



Frosch von Konsumenten zur nachhaltigsten Marke Deutschlands gewählt!

12.03.2021 - Mainz

Die Konsumentinnen und Konsumenten haben entschieden: Die Marke Frosch ist die „Most Purposeful Brand“ 2021! Das ist das Ergebnis des Markenwert-Rankings „BrandZ Top 50 Germany 2021“ von Kantar. Die internationale Marketingberatung veröffentlicht bereits zum vierten Mal in Folge das Ranking der 50 wertvollsten deutschen Marken und hat in diesem Jahr darüber hinaus die Marke Frosch des Herstellerunternehmens Werner & Mertz mit einem Sonderpreis für ihre ganzheitlich-nachhaltige Ausrichtung ausgezeichnet.

„Der Mainzer Hersteller nachhaltiger Reinigungsprodukte für den Haushalt stiftet mit seiner Produktpalette einen positiven ökologischen Nutzen. Der Nachhaltigkeitsgedanke geht dabei über die Rezepturen der Produkte hinaus und betrifft etwa auch das Verpackungskonzept sowie das gesamte Umweltmanagement des Unternehmens. Aus diesen Gründen genießt die Marke als Bio-Pionier seit 1986 enormes Vertrauen der Konsumenten“, so die Begründung von Kantar.

„So eine Anerkennung von den Verbrauchern ist etwas ganz Besonderes. Die Marke Frosch steht mittlerweile für eine Haltung, die unternehmensweit von uns gelebt wird, deshalb wird uns der Preis auch intern sehr viel Auftrieb geben“, freut sich Werner & Mertz-Inhaber Reinhard Schneider.



Der Sonderpreis wurde im Rahmen eines digitalen Live-Events verliehen. Copyright: Werner & Mertz



Vertrauen ist wichtiger Faktor

Die Analyse des BrandZ-Rankings zeigt, dass Marken, die von den Verbrauchern als besonders vertrauenswürdig und verantwortungsbewusst wahrgenommen werden, einige entscheidende Charakteristika aufweisen: Aufrichtigkeit und Offenheit, Respekt und Engagement sowie die Identifikation und die Beziehungspflege mit den Kunden. Diese Eigenschaften haben sich als besonders wichtig erwiesen, um Vertrauen und Sicherheit bei den Verbrauchern aufzubauen, so das Fazit von Kantar.

Recycelte Verpackungen und umweltfreundliche Inhaltsstoffe

Dass die Marke Frosch solch ein hohes Vertrauen bei den Konsumentinnen und Konsumenten genießt, liegt auch an den lang angelegten Umwelt- und Klimaschutz-Initiativen von Werner & Mertz, die weit über die Produkte und die eigene Branche hinausgehen. Dazu gehören die Recyclat-Initiative für den Einsatz von Verpackungen aus Altplastik sowie die Initiative europäische Tenside. In beiden Bereichen konnte das Unternehmen erst kürzlich bahnbrechende Erfolge vermelden:

So ist es im Rahmen der Recyclat-Initiative zusammen mit Kooperationspartner Alpla gelungen, innerhalb der zu 100 % verwendeten Recyclate den Anteil von Material aus dem Gelben Sack in den PET-Flaschen von 20 % auf 50 % zu erhöhen – ein absoluter Quantensprung für die Kreislaufwirtschaft und einzigartig, nicht nur in der WPR-Branche. Die ersten 200.000 Flaschen gehen noch diesen Monat in den Handel.

Außerdem sind die Weichspüler von Frosch ab sofort nicht mehr nur vegan, frei von Farbstoffen, frei von Mikroplastik und hypoallergen, sondern die Tenside bestehen nun sogar zu 100 % aus Sonnenblumen und Rapsöl aus europäischem Anbau. Verpackt sind sie im weltweit ersten hochwertig recyclingfähigen Standbodenbeutel, den Werner & Mertz zusammen mit Kooperationspartner Mondi 2019 gelauncht hat.

„Wir versuchen das „Puzzle der Nachhaltigkeit“ immer weiter zu komplettieren und dazu gehen wir in sämtliche Bereiche hinein, denn nur so kann eine ganzheitliche Nachhaltigkeit sichergestellt werden“, so Schneider.

Pressekontakt:

Werner & Mertz GmbH
Unternehmenskommunikation
Birgitta Schenz
Rheinallee 96
55120 Mainz

BSchenz@werner-mertz.com
Telefon 06131-964-20 28
Fax 06131-964-20 30