



## Informacja prasowa

30 września 2010 r.

**Henkel Innovation Challenge - studenckie wyzwanie na miarę 2050 roku**

### **Stawką jest bilet dookoła świata**

**Nowy rok akademicki, nowe wyzwanie - firma Henkel organizuje kolejną edycję cieszącego się powodzeniem konkursu studenckiego Henkel Innovation Challenge. Zadanie jest następujące: należy opracować produkt marki Henkel, który będzie odpowiadał trendom konsumenckim w roku 2050. Drużyna uznana za najlepszą otrzyma w nagrodę bilet na podróż dookoła świata.**

Wzięcie udziału w konkursie jest proste: wystarczy zorganizować się w dwu- lub trzyosobowy zespół, zarejestrować drużynę przez Internet na [www.henkelchallenge.com](http://www.henkelchallenge.com) i zacząć wspólnie pracować nad koncepcją produktu codziennego użytku marki Henkel, który będzie odpowiadał potrzebom ludzi w 2050 r. Henkel zaprasza do przesyłania zgłoszeń wszystkich studentów, mających głowy pełne innowacyjnych pomysłów i chcących przeżyć prawdziwą biznesową przygodę. Zgłoszenia są przyjmowane do 13 grudnia 2010 r.

Ze wszystkich nadesłanych pomysłów zostanie wybranych 10 najlepszych, których autorzy zostaną zaproszeni do polskiego finału konkursu. Odbędzie się on w marcu 2011 r. Najlepszy zespół z Polski otrzyma szansę zaprezentowania się na międzynarodowym finale w Berlinie, w kwietniu 2011 r. Zarówno w finałach krajowych jak i w rywalizacji międzynarodowej studenci otrzymają wsparcie mentorów – menedżerów firmy Henkel.

Członkowie zwycięskiej drużyny otrzymają w nagrodę bilety na podróż dookoła świata oraz vouchery podróżne na kwotę 1000 euro. Trzy najlepsze zespoły będą również mogły wziąć udział w spotkaniu z prezesem zarządu firmy Henkel, Kasperem Rorstedem.

W poprzedniej edycji polscy finaliści: Beata Bogusz (Szkoła Główna Handlowa), Piotr Światała (Szkoła Główna Handlowa/Uniwersytet Warszawski), Paweł Korneta (Szkoła

Główna Handlowa) zajęli trzecie miejsce podczas międzynarodowego finału. „Udział w konkursie był dla nas wyjątkowym doświadczeniem. Z jednej strony to duże wyzwanie: kilkumiesięczna współpraca w grupie, ambitne zadania, ciągła presja czasu, prezentacje przed profesjonalistami z różnych krajów. Z drugiej strony to wielka przyjemność i niesamowita satysfakcja.” – powiedzieli zgodnie Beata Bogusz, Piotr Światała i Paweł Korneta.

Henkel Innovation Challenge to dla Henkla doskonała okazja do poznania twórczych, utalentowanych młodych osób oraz zainteresowania ich działalnością firmy na wczesnym etapie kariery. Priorytetem jest tu zarządzanie talentami. *„Przywiązujemy szczególną wagę do tego, aby w czasie trwania konkursu zapewnić zespołom osobistą opiekę ze strony mentorów, tak aby mogły liczyć na bezpośrednie i natychmiastowe wsparcie”* - powiedziała Katrin Klein, odpowiedzialna za wizerunek firmy Henkel jako pracodawcy. *„Dzięki temu dodatkowemu elementowi uczestnicy mogą nawiązać cenne kontakty oraz omówić perspektywy swojego rozwoju zawodowego”*.

W czwartej edycji konkursu Henkel Innovation Challenge po raz pierwszy wezmą udział przedstawiciele z regionu Asia-Pacific, w tym zespoły z Australii, Chin, Indii i Malezji. Zwiększy się również udział zespołów z Europy - w tym roku w konkursie będą mogli uczestniczyć studenci z 14 krajów, w tym także z Chorwacji i Rumunii.

Dalsze informacje na temat projektu Henkla znajdują się pod adresem [www.henkelchallenge.com](http://www.henkelchallenge.com). Przebieg konkursu można będzie również śledzić na bieżąco w internetowych serwisach społecznościowych: na Facebooku ([www.facebook.com/HenkelChallenge](http://www.facebook.com/HenkelChallenge)), w serwisie Twitter ([www.twitter.com/henkelchallenge](http://www.twitter.com/henkelchallenge)) oraz na YouTube.

**Henkel** oferuje na całym świecie wiodące marki i technologie w trzech obszarach biznesowych: środków piorących i czystości, kosmetyków do pielęgnacji włosów i ciała oraz klejów, uszczelnaczy i technologii powierzchniowych. Założona w 1876 roku firma jest światowym liderem w branżach produktów konsumenckich oraz dla przemysłu, oferując tak znane marki jak Persil, Schwarzkopf i Loctite. Henkel zatrudnia 50 tysięcy pracowników. W 2009 roku wartość sprzedaży wyniosła 13,5 miliarda euro, a skorygowany zysk operacyjny 1,36 miliarda euro. Akcje uprzywilejowane Henkla wchodzi w skład najważniejszego niemieckiego indeksu giełdowego DAX a sama spółka jest ujmowana w rankingu Fortune Global 500.

**Dodatkowych informacji udzielają:**

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

Zofia Kurek-Maciejewicz  
Solski Burson-Marsteller  
[zkurek@solskibm.pl](mailto:zkurek@solskibm.pl)  
tel: (022) 242 86 30