

Tlačová správa

Február 2014

Henkel Innovation Challenge 7 má slovenské finalistky

Technológie nám budú v roku 2050 monitorovať základné potreby

Medzinárodná súťaž Henkel Innovation Challenge už pozná slovenské finalistky. Študentky marketingovej komunikácie v Trnave pocestujú v marci do Nemecka, aby sa spolu s rovesníkmi ďalších 30 krajín sveta popasovali o prvenstvo v inovatívnej súťaži. Jej cieľom je navrhnuť produkt alebo technológiu založenú na myšlienke trvalej udržateľnosti. Novinka by pritom mala zodpovedať požiadavkám spotrebiteľov v roku 2050. Nápad zo Slovenska má veľkú šancu na úspech.

V národnom kole sa 19. februára stretlo šesť súťažných dvojíc, ktoré so svojimi inováciami bojovali o postup do medzinárodného finále. Študenti pritom vychádzali z pravdepodobných zmien životného prostredia aj mentality ľudstva v roku 2050: „Jednou z piatich hodnôt spoločnosti Henkel je udržateľnosť. Práve na tú kladie súťaž Henkel Innovation Challenge dôraz. Zdroje našej planéty nie sú nevyčerpatelné, preto ich treba chrániť. Veľmi sa teším, že si tento fakt uvedomuje aj dnešná mládež, naša budúcnosť,“ hovorí Jaroslava



Haid-Járková, riaditeľka divízie Pracie a čistiace prostriedky spoločnosti Henkel Česká republika a Henkel Slovensko.

Študenti podľa poroty zloženej zo zástupcov troch oblastí podnikania spoločnosti Henkel: Lepidlá Technológie, Beauty Care a Pracie a čistiace prostriedky odprezentovali originálne projekty. Sprej namiesto sprchovania sa, druhá koža chrániaca telo od nepriaznivých vonkajších vplyvov, technológia rozkladajúca plasty či senzor monitorujúci dostatok obsahu produktov dennej spotreby. „*Ako riaditeľa divízie Beauty Care ma potešilo, že študenti navrhli viaceré produkty práve pre kozmetické značky. Veľmi zaujímavé boli aj projekty s cieľom uľahčiť a zlepšiť náš hektický život v budúcnosti,*“ vysvetľuje Pavel Tomko.

Študenti boli pri svojich návrhoch kreatívnejší a pri prezentáciách viac presvedčiví ako pred rokom: „*Tohtoročné inovácie boli opäť originálne a niektoré z nich boli aj reálne, čo je veľkým plusom, aj keď to nie je podmienkou súťaže. Prezentačné schopnosti a jazykové zručnosti študentov boli na veľmi slušnej úrovni, čo je odhliadnuc od výborného nápadu a prepracovanej stratégie pri tejto súťaži veľmi dôležité,*“ hodnotí koordinátorka projektu Radka Karabellyová z oddelenia ľudských zdrojov Henkel Slovensko.

V medzinárodnom finále v Nemecku koncom marca toho roku o prvenstvo zabojujú študentky marketingovej komunikácie v Trnave Barbora Baránková a Daniela Martonová s inováciou nazvanou „senzor“: „*Úlohou tejto technológie je snímanie hladiny obsahu produktov dennej spotreby – šampónov, sprchovacích gélov, pracích práškov či aviváže. Ak ich obsah klesne pod 30 %, senzor vyšle správu na zákazníkov smartphone prostredníctvom aplikácie. Zákazník si tak jednoducho v predstihu cez telefón môže objednať náhradnú náplň. V roku 2050 sa tak nemusí stať, že v sprche siahneme po prázdnom sprchovacom géle,*“ vysvetľujú víťazky. Ich šance na úspech vidí ich mentorka reálne: „*Dievčatá spolu s produktom prezentovali vyváženú marketingovú stratégiu, ktorá vychádzala z definovaných základných potrieb spotrebiteľa roku 2050. Navyše brali do úvahy spotrebiteľské high-tech správanie. Kvalitné prezentačné schopnosti, zaujímavé spracovanie, tímová práca a*



schopnosť argumentácie na kladené otázky sú ich silným tromfom v rukáve,” hovorí Eva Kolláriková z divízie Pracie a čistiace prostriedky Henkel Slovensko, ktorá víťazky počas prípravy na národné kolo odborne viedla.

Informáciu o siedmom ročníku súťaže Henkel Innovation Challenge našli študentky na internete. Vyplnili jednoduchý formulár na stránke www.henkelchallenge.com a už boli v hre o slovenské prvenstvo. „*Spontánne sme sa rozhodli prihlásiť a potvrdilo sa nám, že práve takéto rozhodnutia sú tie najlepšie,*“ tešia sa z úspechu víťazky Daniela Martonová a Barbora Baránková.

Tri víťazné tímy medzinárodného finále sa stretnú s Kasperom Rorstedom, predsedom predstavenstva spoločnosti Henkel, ktorý im zároveň odovzdá ceny: cestu okolo sveta v hodnote 10 000 eur pre víťaza a cestovné poukážky v hodnote 4 000 a 2 000 eur pre dvojice na druhom a treťom mieste.

Novinkou siedmeho ročníka súťaže bolo, že spoločnosť Henkel poskytla každému zaregistrovanému účastníkovi prístup na špeciálny e-learningový program s kurzami z oblastí ako sú napríklad marketingové stratégie alebo počítačové zručnosti. Slogan „Vytvor. Uč sa. Rozvíjaj.“ úplne vystihuje myšlienku tohtoročnej „Henkel Innovation Challenge“. Študenti vytvorili inovatívnu myšlienku, mentor ich veľa nového naučil a vďaka súťaži rozvíjali svoje zručnosti.

Spoločnosť Henkel zostáva v kontakte s mnohými účastníkmi aj po ukončení súťaže. Svedčí o tom aj fakt, že mnohí z talentovaných študentov minulých ročníkov sa vo firme nakoniec aj zamestnali. Viac informácií o „Henkel Innovation Challenge“ je zverejnených na stránke www.henkelchallenge.com alebo na Facebooku www.facebook.com/henkelchallenge s viac ako 65 000 fanúšikmi. Videá z predchádzajúcich ročníkov nájdete na [Youtube](https://www.youtube.com/).

* * * * *

Spoločnosť Henkel so svojimi vedúcimi značkami a technológiami celosvetovo pôsobí v troch oblastiach podnikania: Starostlivosť o domácnosť, Beauty Care a Adhesive Technologies (Lepidlá Technológie). Spoločnosť, založená v roku 1876, so svojimi známymi značkami Persil, Schwarzkopf a



Loctite globálne zastáva vedúce postavenie na trhu tak v spotrebiteľských, ako aj priemyselných odvetviach. Henkel zamestnáva okolo 47 000 pracovníkov. V roku 2013 dosiahol tržby vo výške 16, 4 mld. eur a upravený prevádzkový zisk vo výške 2,5 mld. eur. Prioritné akcie spoločnosti Henkel sú evidované v indexe DAX na nemeckej burze cenných papierov.

Na Slovensku pôsobí Henkel vo všetkých troch strategických oblastiach už od roku 1991. Henkel Slovensko predáva viac ako 50 značiek a ku koncu roka 2013 spoločnosť zamestnávala 1 300 pracovníkov.

Kontakt	Natálie Lorencová, Tlačová hovorkyňa	Elena Valovičová agentúra Seesame
Telefón	+420 739 325 116	+421 917 859 956
Fax	+420 220 101 190	
E-mail	natalie.lorencova@henkel.com	valovicova@seesame.com

