

25.05.2016 - 09:01 Uhr

SC Johnson deckt den Bedarf europäischer Verbraucher mit branchenführendem Zugriff auf Produkt- und Duftinhaltsstoffe

Das Unternehmen bleibt auch weiterhin bei der Transparenz der Inhaltsstoffe führend: Verbrauchern stehen Informationen zu Produkt- und Inhaltsstoffen unter whatsinsidescjohnson.com (<http://whatsinsidescjohnson.com/>) zur Verfügung.

Racine, Wisconsin (ots/PRNewswire) - SC Johnson weitete das globale Programm der Inhaltsstofftransparenz und die branchenführende Website whatsinsidescjohnson.com (<http://whatsinsidescjohnson.com/>) in ganz Europa aus. Verbraucher erhalten Einblick in eine umfangreiche Liste an Produktinhaltsstoffen für bekannte Marken wie Glade®, Mr Muscle®, Raid®, Pledge®, Duck® und Autan®. SC Johnson ist nun das erste große Unternehmen der Verbrauchsgüterindustrie, das genaue Duftinhaltsstoffe für Produkte angibt, die in Europa verkauft werden. Dies ist ein wichtiger Schritt bei den langfristigen Bemühungen des Unternehmens, einen Wandel bei der Transparenz der Inhaltsstoffe herbeizuführen.

"Unserer Meinung nach, sollten Verbraucher die Inhaltsstoffe eines Produktes kennen. Nur so können sie bewusste Entscheidungen darüber treffen, was sie in ihre Wohnbereiche bringen", so Fisk Johnson, Chairman und CEO von SC Johnson. "Die Bereitstellung der Inhaltsstofftransparenz schafft die Voraussetzungen für einen unkomplizierten Dialog über bestimmte Inhaltsstoffe."

Johnson fügte hinzu, dass eine Umfrage(1), die das Unternehmen unter europäischen Verbrauchern durchgeführt hatte, ergab, die Transparenz der Inhaltsstoffe sei für Unternehmen der Verbrauchsgüterindustrie wichtig. "Dies ist offensichtlich ein wichtiges Thema in Europa. Wir stellen fest, dass es weltweit von ähnlicher Bedeutung ist."

Die Inhaltsstoffe-Website [wassteckinscjohnson.de](http://www.whatsinsidescjohnson.de) (<http://www.whatsinsidescjohnson.com/>) ist für mobile Geräte geeignet und erleichtert Verbrauchern in Europa den Zugriff und das Verständnis der Inhaltsstoffe. Die Website enthält nun den Großteil der mehr als 3.000 Produkte, die von SC Johnson in 25 europäischen (http://www.scjohnson.com/Libraries/Download_Documents/SC_Johnson_EU_Ingredient_Transparency_-_DE.sflb.ashx) Ländern verkauft werden, darunter Österreich, Belgien, Bulgarien, Kroatien, Zypern, Tschechische Republik, Dänemark, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Spanien, Schweden, Schweiz und Vereinigtes Königreich; weitere werden folgen. Außerdem enthält die Website eine Liste bestimmter Duftinhaltsstoffe für viele der verkauften Produkte. Sie gibt nicht nur "Duftstoff" oder "Parfum" an.

Zugang zu Informationen und deren Verständnis erleichtern

Viele Jahre lang haben Unternehmen, die in Europa Lufterfrischer, Haushaltsreiniger und Schädlingsbekämpfungsmittel verkaufen, zur Erfüllung der gesetzlichen Vorschriften Inhaltsstoffe auf Websites aufgeführt. Bei diesen Websites hatten Verbraucher häufig Probleme mit dem Zugriff oder dem Auffinden der Informationen. Häufig war die Verwirrung nach dem Besuch dieser Websites größer als zuvor. Die SC Johnson-Umfrage in Europa ergab sogar: Weniger als ein Drittel der Verbraucher glauben, dass ihnen ausreichend Informationen zu Inhaltsstoffen in Reinigungsprodukten und Lufterfrischern zur Verfügung stehen.

SC Johnson geht weit über die regulatorischen Anforderungen in der EU hinaus. Das Unternehmen stellt auf der Website whatsinsidescjohnson.com (<http://whatsinsidescjohnson.com/>) grundlegende Produktinformationen bereit - jedes Produkt besitzt eine leicht verständliche Liste von Inhaltsstoffen und Hintergrundinformationen zum Zweck bestimmter Inhaltsstoffe. Die Produkte sind nach Sprache und Marke geordnet. Die Bilder der tatsächlichen Produkte werden je nach Land angezeigt, wodurch sie leicht erkennbar sind, und können mit nur wenigen Klicks aufgerufen werden.

Die Offenlegung produktspezifischer Duftinhaltsstoffe und die Geschichte der Vorreiterschaft von SC Johnson

Die Website whatsinsidescjohnson.com (<http://whatsinsidescjohnson.com/>) enthält produktspezifische Duftinhaltsstoffe für viele der verkauften Produkte. Dies geht weit über den Branchenstandard der Offenlegung einer kleinen Anzahl bestimmter Allergene und anschließender Angabe von "Duftstoff" oder "Parfum" hinaus. Bei der Offenlegung produktspezifischer Duftinhaltsstoffe gibt SC Johnson sogar mehr als 99,9 Prozent der Inhaltsstoffe der meisten Produktformeln bekannt.

"In vielen unserer Produkte spielen Duftstoffe eine wichtige Rolle. Daher wird das Vertrauen der Verbraucher durch die Offenlegung der Inhaltsstoffe gestärkt, was letztendlich gut für das Geschäft ist", so Johnson. Er veranschaulichte diesen Punkt durch die Anmerkung, dass fast zwei Drittel der Umfrageteilnehmer in der gleichen Umfrage angaben, die Offenlegung der Inhaltsstoffe würde ihre Meinung über ein Unternehmen und die Einkaufsentscheidung beeinflussen.

In der Vergangenheit galten die Listen der Duftstoffinhalte als Geschäftsgeheimnis, das von Duftstofflieferanten und Herstellern von Verbraucherprodukten streng gehütet wurde. Im Rahmen der Bemühung, die Transparenz zu verbessern, hat SC Johnson seit 2008 mit Lieferanten gearbeitet, um die Transparenz von Duft- und anderen Inhaltsstoffen zu verbessern. Wichtige Meilensteine der Transparenz sind:

2009: Einführung des Programms zur Offenlegung der Inhaltsstoffe in den USA (<http://www.whatsinsidescjohnson.com/>), kurz danach gefolgt von Kanada.

2012: Veröffentlichung der SC Johnson-Duftstoffpalette (<http://www.whatsinsidescjohnson.com/en-us/fragrance-palette.aspx>), der vollständigen Liste zugelassener Inhaltsstoffe der SC Johnson-Produkte.

2014: Veröffentlichung der Liste der Inhaltsstoffbeschränkungen (<http://www.whatsinsidescjohnson.com/us/en/0-rated-ingredients>) - Transparenz, wie SC Johnson Entscheidungen zu Inhaltsstoffen trifft.

2015: Einführung der produktspezifischen Duftstoff-Offenlegung (<http://www.whatsinsidescjohnson.com/us/en/fragrances-you-can-trust/our-palette>) - SC Johnson gibt sogar mehr als 99,9 Prozent der Inhaltsstoffe der meisten Produktformeln bekannt.

2016: Einführung der Glade® Fresh Citrus Blossoms Collection (<http://www.scjohnson.com/marketplace>) mit 100%iger Duftstofftransparenz.

2016: Einführung des europäischen Inhaltsstoff-Transparenzprogramms unter whatsinsidescjohnson.com (<http://whatsinsidescjohnson.com/>).

Ältere Meilensteine

(http://www.scjohnson.com/Libraries/Download_Documents/SC_Johnson_Transparency_Model_and_Milestones_-_DE.sflb.ashx)

Weitere Informationen zu den Inhaltsstoffen von SC Johnson finden Sie auf der Website whatsinsidescjohnson.com (<http://whatsinsidescjohnson.com/>). Für weitere Informationen über das Greenlist(TM) Programm von SC Johnson und andere Beispiele der Verantwortung und führenden Rolle des Unternehmens laden Sie sich bitte den SC Johnson-Nachhaltigkeitsbericht 2015 (<http://www.scjohnson.com/en/commitment/report.aspx>) herunter.

SC JOHNSON - TRANSPARENZ DER INHALTSSTOFFE Q&A - FRAGEN UND ANTWORTEN

1. Warum hat SC Johnson dieses Programm in Europa eingeführt?

A. Das weltweite Programm zur Transparenz der Inhaltsstoffe wurde von SC Johnson als nächster Schritt der fortlaufenden Inhaltsstoffe-Transparenz und der führenden Rolle des Unternehmens erweitert. Informationen zu Inhaltsstoffen von Produkten stehen Verbrauchern online und per mobilem Zugriff zur Verfügung und sind äußerst benutzerfreundlich. Das Unternehmen sprengt den Rahmen der Vorschriften und Branchenstandards und schließt produktspezifische Informationen zu Duftinhaltsstoffen ein.

2. Wie übertrifft SC Johnson den Rest der Branche in Bezug auf die Offenlegung von Duftstoffen?

A. SC Johnson ist das erste große Verbrauchsgüterunternehmen, das Duftinhaltsstoffe für Produkte angibt, die in Europa verkauft werden. Bei den meisten Produktformeln werden mehr als 99,9 Prozent der Inhaltsstoffe bekannt gegeben. Dies geht weit über den Branchenstandard der Offenlegung einer kleinen Anzahl bestimmter Allergene und anschließender Angabe von "Duftstoff" oder "Parfum" hinaus.

3. Warum verwendet SC Johnson Duftstoffe in den Produkten?

A. Verbrauchern sagen Duftstoffe aus verschiedenen Gründen zu. Duftstoffe erfrischen die Luft, beseitigen unerwünschte Gerüche oder sorgen für die Atmosphäre eines frisch geputzten Hauses, was sich viele Familien wünschen. SC Johnson fertigt auch einige duftneutrale Produkte für all diejenigen, die solche Produkte bevorzugen.

4. Welche Länder sind in dieser europäischen Einführung inbegriffen?

A. Die heutige Einführung betrifft die folgenden europäischen Länder und die jeweiligen Sprachen: Österreich, Belgien, Bulgarien, Kroatien, Zypern, Tschechische Republik, Dänemark, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Spanien, Schweden, Schweiz und Vereinigtes Königreich. In den nächsten Monaten wird SC Johnson die europäische Einführung mit Estland, Finnland, Island, Lettland, Litauen und Malta abschließen.

Über SC Johnson

SC Johnson ist ein Familienunternehmen, das für innovative, qualitativ hochwertige Produkte, Qualität am Arbeitsplatz und ein langfristiges Engagement für die Umwelt und die Regionen, in denen es tätig ist, steht. Das in den USA ansässige Unternehmen gehört zu den weltweit führenden Herstellern von Haushaltsreinigungsmitteln und Produkten für die Lagerung zu Hause, die Luftpflege, Schädlingsbekämpfung und Schuhpflege sowie professionelle Produkte. Es vertreibt die bekannten Marken GLADE®, KIWI®, OFF!®, PLEDGE®, RAID®, SCRUBBING BUBBLES®, SHOUT®, WINDEX® und ZIPLOC® in den USA und auf anderen Märkten. Die außerhalb der USA vertriebenen Marken umfassen AUTAN®, TANA®, BAMA®, BAYGON®, BRISE®, KABIKILLER®, KLEAR®, MR MUSCLE® und RIDSECT®. Das 130 Jahre alte Unternehmen mit einem Umsatz von 10 Mrd. US-Dollar beschäftigt weltweit etwa 13.000 Mitarbeiter und verkauft Produkte in nahezu allen Ländern der Welt. www.scjohnson.com

[1]SC Johnson beauftragte die Ipsos Operations GmbH mit der Durchführung einer Online-Umfrage unter europäischen Erwachsenen in Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Italien. Die Umfrage fand vom 25. bis 27. März 2016 statt. Der

Fehlerspielraum bei dieser Studie (n = 1.000 pro Land) beträgt höchstens +/- 3,7 % bei einem Signifikanzniveau von 90 %.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100022092/100788472> abgerufen werden.