



110 Jahre Sagrotan: Aus Tradition innovativ

Heidelberg, 05. Dezember 2022 – Die Corona Pandemie hat vielen noch einmal bewusst gemacht, wie wichtig Hygienemaßnahmen sind. Als Nr. 1 Experte für Desinfektion steht für Sagrotan das Thema Hygiene schon immer an oberster Stelle - und das bereits seit 110 Jahren. Zum Geburtstag der beliebten Desinfektionsmarke blickt Reckitt zurück und feiert die kontinuierlichen Innovationen und Fortschritte der Marke.

„Sagrotan schützt seit 110 Jahren, wenn es darauf ankommt. Jeden Tag vertrauen Millionen Menschen auf Produkte der beliebten Marke“, sagt Serra Bicak, General Manager, DACH & Nordics bei Reckitt. „Dass Sagrotan heute so geschätzt wird, geht auf eine lange Geschichte zurück, bei der immer die innovative Entwicklung von effektiven Produkten im Zentrum steht, geleitet von der Mission bessere Hygienestandards zu schaffen.“

Beschützt seit 110 Jahren

Die Wurzeln der Marke reichen weit zurück: 1889 wurde das erste Universaldesinfektionsmittel mit dem Namen Lysol entwickelt und von den Kaufleuten Rudolf Schülke und H. Julius Mayr produziert. Während der Cholera Epidemie in 1892 in Hamburg erwies sich das Desinfektionsmittel als äußerst wirksames Mittel zur Bekämpfung von Krankheitserregern. 1912 bringen die Kaufleute eine neue Desinfektionsformel auf den Markt und läuten damit die Geburtsstunde von Sagrotan ein. Die ersten Kunden sind damals Arztpraxen und Kliniken.

In den 20er Jahren liegt der Fokus der Traditionsmarke erst auf Körperpflege und – hygieneprodukten, in den 30er Jahren dann auf Hygieneprodukte für die Intimpflege für Frauen. Danach erweiterte sich das Produktportfolio. 1951 ist ein Meilenstein, da Sagrotan nun erstmals im Einzelhandel erhältlich ist. Die 70er Jahre zeichnen sich durch neue Produktinnovationen im Bereich Desinfektion und Hygiene für den Haushalt aus. Sagrotan etablierte sich zudem nicht nur als Hygiene-Experte für das saubere Zuhause, sondern auch unterwegs im Urlaub: „Egal wo Sie hinreisen, Bakterien sind bereits vor Ort“ - ein bekannter Werbeslogan als Sagrotan 1973 die ersten feuchten Desinfektionstücher auf den Markt bringt. In den 80er Jahren rückt in der Produktentwicklung auch das steigende Umweltbewusstsein und damit die Nachhaltigkeit der Produkte mit überarbeiteten Inhaltsstoffen in den Vordergrund. Die 90er stehen für eine stete und innovative Erweiterung der Reinigungslinie, sowie für einen weiteren Meilenstein mit der Einführung der Med Serie speziell für Apotheken. Eine wichtige Innovation des neuen Jahrtausends sind die No-Touch Seifenspender (ab 2015), die automatischen Seifenspender mit integriertem Bewegungssensor sind besonders einfach, praktisch und hygienisch in der Anwendung.

Mit der Corona-Pandemie hat sich heute die Einstellung der Öffentlichkeit zu Hygienethemen nochmal verändert: Es ist ein erhöhtes Bewusstsein für Hygiene entstanden und eine größere Nachfrage nach wirksamen Lösungen vorhanden. Somit bietet Sagrotan mit seinen bewährten Alltagshelfern viele praktische Formate, die zuverlässig 99,9 Prozent der Bakterien, Pilze und Viren auf Oberflächen entfernen und wirksam gegen Covid-19-Viren helfen.

Mit dem umfassenden Portfolio von Wäschezusätzen bis hin zu Reinigern und Seifen, bietet Sagrotan aktuell umfassende Lösungen, damit sich jede und jeder vor potenziell krankmachenden Viren, Bakterien und Pilzen schützen kann, um Infektionsketten zu unterbrechen. Um zu beschützen, wenn es darauf ankommt, setzt sich Sagrotan so für zielgerichtete Hygiene ein, um gleichzeitig den natürlichen Immunschutz zu erhalten.

Innovation, Forschung und Partnerschaften

Innovation ist Teil der DNA von Sagrotan und damit auch Teil der Unternehmenstradition. Im globalen Innovationshub und im Markt arbeitet die Traditionsmarke laufend an neuen Produktentwicklungen, um dank der jahrelangen Hygiene-Expertise kontinuierlich zuverlässige Lösungen für alle Lebensbereiche zur Verfügung stellen zu können.

„Am Anfang jeder Idee stehen relevante Konsumentenbedürfnisse. So investieren wir kontinuierlich in Marktforschung und das frühzeitige Erkennen von wichtigen Trends sowie Veränderungen im Marktgeschehen. Gemeinsam mit internen und externen Experten von renommierten Universitäten und wissenschaftlichen Instituten entwickeln wir so Lösungen, die in hygienerelevanten Situationen gebraucht werden“, erklärt Yvonne Grunert, die als Global Brand Marketing Manager für Sagrotan/Lysol im globalen Innovationsteam arbeitet.

Sagrotan kann dabei auch auf die wissenschaftliche Expertise des [Reckitt Global Hygiene Institutes](#) setzen. Es dient als Zentrum für Forschungsarbeiten und Innovation in den Bereich Epidemiologie-, Public Health- und Verhaltensforschung, und ermöglicht so evidenzbasierte Empfehlungen, die zu nachhaltigen Verhaltensänderungen führen und so einen Beitrag zu globalen Gesundheits- und Hygienefragen leisten.

Aufgrund seiner Hygiene-Kompetenz mit langjähriger wissenschaftlicher Expertise ist Reckitt, das Unternehmen hinter der Marke Sagrotan, heute auch als Berater gefragt. Mit Reckitt Global Business Solutions unterstützt Reckitt mit einem weltweiten Experten-Netzwerk andere Unternehmen bei der Unterbrechung von Infektionsketten und der Bekämpfung von krankmachenden Keimen. Die Fluggesellschaft British Airways sowie die Hotelkette Hilton setzen beispielsweise auf die Markenprodukte und Hygienekonzepte von Reckitt.

*Nr. 1 gemäß Umsatzmarktanteil Oberflächendesinfektion nach Nielsen seit 2006

Biozidprodukte vorsichtig verwenden. Vor Gebrauch stets Etikett und Produktinformationen lesen.

Presse-Kontakt:

Pressebüro Reckitt

presse.reckitt@hkstrategies.com

+49 30 288758-77

Über Reckitt:

Reckitt ist ein globales, diverses Unternehmen mit rund 40.000 Kolleginnen und Kollegen, die sich dafür einsetzen, dass der Zugang zu Hygiene, gesundheitlicher Versorgung und gesunder Ernährung kein Privileg, sondern ein Grundrecht für jeden Menschen ist. Als Unternehmen stellen wir Nachhaltigkeit und den Einsatz für eine fairere Gesellschaft jederzeit in den Fokus. Denn das Richtige für die Welt zu tun, ist das Richtige für unser Geschäft.

Jeden Tag kaufen Menschen rund um den Globus mehr als 20 Millionen Produkte aus unserem bekannten Portfolio, denen sie seit Generationen vertrauen.

Mit unseren Marken wie Air Wick, Calgon, Cillit Bang, Clearasil, Dobendan, Durex, Finish, Gaviscon, Nurofen, Sagrotan, Vanish, Veet und Woolite schützen, heilen und pflegen wir – für eine saubere und gesündere Welt.

Mehr Informationen unter www.reckitt.de.