

Sonne und Wind
liefern Energie für P&G
Seite 2 >>

kompakt

NEWSLETTER EXTERN

Ausgabe 01/2011

P&G

P&G in Deutschland

Happy Birthday Braun!
Seite 3 >>

Innovative Produkte

Gillette Fusion ProGlide –
Siegertypen „made in Berlin“
Seite 4 >>

P&G weltweit

„Open Innovation Award 2010“ für P&G

Die P&G Service GmbH (P&G) wurde im Rahmen der Handelsblatt Konferenz „Open Innovation“ am 2. Dezember 2010 als „Bester Gesamtkonzern“ mit dem „Open Innovation Award 2010“ ausgezeichnet.

Die Jury bewertet die Verankerung von „Open Innovation“ im Unternehmen sowie den Professionalisierungsgrad der Aktivitäten. Von 200 Unternehmen wurden 14 näher untersucht und von diesen wiederum die besten sechs besucht. Vier Unternehmen, darunter P&G, haben sich hierbei als besonders exzellent in der Umsetzung von „Open Innovation“ erwiesen.

Vor einigen Jahren hat P&G sich das Ziel gesetzt, die Hälfte der Innovationen mit Hilfe externer Partner zu entwickeln. Dieses

Ziel ist inzwischen erreicht und in erfolgreiche Produkte umgesetzt worden.

Als neues Ziel wurde ausgegeben, den jetzigen Beitrag zum weltweiten Konzernumsatz von derzeit etwa jährlich eine Milliarde auf in Zukunft drei Milliarden US\$ zu steigern.

Weitere Preisträger sind die Osram GmbH, die Deutsche Telekom AG, Laboratories und die Schmitz-Werke GmbH & Co. KG. •



Dr. Holger Beruda (R&D Baby Care) nahm den Preis entgegen

Drei Milliarden Liter sauberes Trinkwasser von P&Gs „Children’s Safe Drinking Water Program“ (CSDW)

Anfang Februar 2011 übergab Dr. Greg Allgood (Direktor P&G CSDW) PuR Sachets an die Familie von Claudine und Simon Ngendahimana im Süden Ruandas. Dies war ein ganz besonderes Ereignis für das von P&G initiierte Programm, wurde damit doch die Marke von drei Milliarden Liter sauberem Trinkwasser erreicht.



Seit dem Start der Initiative 2003 hat CSDW rund um den Erdball die P&G PuR-

Technologie eingesetzt, um Kindern und ihren Familien zu helfen, die gezwungen sind, täglich verschmutztes Trinkwasser zu sich zu nehmen.

PSI and World Vision sind nur zwei der für P&G wichtigen Partner, wenn es um die Verteilung der PuR Sachets geht. PuR (Purifier of Water) reinigt das Wasser von Schmutz, Bakterien, Viren und Parasiten. Auch Schwermetalle werden abgeschieden.

Mit Hilfe der Partnerorganisationen konnte vier Jahre nach Beginn des Programms die erste Milliarde erreicht werden. Die zweite folgte schon zwei Jahre später und nach nur zehn Monaten ist die Schwelle zur nächsten Milliarde überschritten! •

Sonne und Wind liefern Energie für zwei P&G Werke in den Niederlanden und Deutschland

Mit der Inbetriebnahme einer Windkraftanlage im P&G Werk Coevorden (Tiernahrung) Ende Januar 2011 setzt das Unternehmen ein weiteres Zeichen in Sachen Nachhaltigkeit.

Die Anlage ist in der Lage etwa 17 Prozent des jährlichen Strombedarfs des Werkes zu produzieren. Die Jahresleistung von 5.500 Megawattstunden würde ausreichen um 1.500 niederländische Haushalte mit Strom zu versorgen.

Fast 800 Megawattstunden soll eine Photovoltaikanlage liefern, die auf den Dächern des deutschen Standortes Köln im Frühjahr dieses Jahres installiert werden soll. Das entspricht dem Jahresverbrauch an Strom von ungefähr 200 Haushalten in Deutschland.

Coevorden und Köln reihen sich damit ein in die Liste der P&G Standorte in den USA, Mexico und Deutschland, die deutliche

Fortschritte in der Nutzung erneuerbarer Energien vorweisen können.

P&Gs langfristige Vision ist es, alle seine Standorte vollständig mit erneuerbaren Energien zu betreiben. •



Die Windkraftanlage im P&G Werk Coevorden erzeugt 5.500 Megawattstunden Strom pro Jahr

P&G in Deutschland

Happy Birthday Braun!

Mit Innovationen, langlebiger deutscher Technik und wegweisender Produktgestaltung vom kleinen Ingenieurbetrieb zur internationalen Premium-Marke für elektrische Geräte – so lässt sich in Kurzform die Erfolgsgeschichte von Braun beschreiben.

Am 1. Februar 2011 feierte die Marke Braun ihren 90. Geburtstag. Seit neun Jahrzehnten setzt Braun Maßstäbe in Qualität, Design und Innovation. Immer wieder begeistern

Braun-Produkte die Menschen weltweit – nicht zuletzt, weil Braun stets seinen Markenwerten treu geblieben ist.

Um den 90. Geburtstag gebührend zu feiern, präsentiert Braun sieben ausgewählte Jubiläumsprodukte, die ab Januar 2011 im Handel erhältlich sind. •

BRAUN 90

„Nachhaltigkeit trifft Industrie“

Unternehmen, die heute vor Share- und Stakeholdern bestehen möchten, müssen neben wirtschaftlichen Aspekten auch ihr ökologisches und soziales Engagement unter Beweis stellen. Wie nachhaltiges Wirtschaften aktiv im Industrielltag gelebt wird und Geschäftsentscheidungen prägen kann, zeigte der 1. Jahreskongress „Nachhaltigkeit trifft Industrie“ Anfang Dezember 2010 in Darmstadt.

In diesem Rahmen stellte Dr. Jörg Uhl in seinem Vortrag die Entwicklung und erfolgreiche Umsetzung der P&G weltweiten Nachhaltigkeitsstrategie für die Dekade 2002–2012 vor. Wichtige Schritte waren die Verpflichtung gegenüber zukünftigen Generationen im Firmenleitbild, ein klares Bekenntnis durch den CEO, klar definierte und veröffentlichte Ziele z. B. hinsichtlich der Verringerung der Emission von Treibhausgasen, Abfall bzw. Wasser- und Energieverbrauch. Dabei orientiert sich P&G an Lebenszyklusanalysen, um die relevanten Verbesserungspotenziale der Ökopprofile zu bestimmen. Als Resultat wurden z. B. Waschmittel entwickelt, die bei niedrigen Temperaturen

waschen, da das Aufheizen des Waschwassers einen sehr relevanten Beitrag zum ökologischen Fußabdruck beim Waschen darstellt.

Im September 2010 stellte P&G eine ambitionierte Nachhaltigkeitsvision für die Zukunft mit entsprechenden Etappenzielen zunächst bis 2020 vor: Eines Tages sollen alle P&G Produkte und Verpackungen auf der Basis nachwachsender oder recycelter Materialien hergestellt werden. •



Spendenticker

••• Braun spendet 5.000 Euro an die Altkönigschule in Kronberg für einen Trainingsraum zur Konfliktbewältigung ••• Über 850 Weihnachtspäckchen wurden liebevoll von den P&G Mitarbeitern an acht deutschen Standorten für bedürftige Kinder gepackt. Die Päckchen wurden an lokale Einrichtungen übergeben. ••• In der Weihnachtszeit konnten weltweit P&G Mitarbeiter elektronische Weihnachtskarten an Geschäftspartner, Familie und Freunde versenden. Dieser Weihnachtsgruß schützte nicht nur die Umwelt, sondern lieferte auch Informationen über das globale gemeinnützige Programm „Live. Learn and Thrive“, welches bedürftige Kinder unterstützt. ••• In Berlin wurden über 100 Geschenke mit Spielzeug an die Björn Schulz Stiftung gespendet, die Hilfe für krebs- und chronisch Kranke sowie für schwerst- und unheilbar kranke Kinder und Jugendliche bietet. ••• Das P&G Running Team spendet 8.000 Euro an die Kindergärten der Caritas. ••• 13 TV-DVD-Video Kombigeräte aus einer Marketingaktion konnten an mehrere Schwalbacher Kindergärten und Schulen

gespendet werden. ••• Durch den Erlös einer P&G Abteilungswihnachtsfeier in Höhe von 1.600 Euro konnten die Kindergärten „Tausendfüßlerhaus“ und „Kinderkiste“ in Schwalbach neue Geräte anschaffen. ••• Am 6. Dezember überraschte der Nikolaus die Kinder der P&G Mitarbeiter im Werk Crailsheim. Bei Lebkuchen und Punsch wurde für über 150 Kinder zwischen drei und acht Jahren eine Weihnachtsgeschichte vorgelesen und alle erhielten eine kleine Weihnachts-Überraschung. •••



Live, Learn and Thrive

Innovative Produkte

Produkt des Jahres 2011



Abgeräumt: Unter den von der Zeitschrift Lebensmittelpraxis mit dem Prädikat „Produkt des Jahres 2011“ ausgezeichneten Marken waren sieben aus dem Hause P&G.

In einer Umfrage werden Verbraucher „nach den für sie auffälligsten und interessantesten Innovationen im klassischen Lebensmitteleinzelhandel.“ (Lebensmittelpraxis) gefragt.

Das hervorragende Ergebnis für P&G Marken: viermal Gold, einmal Silber und zweimal Bronze: Head & Shoulders Milde Pflege bei trockener Kopfhaut, Pringles Xtreme, Swiffer Staubmagnet mit Febreze Duft und Lenor Lavendelphantasie bekamen Gold. Der Braun Series 7 795cc erhielt Silber. Bronze ging an Gillette Venus Breeze Spa Rasierer und den Ariel Fleckentferner & Strahlend Weiß. •

Doppelsieg für Alldays Slipeinlage bei Stiftung Warentest

Von 24 getesteten Produkten sind allein die Slipeinlagen von Alldays „Sehr gut“

Im aktuellen Slipeinlagentest der Stiftung Warentest (Heft 2/2011) ist Alldays Testsieger mit der Gesamtnote „Sehr gut“ (1,5).



Alldays Normal und Large überzeugten mit Bestnoten in den Kategorien „Schutz des Slips“, „Tragekomfort“ sowie „Verpackung und Deklaration“. •

Überzeugt mit Bestnoten: Alldays Slipeinlagen

„Ich bin ein Berliner“

Siegertypen „made in Berlin“ – Gillette Fusion ProGlide

Intensive Forschung und die Erfahrungen von 600 Millionen Männern haben die größte Produktinnovation der letzten vier Jahre ermöglicht: Gleiten statt Rasieren – mit dem neuen Fusion ProGlide von Gillette, der bei Stiftung Warentest mit einer Gesamtnote von 1,4 souverän den ersten Platz erhielt.



Als Erster getestet hat ihn Joko Winterscheidt, der sympathische TV-Moderator, der unter anderem bekannt ist aus den Sendungen

„MTV Home“ (MTV) und „Ahnungslos“ (ProSieben). Er hat selbst erlebt, wie es sich anfühlt, wenn Rasieren zu Gleiten wird.

Am Berliner Standort wird der Testsieger hergestellt. Nach erfolgreichem Start in den USA hat jetzt die Markteinführung in Deutschland, Österreich und der Schweiz begonnen – und das Kundeninteresse übertrifft bereits jetzt alle Erwartungen. Um die hohe Nachfrage bedienen zu können, werden aktuell im Werk Berlin die Produktionsflächen erweitert, Investitionen von über 50 Millionen Euro getätigt sowie mehr als 100 neue Arbeitsplätze geschaffen. •

Innovation beim Rasieren: Gillette Fusion ProGlide

Salonstar 2011 – Triumph für Wella Professionals

Marktführer wird mit sieben Awards ausgezeichnet

Wella Professionals ist mit sieben Awards der Gewinner des Salonstar 2011, des ersten deutschen Online-Awards für die besten Salonprodukte. Rund 31.000 Friseure hatten in einer Onlinebefragung abgestimmt.

Die Gewinner wurden auf der Fachmesse Hair & Beauty in Frankfurt ausgezeichnet. •



Innenansichten

Petros Calios, P&G Berlin

Ich arbeite gerne bei P&G, weil ...

hier die richtigen Leute zur richtigen Zeit am richtigen Ort sind. Mir gefällt das Vertrauen des Managements in meine Fähigkeiten und die Möglichkeiten zur Weiterbildung.

Mein Beruf macht mir Spaß, weil ...

ich die Möglichkeit habe an Hightech- und Highspeedanlagen zu arbeiten. Meine Aufgabe ist es, zusammen mit den Maschinenbauingenieuren und Facharbeiterkollegen die Fertigungslinien zur Herstellung der Fusion Rasierer ständig zu verbessern. Außerdem arbeite ich daran, mögliche Maschinenausfälle so weit wie möglich zu vermeiden. Durch Analysen der Fehlermeldungen, die die Maschinen liefern, kann ich dazu beitragen, den Ausschuss zu senken.

Besonders mag ich an unseren Marken, dass ...

es Produkte sind, welche das Leben erleichtern. Am liebsten mag ich natürlich das Nassrasiersystem Fusion/Fusion Power, weil ich bestätigen kann: the best a man can get! •



Außenansichten

Fortune Magazine

In der Januar Ausgabe des Fortune Magazine beschäftigt sich die Journalistin Jennifer Reingold mit der Frage, wie ein Konzern wie P&G in Ländern Geld verdienen kann, in denen die Menschen am Tag nur etwa zwei Dollar verdienen. Dafür begleitete sie zwei Marktforscher des Unternehmens, die im ländlichen China das Leben zweier Konsumenten unter die Lupe nahmen. •

[Zum Originalbeitrag in englischer Sprache >>](#)

[Zum Video in englischer Sprache >>](#)

Die Internetverknüpfungen können Sie über die Online-Version des Newsletters auf www.de.pg.com in der Rubrik „P&G kompakt“ öffnen.

FORTUNE®



Oben: Wei Xiao Yan, eine 29-jährige Bäuerin aus China, wäscht ihre Haare in der Küche.



Links: Die P&G Marktforscherin Melisa Liu, links im Bild, ist Mitarbeiterin des Projektes.

Fotos: Benjamin Lowy

Unternehmenskommunikation

Petra Popall · Telefon: +49 (0) 61 96/89-45 77 · E-Mail: unternehmensinfo.im@pg.com
Procter & Gamble Germany GmbH & Co. Operations oHG · Sulzbacher Straße 40-50 · 65824 Schwalbach am Taunus

Weitere Informationen und Berichte über P&G und seine Marken finden Sie unter
www.de.pg.com · www.eu.pg.com · www.pg.com · www.pgcareers.com