

## Presseinformation

Ismaning, den 9. Februar 2018

# Zewa Smart – Essity launcht Toilettenpapier ohne Papprolle

**Essity, eines der global führenden Unternehmen für Hygiene- und Gesundheitsprodukte, bringt im April 2018 mit Zewa Smart das erste Toilettenpapier ohne klassische Papierhülse in den deutschen Einzelhandel. Zugleich hat sich die Blattzahl gegenüber herkömmlichem Toilettenpapier verdoppelt. Mit der Innovation reagiert der europäische Marktführer für Hygienepapiere auf den Verbraucherwunsch nach Produkten, die den Alltag erleichtern und gleichzeitig nachhaltig sind.**

„Mit Zewa Smart bringen wir ein Produkt auf den Markt, das den wichtigen Konsumenten-Trend zu mehr Convenience, also nach Produkten, die Zeit sparen und somit das Leben einfacher machen, aufgreift. Gleichzeitig kommen wir mit Zewa Smart dem steigenden Anspruch auf hohe Qualität und Nachhaltigkeit nach“, sagt Markus Britz, Sales Director Brand Region Central für das Konsumgütergeschäft bei Essity. Mit seiner doppelten Blattanzahl von 300 auf kompakten Rollen und seinem hülsenlosen Inneren punktet die Produktinnovation Zewa Smart bei Verbrauchern und Handel vor allem mit dem verbesserten Ökoprofil. Durch das Fehlen der Hülse wird das Abfallaufkommen im Vergleich zu herkömmlichem Toilettenpapier reduziert. Die höhere Blattanzahl auf kompakteren Rollen sorgt dafür, dass über 40% weniger Verpackungsmaterial nötig wird. Zudem können mehr Produkte für die Anlieferung beim Handel geladen werden. Das reduziert nicht nur die durch den Transport verursachten Auswirkungen auf die Umwelt<sup>1</sup>, der Handel profitiert darüber hinaus von besserer Flächennutzung im Regal.

### Umweltfreundlicher und komfortabler – in bester Zewa-Qualität

Trotz des Verzichts auf die klassische Papprolle müssen Handel und Verbraucher keine Einbußen bei der Form und Stabilität der Rollen befürchten. Dank eines patentierten Produktionsverfahrens bleibt die Rolle stabil und kann bis zum allerletzten Blatt aufgebraucht werden. Die doppelte Blattzahl sorgt außerdem dafür, dass Verbraucher die Rolle nur halb so oft wechseln müssen.

Mit Zewa Smart greift Essity den derzeitigen Trend nach Vereinbarkeit von Qualität, Komfort und Nachhaltigkeit auf. Laut einer GfK Kronberg-Studie suchen Verbraucher gezielt nach Produkten, die ihnen im Haushaltsalltag Zeitersparnis und Erleichterung

---

<sup>1</sup> Sieben Prozent geringerer CO<sub>2</sub>-Fußabdruck im Transport. Im Vergleich zu herkömmlichem Toilettenpapier reduziert sich die Anzahl der Transporte um 60%. Außerdem kann die 2,5-fache Menge pro Transport geladen werden (Quelle: Essity Life Cycle Assessment).

bieten. Zudem ist die Qualitätsorientierung der Verbraucher bei Hygienepapierprodukten auf einem Rekordniveau und Nachhaltigkeit das Top Trendthema 2017<sup>2</sup>. Ideale Voraussetzungen für die Markteinführung von Zewa Smart. Umfangreiche Verbrauchertests belegen zudem die hohe Akzeptanz für das Produkt: 88 % der Tester sind vom Produkt und seiner hochwertigen Qualität überzeugt<sup>3</sup>.

Das neue Zewa Smart ist ab April 2018 als 4er (UVP: 2,99€) und 8er (UVP: 5,49€) Packung im Handel erhältlich.

Unterstützt wird der Launch mit einer breit gefächerten Multi-Channel-Kommunikation. Neben eines eigens produzierten TV-Spots werden über Online-Videos und Banner, Print-Anzeigen, flankierende PR-Maßnahmen und aufmerksamkeitsstarke Aktionen am POS ca. 633 Millionen Bruttokontakte in der Zielgruppe 14+ erzielt.

### Bildmaterial:



Bildunterschrift: Zewa Smart ist das erste Toilettenpapier im deutschen Einzelhandel, das auch ohne Papprolle auf die Halterung passt. (Bildquelle: Essity)

### Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Essity GmbH, Corporate Communications DACH  
Adalperostr. 31, 85737 München-Ismaning  
Tel. +49 (0)89-97006-0, Fax. +49 (0)89-97006-644  
unternehmenskommunikation@essity.com, www.essity.de

Essity Pressebüro c/o Faktor 3 AG, Julia Braun  
Kattunbleiche 35, 22041 Hamburg  
Tel. +49 (0)40-67 94 46-6125, Fax. +49 (0)40-67 9446-11  
j.braun@faktor3.de, www.faktor3.de

<sup>2</sup> GfK Kronberg 2017.

<sup>3</sup> Für Essity durchgeführte Verbrauchertests, Deutschland, November 2016.

### Über Essity

Essity ist ein global führendes Hygiene- und Gesundheitsunternehmen. Die Unternehmensgruppe entwickelt, produziert, vermarktet und vertreibt Hygienepapiere für Endverbraucher, Professionelle Hygienelösungen sowie Körperpflegeprodukte (Babypflege, Damenhygiene, Inkontinenzprodukte sowie medizinische Produkte). Unsere Vision ist es, die Lebensqualität der Menschen durch hochwertige Hygiene- und Gesundheitslösungen zu verbessern. Essity vertreibt seine Produkte in rund 150 Ländern der Welt unter vielen starken Marken, darunter auch die global führenden Marken TENA und Tork sowie regionale Marken wie Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba Tempo, Vinda und Zewa. Die Unternehmensgruppe beschäftigt rund 48.000 Mitarbeiter weltweit. Der Umsatz im Jahr 2016 betrug 10,7 Mrd. Euro. In unserem Geschäftsmodell ist nachhaltiges Handeln fest verankert und schafft langfristige Werte für Mensch und Natur. Essity hat seinen Hauptsitz in Stockholm, Schweden, und ist seit 2017 an der NASDAQ Stockholm notiert. Zuvor war Essity Teil der SCA-Unternehmensgruppe. Weitere Informationen finden Sie unter [www.essity.com](http://www.essity.com).

Deutschland ist mit 1,05 Mrd. EUR (2016) der umsatzstärkste Markt von Essity in Europa. Das Unternehmen ist hier in den Geschäftsbereichen Hygienepapiere, Professionelle Hygiene und Körperpflege tätig. Zu den bekanntesten Marken zählen die Hygienemarken TENA und Tork, die Hygienepapiere Tempo und Zewa, die Recyclingmarke DANKE, Demak'Up Abschminkprodukte sowie die Medizinmarken Leukoplast, Cutimed, Delta-Cast, JOBST und Tricodur. Neben den Verwaltungsstandorten in Hamburg, Mannheim und München-Ismaning gibt es Produktionsstätten in Emmerich, Hamburg, Mainz-Kostheim, Mannheim, Neuss und Witzenhausen mit einer Belegschaft von insgesamt rund 4160 Mitarbeitern. Mehr Informationen unter [www.essity.de](http://www.essity.de).