



2 października 2009 r.

Przeniesie markę Henkel w przyszłość

Henkel Polska zaprasza studentów z Uniwersytetu Śląskiego do udziału w konkursie. Na zwycięzców czekają ekskluzywne wakacje językowe – w Australii, Japonii lub Meksyku.

Ruszyła trzecia edycja międzynarodowego konkursu dla studentów – Henkel Innovation Challenge. Koncern ponownie poszukuje utalentowanych osób, które chcą sprawdzić swoją wiedzę i kreatywność oraz stanąć do rywalizacji ze studentami z 11 krajów.

Henkel zaprasza studentów do poszukiwania pomysłów na nowe, innowacyjne produkty przyszłości w ramach posiadanych obecnie marek. Zadaniem uczestników konkursu będzie wcielenie się w rolę menadżerów Henkla i opracowanie produktu z działu Środków Piorących i Czystości lub działu Kosmetyków Pielęgnacyjnych, który będzie odpowiadał na przyszłe potrzeby konsumentów i stąd mógłby się cieszyć powodzeniem na rynku w roku 2050.

W ubiegłorocznym finale Henkel Innovation Challenge drużyna z krakowskiego Uniwersytetu Ekonomicznego zajęła szóste miejsce. – *Udział w konkursie Henkel Innovation Challenge był dla mnie nie tylko nowym doświadczeniem, ale także świetną zabawą* – mówi Mateusz Kapera z najlepszej polskiej drużyny, który w sierpniu rozpoczął staż w dziale sprzedaży detergentów firmy Henkel Polska. – *Wszyscy uczestnicy prezentowali bardzo wysoki poziom, ale jednocześnie między drużynami panowała przyjazna atmosfera* – dodaje.

Konkurs Henkel Innovation Challenge odbywa się w dwóch etapach: krajowym, otwartym dla wszystkich studentów z danego kraju oraz międzynarodowym, w którym będą ze sobą rywalizować najlepsze drużyny z 12 krajów, w których organizowany jest konkurs.

Warunkiem udziału w krajowym etapie, jest rejestracja na stronie www.henkelchallenge.com dwu- lub trzyosobowego zespołu oraz przedstawienie swojego pomysłu na produkt przyszłości. Uczestnicy muszą wykazywać się zaawansowaną znajomością języka angielskiego, ponieważ wszystkie komunikaty i prezentacje będą przygotowywane w tym języku. Członkowie drużyn mogą być studentami różnych uczelni. Również profil wydziału, rok studiów czy oceny nie stanowią bariery podczas rejestracji.

Spośród wszystkich prezentacji marketingowych zgłoszonych przez polskie zespoły, jury wybierze 10 drużyn, które będą miały możliwość zaprezentowania swoich pomysłów podczas krajowego finału. Finaliści przygotowują i zaprezentują podczas finału szczegółowe prezentacje uwzględniające oczekiwane trendy i prawdopodobną specyfikę rynku w 2050 roku oraz dopasowane do nich strategie marketingowo-sprzedażowe. Przygotowując się do krajowego finału będą mogli korzystać z merytorycznego wsparcia i porady wybranych menedżerów firmy Henkel Polska. Najlepsza drużyna z Polski weźmie udział w międzynarodowym etapie, w którym podejmie rywalizację z zespołami z pozostałych 11 krajów.

W etapie międzynarodowym drużyny zaprezentują swoje pomysły i strategię międzynarodowemu jury, w którego skład wejdą menedżerowie wyższego szczebla firmy Henkel. Zwycięzcy konkursu Henkel Innovation Challenge otrzymają nagrodę w postaci wakacji językowych w Australii, Japonii lub Meksyku. Trzy najlepsze zespoły zostaną także zaproszone do centrali firmy w Düsseldorfie, gdzie będą mieli okazję osobiście spotkać się z prezesem firmy Kasperem Rorstedem.

Konkurs Henkel Innovation Challenge daje studentom możliwość nawiązania kontaktu z dużym, międzynarodowym pracodawcą, a firmie Henkel szansę na poznanie najlepszych młodych talentów w całej Europie. – *Chcemy dać studentom możliwość sprawdzenia swojej kreatywności oraz przeżycia pierwszej biznesowej przygody* – mówi Katarzyna Dębińska z działu HR firmy Henkel Polska. – *Mamy nadzieję, że uczestnicy konkursu będą się świetnie bawić poznając jednocześnie standardy funkcjonowania międzynarodowej korporacji zatrudniającej ponad 55 tysięcy pracowników* – dodaje.

Swój zespół można zarejestrować do 14 grudnia 2009 r. Szczegóły rejestracji i szczegółowe informacje znajdują się na stronie www.henkelchallenge.com. Wczesna rejestracja wiąże się z dodatkowymi korzyściami – Henkel wylosuje atrakcyjne nagrody wśród zespołów, które dokonają rejestracji do 31 października 2009 r.

Osoby zainteresowane udziałem w konkursie mogą śledzić wydarzenia związane z Henkel Innovation Challenge oraz wymieniać się wiadomościami na stronach portali społecznościowych Facebook (www.facebook.com/henkelchallenge) i Twitter (<http://twitter.com/HenkelChallenge>). Pliki wideo przedstawiające szczegółowo wydarzenia związane z poszczególnymi etapami konkursu będą również umieszczane na kanale Henkel Innovation Challenge w serwisie YouTube.

.....
Od ponad 130 lat **Henkel** nie ustaje w wysiłkach, by czynić życie ludzkie łatwiejszym, lepszym i piękniejszym. Klasyfikowana w rankingu największych firm na świecie Fortune Global 500 i, według magazynu Fortune, najbardziej podziwiana firma w Niemczech, oferuje silne marki i technologie w trzech strategicznych obszarach: środków piorących i czystości, kosmetyków do pielęgnacji włosów i ciała oraz klejów, uszczelniaczy i technologii powierzchniowych. Każdego dnia ponad 52 tysiące pracowników Henkla w 125 krajach całego świata wypełnia misję firmy zgodnie z mottem "A Brand like a Friend" (Marka jak Przyjaciel). W 2008 roku Henkel odnotował sprzedaż w wysokości 14, 1 miliarda euro, skorygowany zysk operacyjny firmy wyniósł 1,46 miliarda euro.

Dodatkowych informacji udzielają:

Dorota Strosznajder
Henkel Polska
dorota.strosznajder@pl.henkel.com
tel: (022) 565 66 65

Maciej Kałużny
Solski Burson-Marsteller
mkaluzny@solskibm.pl
tel: (022) 242 86 27, 728 379 282