PIONIER ECOLOGISCHE ONDERHOUDSPRODUCTEN

SINDS 1990

PERSDOSSIER 2019

INHOUD

Hygiëne en milieu: het verhaal van Frosch en Werner & Mertz 3

Een groen avontuur in het kort, de FROSCH-mijlpalen... 6

Frosch in het kort: wanneer missie en waarden samenvallen 8

Een duurzaamheidstrategie 10

1. De overconsumptie van plastic, een uitdaging van formaat 12

2. Milieu- en mensvriendelijke formules van natuurlijke oorsprong 16

3. Frosch onderneemt actie: een duurzame productiesite 26

Frosch in enkele cijfers 28

Biografieën van de Frosch-vertegenwoordigers 30

Perscontact 35

HYGIËNE EN MILIEU: HET VERHAAL VAN FROSCH EN WERNER & MERTZ

Frosch is ontstaan uit het Duitse bedrijf Werner & Mertz, opgericht in 1867 door de Werner-broers in Mainz aan de Rijn. Vandaag is het bedrijf nog steeds in handen van de familie en wordt het gerund door de vierde generatie. In 2017 telde de groep ongeveer 1.000 werknemers met een omzet van 318 miljoen euro.

In 1867 richtten de gebroeders Werner de wasfabriek «Gebrüder Werner» op. In 1878 kwam Georg Mertz bij het bedrijf, dat werd omgedoopt tot Werner & Mertz. In 1901 ontwikkelde zijn zwager, Philipp Adam Schneider, een gloednieuw type was dat een enorm succes had onder de merknaam Erdal, met ook toen al een kikker als logo.

Na de Tweede Wereldoorlog leidde de wederopbouw tot enorme veranderingen in het ontwerp van huizen en de binnenhuisinrichting. Werner & Mertz ontwikkelt merken en producten die zijn aangepast aan de nieuwe, moderne eisen.

Frosch en het Tsjernobyl-trauma

Maar het was in 1986 dat het bedrijf echt een nieuw hoofdstuk aanvatte, toen Werner & Mertz het merk Frosch lanceerde. De schok veroorzaakt door de kernramp in Tsjernobyl, die iets later dat jaar plaatsvond, was de katalysator voor het succes van het merk, dankzij een collectief bewustzijn van de gevaren van de industrialisatie voor onze planeet. Al meer dan dertig jaar is de groene kikker het symbool van compromisloze hygiëne, maar met respect voor de gezondheid van mens en milieu.

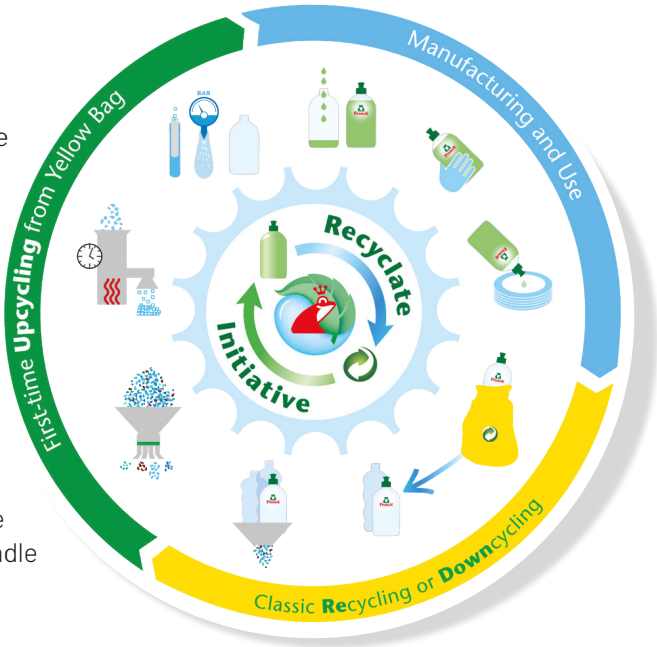
In 2007 gaat het bedrijf helemaal voor een «duurzame bedrijfsvoering". Concreet betekent dit dat alle acties in ecologisch opzicht in overeenstemming moeten zijn met duurzame ontwikkeling. Bovendien moeten ze economische meerwaarde toevoegen en maatschappelijk verantwoord zijn. Met deze actie verdient het bedrijf in 2009 de Duitse prijs voor Duurzame Ontwikkeling in de categorie 'meest duurzame merk'.

In 2010 ontvangt het nieuwe hoofdkantoor de prestigieuze Milieuprijs van de deelstaat Rijnland-Palts voor het revolutionaire ontwerp. Dankzij wind-, zonne- en geothermische energie produceert het gebouw meer

energie dan nodig is voor de werking ervan. Het gebouw ontvangt ook de uitzonderlijke LEED-platina-certificering.

Naar duurzame ontwikkeling en meer

Vanaf 2012 ontwikkelt Werner & Mertz met het Recyclate-initiatief een proces voor de productie van 100% gerecycleerde en recycleerbare verpakkingen. Hiermee breidt het zijn activiteiten op vlak van duurzaamheid uit ver buiten het bedrijf en de schoonmaak- en detergentensector.



In 2013 won Frosch voor het twaalfde jaar op rij de prijs voor het meest betrouwbare Duitse merk in de categorie «huishoudelijke schoonmaak-producten». In datzelfde jaar is de Frosch Citrus Shower & Bath Cleaner het eerste schoonmaak-product in Europa dat de ambitieuze Cradle to Cradle Certified CM Gold Award ontvangt.

In de loop van zijn bestaan is het merk erin geslaagd zich als ecologisch pionier te positioneren. Werner & Mertz biedt geen nieuw product aan zonder zeker te zijn dat dit het meest duurzame product is in zijn segment. Terwijl veel klanten tegenwoordig antibacteriële reinigers eisen, zet Frosch volop in op «natuurlijke hygiëne».

Zo zet Werner & Mertz zijn traditie voort als bedrijf dat de markt verandert. Trouw aan zijn filosofie, blijft het innoveren, vooral in plastic verpakkingen. En is het niet van plan om te stoppen. De Frosch-kikker blijft lustig springen.

EEN GROEN AVONTUUR IN HET KORT, DE FROSCH-MIJLPALEN...

1867

De geboorte

Oprichting in Duitsland van een klein familiebedrijf dat gespecialiseerd is in boen- en vloerverzorgingsproducten: Werner & Mertz.

1901

De eerste sprongetjes van de kikker ...

De rode kikker, het embleem van het merk, doet zijn intrede.

1950

De vlucht

Het bedrijf is booming. Overal in Europa worden filialen geopend.

1986

Start van het groene avontuur

Het milieubewustzijn komt op. Geconfronteerd met nieuwe milieu-zorgen, ontwikkelt het bedrijf een merk dat zich toelegt op ecologische schoonmaakproducten: «Frosch» («kikker» in het Duits).

1990

Een internationaal merk

Frosch gaat internationaal. In België wordt het merk onder de naam «Froggy» gecommercialiseerd.

1995

Minder transport voor minder vervuiling

Het bedrijf integreert zijn verpakkingsleverancier op de eigen productiesite. Gevolg: jaarlijks 1500 minder vrachtwagens op de weg.

2003

Milieubeheer

De twee productiesites in Duitsland en Oostenrijk krijgen het milieu ISO 14001 milieucertificaat en het EMAS-certificaat voor hun beheers- en controlesystemen inzake milieuaspecten.

2005

Voor een duurzame reiniging

Werner & Mertz, lid van de International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products (A.I.S.E.), is de eerste kmo die het Charter voor Duurzame Reiniging onderschrijft.

2019

Op naar een groene toekomst!

Het groene avontuur gaat verder ... Frosch gebruikt 100 % gerecycleerd plastic in zijn HDPE-flessen. Vier Frosch-producten behalen de «Indoor Pure Air» -certificering toegekend door Air Labo. Dit label beloont producten die het minst vluchtige schadelijke stoffen in de binnenlucht uitstoten.

2017

Indoor Pure Air

Het bedrijf behaalt de "Indoor Pure Air"-certificering voor de SDB Lemon-reiniger.

2016

100 % gerecycleerd plastic

Frosch gebruikt 100% gerecycleerd plastic in haar doorschijnende PET-flessen.

2015

Froggy krijgt een nieuwe naam

In België heet Froggy voortaan Frosch. Door de merknaam van de Duitse moederfirma over te nemen, wordt het internationale karakter van Werner & Mertz in de verf gezet.

2012

De bekroning

Het gebouw behaalt de strengste certificering ter wereld: LEED Platinum (Leadership in Energy and Environmental Design).

2010

Een 'donkergroen' gebouw

Het bedrijf opent zijn hoofdkantoor in Mainz, dat volledig op hernieuwbare energie werkt en geothermische, wind- en zonne-energie combineert. Het is een passiefgebouw met positieve energie, wat betekent dat het meer energie produceert dan het verbruikt. 20,2% van het teveel aan energie wordt jaarlijks teruggegeven aan de gemeenschap.

2009

Een welverdiende beloning

Werner & Mertz wint de prestigieuze Duitse prijs voor Duurzame Ontwikkeling. Deze prijs werd uitgereikt door de Deutscher Nachhaltigkeitspreis-stichting.

2006

Efficiëntie en milieu

Frosch behaalt het Ecolabel, een milieulabel toegekend door de Europese Unie. Deze certificering garandeert dat de producten van het merk voldoen aan diverse milieucriteria én aan hoge kwaliteitsnormen.

FROSCH IN HET KORT: WANNEER MISSIE EN WAARDEN SAMENVALLEN

NATUURLIJKE DOELTREFFENDE FORMULES

De door Frosch ontwikkelde formules – op basis van oppervlakteactieve stoffen van plantaardige oorsprong en zonder microplastics - staan bekend om hun reinigende en onderhoudende kracht.

HERNIEUWBARE BRONNEN

Frosch maakt gebruik van hernieuwbare bronnen die de beperkte hulpbronnen van de aarde in stand houden.

MILIEU- EN MENSVRIENDELIJKE GRONDSTOFFEN

De Frosch-producten zijn gemaakt van natuurlijke grondstoffen die mens- en milieuvriendelijk zijn.

GERECYCLEERDE EN RECYCLEERBARE VERPAKKINGEN

Frosch ontwerpt zijn verpakkingen op basis van 100% gerecycleerd plastic. Bovendien zijn al deze verpakkingen op hun beurt volledig recycleerbaar.

WATERBESPARING

Het water dat Frosch gebruikt om zijn producten te maken, wordt

gezuiverd in een zuiveringsstation en wordt vervolgens opnieuw verdeeld in het netwerk.

DE PRODUCTEN WORDEN NIET GETEST OP DIEREN

Het merk met de kikker test zijn producten natuurlijk niet op dieren en gebruikt geen ingrediënten van dierlijke oorsprong.

EEN ENERGIEZUINIG BEDRIJF

Frosch is erin geslaagd het transport te beperken door zijn verpakkingsleverancier te integreren op de eigen productiesite. Bovendien is het hoofdkantoor zelfvoorzienend op het gebied van energie en werkt de productielocatie volledig op hernieuwbare energie.

DERMATOLOGISCH GETESTE FORMULES

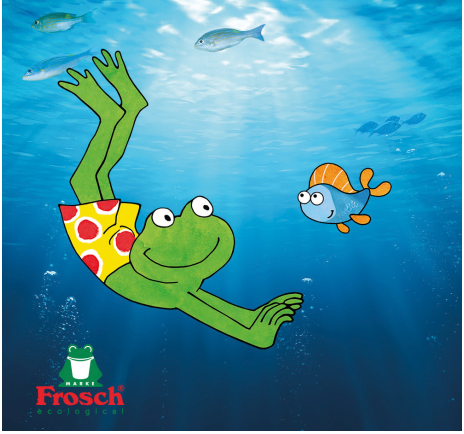
Frosch-producten zijn getest om de huid van de consument niet te irriteren. De bewaarmiddelen en geurstoffen in de formules worden zorgvuldig geselecteerd en tot een minimum herleid of zelfs helemaal weggelaten.

EEN DUURZAAMHEIDSTRATEGIE

Onze hedendaagse wereld en samenleving zijn volop in verandering. We ervaren allerlei omwentelingen: economisch, klimatologisch, politiek... In die context hebben burgers, bedrijven en openbare instellingen allemaal een eigen verantwoordelijkheid op te nemen en rol te spelen.

Al vele jaren voert Frosch onderzoek en innoveert het met producten die milieuvriendelijker zijn, dankzij de ecologische en sterk biologisch afbreekbare formules, de verpakkingen gemaakt van gerecycleerde materialen en het concept van de productiesite.

Volgens een recent rapport van het WWF, zal van de 300 miljoen ton geproduceerde plastics per jaar, 100 miljoen ton in de natuur terechtkomen. Als we ons gedrag niet veranderen, schat de NGO dat tegen 2030 de hoeveelheid geproduceerde plastic nog met 40% kan stijgen. Erger nog, 300 miljoen ton plastic afval zou in onze oceanen terechtkomen.



Er moeten nog heel wat inspanningen worden geleverd, maar dankzij een betere kennis van wat op het spel staat voor het milieu en de consument, in combinatie met duurzamere oplossingen, kunnen burgers en bedrijven samenwerken voor een betere wereld voor toekomstige generaties.

In 2005 nam Werner & Mertz als eerste bedrijf het Charter voor een Duurzame Schoonmaak aan. In 2006 kregen Frosch-producten het Ecolabel, een zeer strenge Europese certificering die garant staat voor goede milieuprestaties en de effectiviteit van de gecertificeerde producten.

1. DE OVERCONSUMPTIE VAN PLASTIC, EEN UITDAGING VAN FORMAAT

De microplastics komen ook op ons bord terecht

Plastic is een belangrijke vervuiler van de zeeën. We kennen de gebruikelijke vormen, zoals flessen, tassen of voedselverpakkingen. Maar er is een minder bekende vorm: **micro-plastics, die het resultaat zijn van de afbraak van grote stukken plastic en verpakkingen**, evenals componenten van sommige vloeibare producten.

Die microplastics worden opgenomen door bewoners van de zee, zoals vissen, mosselen, oesters ... en komen zo **op ons bord terecht en dus in ons lichaam**, zoals aangetoond door een studie van de Faculteit Geneeskunde van de Universiteit van Wenen, die in oktober 2018 gepubliceerd werd.

Recyclate Initiative: innovatie die openstaat voor iedereen

Frosch wil bijdragen tot een algemeen gebruik van gerecycleerd plastic, een oplossing die soms door bedrijven wordt afgewezen vanwege hogere kosten dan nieuw plastic of plastic afkomstig van de petrochemie. Frosch werkt daarom in open innovatie om deze technologie beschikbaar te maken voor andere industriële spelers. Ecologie is immers ieders zaak en zou niet door bezorgdheden als concurrentievermogen beheerst mogen worden. Staten, bedrijven en individuen moeten samenwerken, met hetzelfde doel voor ogen. Door voluit te mikken op deze dynamiek zullen steeds meer belanghebbenden gerecycleerd plastic gebruiken, wat met name het storten van plastic afval in de oceanen aanzienlijk zou doen verminderen.

Frosch onderneemt actie: duurzamere verpakkingen

Om ons plastic- en bijgevolg ook petroleumverbruik te verminderen, werken de Frosch-onderzoeksteams elke dag aan de ontwikkeling van industriële en technologische innovaties die onze tijd ver vooruit zijn.

100% gerecycleerde en recycleerbare verpakkingen dankzij het "Recyclate Initiative"-initiatief

In 2012 lanceerde Frosch het «Recyclate»-initiatief met als doel PET-verpakkingen in een gesloten recyclagecircuit te brengen en het PET-afval (transparant plastic, het meest recycleerbare plastic) uit de PMD-zakken als volwaardige grondstof te gebruiken. Dankzij **een vernieuwende sorteertechnologie (High Speed Laser Spectroscopy) levert Recyclate hoogkwalitatief gerecycleerd materiaal afkomstig uit de PMD-zakken.**

Om zijn flessen te maken, **maakt Frosch geen gebruik meer van nieuwe grondstoffen of nieuw geproduceerde PET.** De nieuwste generatie transparante PET-flessen van Frosch is gemaakt van **100% gerecycleerde en recycleerbare PET.**

In 2019, na bijna vier jaar van onderzoek en ontwikkeling, zal Frosch ook twee **nieuwe innovaties** lanceren:

- **een 100% recycleerbare zak wasmiddel.**
  De plastic zakken hebben het voordeel dat ze 60% minder plastic bevatten dan flessen. Om gemakkelijk te kunnen recycleren, zal de nieuwe Frosch wasmiddelzak voorzien zijn van verwijderbare decoratieve folies in enkellaags HDPE.
- **verpakkingen in 100% gerecycleerde en recycleerbare PE:**
  Naast de reeds beschikbare PET-flessen, vervaardigd op basis van 100% gerecycleerd en recycleerbaar PET, zal Frosch in 2019 PE-flessen op de markt brengen die aan dezelfde normen voldoen.

2. MILIEU- EN MENSVRIENDELIJKE FORMULES VAN NATUURLIJKE OORSPRONG

Het merk Frosch is de pionier op het vlak van milieuvriendelijk onderhoud in het hele huis dankzij een breed scala aan producten met Ecolabel-certificering (was, afwasmiddel, glasreiniger, keuken, badkamer ...).

Sinds 1990 houdt Frosch rekening met het milieu en de gezondheid in elke fase van de levenscyclus van haar producten, vanaf hun ontwerp tot hun uiteindelijke gebruik, om een schoon huishouden te garanderen dat gezond is voor het gezin en goed voor de natuur!

Het succes van Frosch is ook gebaseerd op formules die net zo effectief zijn als niet-ecologische producten, dankzij een fijne selectie van ingrediënten van natuurlijke oorsprong en meer dan 35 jaar expertise in R&D.

Alle Frosch-verpakkingen en -producten zijn uiteraard gegarandeerd zonder microplastics.

1. Oppervlakteactieve stoffen afkomstig van lokale planten ter ondersteuning van de Europese landbouw

Het productieproces is 360° milieuvriendelijk en maakt alleen gebruik van volledig hernieuwbare grondstoffen. Volgens OESO-testmethoden zijn producten die door Frosch worden verkocht in 28 dagen sterk biologisch afbreekbaar.

Oppervlakteactieve stoffen zijn de actieve wasmiddelen die essentieel zijn voor de effectiviteit van reinigings- en schoonmaakmiddelen. Traditioneel zijn oppervlakteactieve stoffen die in de industrie gebruikt worden in het algemeen aardoliederivaten, maar al van in het begin onderscheidt Frosch zich door enkel oppervlakteactieve stoffen van plantaardige oorsprong te gebruiken.

Het merk vervaardigt zijn producten op basis van duurzame palmolie, geproduceerd onder de RSPO-certificering (Roundtable on Sustainable Palm Oil), d.w.z. in een logica van duurzame landbouw die ontbossing verbiedt.

Ondanks deze certificering blijft de productie van palmolie echter een probleem, aangezien deze ver van hier gebeurt, voornamelijk in Indonesië en Maleisië. Het transport naar Europa blijft schadelijk voor het milieu. Daarnaast blijft de vraag naar palmolie groeien en vergt de productie steeds meer land en landbouwgrond.

Uiteindelijk is het de bedoeling van Frosch om producten te kunnen aanbieden die totaal vrij zijn van palmolie. Sinds 2013 bevat 50% van de ecologische producten van de groep tussen 10 en 100% plantaardige oppervlakteactieve stoffen van Europese oorsprong en vanaf 2019 zullen de verzachtende producten voor 100% samengesteld zijn uit Europese oliën.

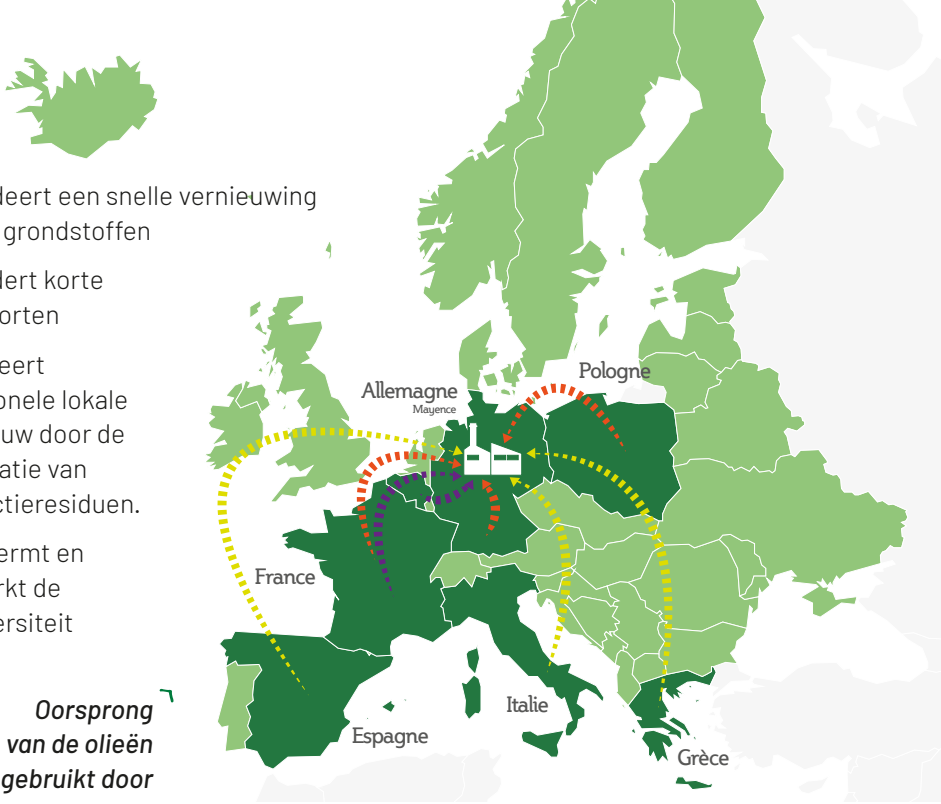
Vandaag gebruikt Frosch al Europese oliën zoals:

- Lijnzaadolie, geteeld in België en Frankrijk
- Koolzaadolie uit Frankrijk, Duitsland en Polen
- Olijfolie uit Spanje, Italië en Griekenland

Het gebruik van oppervlakteactieve stoffen uit de Europese landbouw heeft heel wat economische en ecologische voordelen:

- Vermijdt intensieve monocultuur, vernietiging van tropische bossen en concurrentie met voedselproductie

- Garandeert een snelle vernieuwing van de grondstoffen
- Bevordert korte transporten
- Stimuleert traditionele lokale landbouw door de valorisatie van productieresiduen.
- Beschermt en versterkt de biodiversiteit



Oorsprong van de olieën gebruikt door Werner & Mertz

2. Voorrang aan natuurlijke ingrediënten:

Voor elk Frosch-product wordt een natuurlijk ingrediënt geselecteerd op basis van zijn natuurlijke eigenschappen om de samenstelling en de werking ervan te verbeteren. Bijvoorbeeld, limoen heeft een ontvettende werking, azijn is een ontkalker, terwijl Aloë Vera goed is voor de huid.

3. Frosch weert schadelijke onderdelen:

Om de natuur en de gezondheid van zijn gebruikers te behouden, heeft Frosch beslist alle schadelijke componenten uit zijn formules te weren: fosfaten, fosfonaten, EDTA, PVC, formaldehyde, bleekmiddel, MIT, microplastics, ...

3. Het merk met de kikker garandeert 100% vegan producten:

Er worden geen dierlijke producten gebruikt in de formules en er worden geen tests uitgevoerd op dieren in het productieproces van de Frosch-producten.

MILIEU- EN MENSVRIENDELIJKE HUISHOUDPRODUCTEN

Afwas

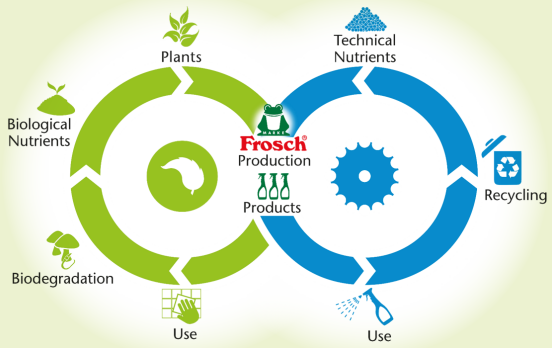
› Vloeibare afwasmiddelen in verschillende varianten:

Aloe Vera — Frambozenazijn — Citroen — « Sensitive Vitamin » — Limoen

› Vaatwasblokjes met natriumbicarbonaat

DE “CRADLE TO CRADLE”-AANPAK VAN FROSCH

Of het nu gaat om de productie van zijn schoonmaakproducten of om de verpakkingen, in al zijn productieprocessen trekt Frosch de kaart van de circulaire economie. Het principe: gebruik gezonde componenten en ontwikkel een volledig biologisch afbreekbaar product, zodat het na gebruik teruggegeven kan worden aan de aarde.



De «Cradle to Cradle» -benadering zorgt ervoor dat de materialen die door Frosch worden gebruikt voor haar badkamer- en ramenreinigers volledig biologisch afbreekbaar zijn of op een kwalitatieve manier worden hergebruikt.

Die aanpak werd ook bekroond met verschillende «Cradle to Cradle»-awards. Om die te kunnen krijgen, moest Frosch aan een aantal criteria voldoen, rekening houdend met:

- de gebruikte materialen in de samenstelling van het product en hun interacties
- de functionaliteit en het gebruik van het product
- de recycleerbaarheid van de materialen aan het einde van de levenscyclus.

Was

› Vloeibaar wasmiddel:

Appel – Aloe Vera –Marseillezeep

* Het wasmiddel met Aloe Vera is hypoallergeen

› Wasverzachter met Aloe Vera

MARKE
Frosch®
ecological

Schoonmaak

› Allesreiniger:

Limoen –Marseillezeep

› Ontkalker met azijn

› Reinigingssprays:

Badkamer met citroen — Ramen — Keuken met natriumbicarbonaat

› WC-reinigers:

Frambozenazijn — Citroen - Munt

* Gezonde producten: bevatten geen giftige bestanddelen of elementen die de luchtwegen irriteren.

3. FROSCH ONDERNEEMT ACTIE: EEN DUURZAME PRODUCTIESITE

Duurzame productie is geen nieuwigheid voor Frosch. In 1995 besloot Frosch al om zijn verpakkingsleverancier te integreren in zijn ontwerp- en productiesite, om het aantal transporten te verminderen. De investering loonde, aangezien er jaarlijks 1.500 vrachtwagens minder op de weg rijden.

Eco-innovatie heeft ook betrekking op de productieprocessen: de Frosch-fabrieken werken met 100% groene energie. Waterzuiveringsinstallaties worden geïnstalleerd aan de ingang en de uitgang van de productiesite om de waterkwaliteit en biodiversiteit te behouden.

In 2003 kregen twee van de productiesites de ecologische ISO 14001-norm en de EMAS-certificering voor hun milieuvriendelijk beheer. Deze certificering werd in 2018 overigens vernieuwd.

In 2010 gooide de inhuldiging van het nieuwe hoofdkantoor in Mainz ook hoge ogen. Het gebouw, met indrukwekkende windturbinerotoren op

het dak, voldoet aan de hoogste internationale normen voor duurzaam bouwen en is milieuvriendelijk.

Dankzij windenergie, fotovoltaïsche cellen en geothermische energie (gebruik van grondwater), produceert het gebouw 20% meer energie dan nodig voor zijn normale werking.

In het voorjaar van 2012 ontving het de meest veeleisende certificering ter wereld: de LEED® Platinum-certificering (Leadership in Energy and Environmental Design). LEED is een classificatiesysteem van de ecologische kwaliteit van gebouwen. Het verkrijgen ervan bevestigt het naleven op het allerhoogste niveau van de normen en strenge vereisten voor een duurzame en milieuvriendelijke constructie. Dankzij het revolutionaire ontwerp is het hoofdkantoor in Mainz het eerste administratieve gebouw in Duitsland geworden dat bekroond werd met dit meest veeleisende certificaat ter wereld.

FROSCH IN ENKELE CIJFERS

FROSCH IS SINDS 1990 EEN VOORLOPER IN ZIJN SECTOR EN HEEFT IN GROTE MATE BIJGEDRAGEN AAN DE DEMOCRATISERING VAN DE ECOLOGIE IN HET DAGELIJKS LEVEN.

318 MILJOEN € — omzet wereldwijd voor Werner & Mertz in 2017

1000 werknemers bij Werner & Mertz

100 % gerecycleerd materiaal in de 100 % recycleerbare PET-flessen

1500 minder vrachtwagens op de weg per jaar

220 000 ton brandstof bespaard per jaar

570 ton minder CO2-uitstoot per jaar

››› Het resultaat van de integratie van de verpakkingsleverancier op de eigen productiesite.

In **10 jaar** tijd:

31 % minder elektriciteitsverbruik per geproduceerde kilo

54 % minder brandstofverbruik per geproduceerde kilo

66 % minder CO2-uitstoot

››› Antwoord op de doelstellingen vastgesteld door de EMAS-certificering

20,2 % aan teveel geproduceerde energie wordt door de hoofdzetel, die op 100 % herbruikbare energie werkt, teruggegeven aan de gemeenschap.

255 miljoen PET-flessen die 100% gerecycleerd worden door Frosch, een absoluut wereldrecord

(Meer info op www.we-for-recyclates.com)

BIOGRAFIEËN VAN DE FROSCH-VERTEGENWOORDIGERS

REINHARD SCHNEIDER, CEO VAN WERNER & MERTZ

Reinhard Schneider werd in 1969 geboren en is de directe afstammeling van de oprichters van het Duitse bedrijf Werner & Mertz, dat 145 jaar geleden in Mainz (Duitsland) werd opgericht. Na zijn studie economie met een specialisatie in marketing en handel aan de universiteit van St. Gallen (Zwitserland), werkte hij zes jaar als productmanager op de marketingafdeling van de Zwitserse agrifood-gigant Nestlé.

Vandaag is Reinhard Schneider Chief Executive Officer (CEO) van Werner & Mertz. Sinds zijn terugkeer naar het familiebedrijf, heeft hij al zijn ervaring en overtuigingskracht ten dienste van het bedrijf gesteld. Onder zijn leiding maakt de kmo uit Mainz gebruik van zijn uitzonderlijke marktpositie en zijn innovatieve kracht om te blijven vernieuwen en de hele sector te stimuleren.

Reinhard Schneider is erin geslaagd het merk Frosch te positioneren als een van de sterkste en populairste merken in Duitsland. Het kikkermerk is ook het eerste merk van fosfaatvrije wasmiddelen in Duitsland.

«Duurzame ontwikkeling moet deel uitmaken van elke zakelijke beslissing! Het is enkel zo dat het echte engagement van een bedrijf serieus kan worden genomen. Dit is de beste manier om echt vertrouwen tussen ons en de consument op te bouwen,» verklaart hij.

De jonge CEO brengt zijn milieu-overtuigingen ook mee naar de raad van bestuur van de IKW (Duitse vereniging van fabrikanten van cosmetica en reinigingsproducten). Reinhard Schneider is ook lid van de Business Senate van BVMW (Duitse Vereniging van kmo's) en haar Energiecomité.

Samen met zijn partners van het "Recyclate Initiative" houdt Reinhard Schneider zich ook constant bezig met lobbyen bij overheden om te streven naar een modernere recyclagewet, met name tijdens grote internationale topconferenties (G8, G20, de 'Our Ocean'-conferentie in Bali ...). Het is zijn ambitie om een echte circulaire economie te verwezenlijken, waarbij de productie van nieuwe plastic verpakkingen volledig wordt stopgezet door het afval dat al in omloop is volledig te recycleren.

«Onze 'baseline' is om de schijnbare tegenstelling tussen ecologie en productiviteit te overwinnen. Het is een overtuiging, geen commercieel argument. We besteden weinig budget aan reclame. We verkiezen te investeren in onderzoek en innovatie, om onze positie als leider in duurzaamheid te versterken en om uiterst veeleisende productienormen te blijven hanteren met betrekking tot gezondheids- en milieuvereisten," besluit Reinhard Schneider.

BENOÎT RENAULD, ALGEMEEN DIRECTEUR FROSCH BENELUX

Benoît Renauld, 58 jaar, getrouwd en vader van drie kinderen, is sinds 2012 Managing Director van de filialen van Werner & Mertz in Frankrijk en de Benelux.

Hij haalde zijn diploma Economie aan de ICN Business School in 1983 en begon zijn carrière bij Procter & Gamble France. Daarna verhuisde hij naar Scott Paper en Brossard France als Client Manager.

Voordat hij bij Werner & Mertz kwam, bekleedde hij de functie van «Key Account Manager» en vervolgens van «Global Customer Director», verantwoordelijk voor de relatie met de Carrefour Mondegroep bij Beiersdorf.

Werner & Mertz is sinds 1990 aanwezig in de Benelux. De Werner & Mertz-producten zijn verkrijgbaar in supermarkten onder het Rainett-label in Frankrijk en Frosch (voorheen Froggy) in België.

Het assortiment hygiëneproducten van Tarax en de schoenverzorgingsproducten van Bufalo vervolledigen het aanbod van Werner & Mertz in België. Het Belgische hoofdkantoor is gevestigd in Waterloo, waar het ongeveer tien mensen tewerkstelt en een omzet heeft van ongeveer 4 miljoen euro.

Al sinds zijn aantreden blijft Benoît Renauld hameren op het credo dat Werner & Mertz in Duitsland navolgt: een voorbeeld en een drijvende kracht zijn voor de eigen sector. «Werner & Mertz' initiatief inzake recyclage moet bedrijven aanmoedigen om ook dit pad te volgen. Naarmate de vraag naar gerecycleerd plastic toeneemt, zal er minder plastic teruggevonden worden in het milieu en de oceanen", zegt hij.

Onder zijn leiding kent de groep een versnelling in de ontwikkeling van de producten van het label en een aanzienlijke versterking van de aanwezigheid van het merk bij het grote publiek.

Frosch
Green Lemon
Frosch
Green Lemon
MARKE
Frosch
ecological

PERSCONTACT

Nina Bourgeois
Voice Agency
nina@voice.be
+32 479 32 41 79

MARKE

Frosch®

ecological