. Dr. Vernon Kriable entwickelte im Keller des Trinity College in Hartford (Connecticut) ein Aushärteverzögerungssystem für einen einzigartigen Flüssigkunststoff, der unter Sauerstoffabschluss aushärtete: ein anaerobes Dichtungsmaterial, gleichbedeutend mit der Geburtsstunde von Loctite. Inzwischen hat sich Loctite zu einer der global führenden Marken im Klebstoffbereich entwickelt. Ein breites Produkt-Portfolio ist in über 80 Ländern weltweit verfügbar und differenziert sich durch schnelle, starke, zuverlässige und benutzerfreundliche Anwendungen.

In vielen Regionen führend

Nummer eins in den USA und Brasilien, Nummer eins in Westeuropa – Loctite ist zugleich die führende Marke im Segment Sekundenkleber mit den höchsten Marktanteilen und stärksten Bekanntheitswerten in den verschiedensten Regionen weltweit. Das gilt für Österreich ebenfalls. Konsumenten schätzen die bekannte Klebekraft und Verlässlichkeit von Loctite – und machen Loctite auch hierzulande zur Nummer 1 im Handel. Die Henkel-Marke hat sich zudem über die letzten drei Jahre besser entwickelt als der Gesamtmarkt und konnte seine führende Marktposition weiter ausbauen. *

Denn Loctite ist seit vielen Jahren schlicht und ergreifend DAS Synonym für Sekundenkleber in Österreich. Die Henkel-Marke steht für eine schnelle und zuverlässige Klebelösung für alle Klebebedürfnisse. Egal welche klebetechnischen



Herausforderungen zu bewältigen sind: Im Loctite-Sortiment finden Kunden – sowohl aus dem Privat- wie aus dem Geschäftskundenbereich – stets das passende Produkt.

Innovationen, die der Markt braucht

Auch die jüngsten Entwicklungen zeigen, wie bedeutend Loctite als einer der Innovations-Motoren bei Henkel geworden ist. Im Frühjahr 2017 etwa wurde die Loctite Universal flüssig-Formel verbessert: Das Henkel-Produkt klebt jetzt noch stärker und das unter allen Umständen und Rahmenbedingungen. Der neue Loctite Superkleber wird zudem widerstandsfähiger und temperaturbeständiger bei bis zu 120°C. Auch die Wasserbeständigkeit konnte dank der neuen Universal flüssig-Formel erhöht werden. Und in Bezug auf Erschütterungs- und Schlagbeständigkeit gilt Loctite ohnedies als Benchmark in seinem Segment. Loctite Universal mit der neuen Universal flüssig-Formel klebt schneller als alle anderen Hersteller auf sehr vielen Materialien bei höchster Klebekraft in fast allen Bereichen. ** Alle diese Vorzüge von Loctite kommen nun auch in einem dynamischen Verpackungsdesign zum Ausdruck. Mitte 2018 folgt die nächste Neuheit auf dem Markt. Brand Manager Florian Hauk: „Wir dürfen noch nicht zu viel verraten, aber sie wird das Kleben so einfach machen wie das Schreiben mit einem Stift.“

Neue Zielgruppen punktgenau ansprechen

In der Kundenkommunikation setzt Henkel für Loctite verstärkt auf digitale Medien (beispielsweise via YouTube und Facebook) sowie ausgewählte Printmedien. Durch den Online-Fokus ist darüber hinaus eine interaktive Kommunikation möglich. Florian Hauk: „Wir bieten immer auch Landing Pages zu unseren Kampagnen, die dann weitergehende Informationen zu unseren Produkten enthalten.“

* Quelle: ACNielsen, Marktanteil Konsumentenklebstoffe, Fast Act Glues, 1-6/2017

** Quelle: Technical assessment Dublin 2015

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Konsumenten, Verbraucher, Mitarbeiter, Manager, Kunden, Teilnehmer oder Aktionäre sind als geschlechtsneutral anzusehen. Die Produktnamen sind eingetragene Marken.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter <http://news.henkel.at>.

Die Henkel Central Eastern Europe (CEE) mit Sitz in Wien trägt die Verantwortung für 32 Länder in Mittel- und Osteuropa sowie in der Region Zentralasien-Kaukasus. Das Unternehmen hält eine führende Marktposition in den Geschäftsbereichen Laundry & Home Care, Adhesive Technologies

und Beauty Care. In Österreich gibt es Henkel-Produkte seit 131 Jahren. Am Standort Wien wird seit 1927 produziert. Zu den Top-Marken von Henkel in Österreich zählen Blue Star, Cimsec, Fa, Loctite, Pattex, Persil, Schwarzkopf, Somat und Syoss.

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 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2016 erzielte Henkel einen Umsatz von 18,7 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 3,2 Mrd. Euro. Allein die drei Top-Marken Persil, Schwarzkopf und Loctite erzielten dabei einen Umsatz von mehr als 6 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 50.000 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.

Kontakt	Mag. Michael Sgiarovello	Daniela Sykora
Telefon	+43 (0)1 711 04-2744	+43 (0)1 711 04-2254
Telefax	+43 (0)1 711 04-2650	+43 (0)1 711 04-2650
E-Mail	michael.sgiarovello@henkel.com	daniela.sykora@henkel.com