Nachhaltigkeitsbericht 2017

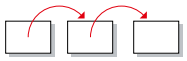
Henkel

Über diesen Bericht

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Traditionelles Navigieren

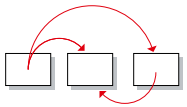
Sie können den Nachhaltigkeitsbericht von Henkel traditionell wie ein Buch lesen. Beginnen Sie auf Seite 1 und navigieren Sie fortlaufend bis zum Ende.

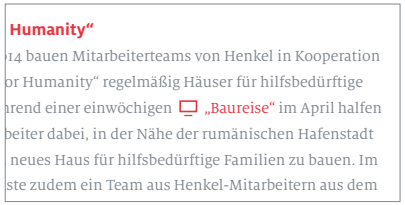


Vor und zurück

Gezieltes Navigieren

Nutzen Sie die Navigationsleiste, um direkt in ein bestimmtes Kapitel zu gelangen. Durch die internen Links sind thematisch verbundene Inhalte miteinander verknüpft. Über die externen Links gelangen Sie auf Webseiten mit weiterführenden Informationen.





Interner Link (innerhalb dieses Dokuments)

Externer Link (außerhalb dieses Dokuments)

Weitere Funktionen

Kontakt

Suche

Anhang (weiterführende Informationen im → Anhang)

Der gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht

Der Nachhaltigkeitsbericht 2017 ist zugleich der für den Henkel-Konzern und die Henkel AG & Co. KGaA zusammengefasste, gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht für das Geschäftsjahr 2017 im Sinn der Paragrafen (§§) 315b, 315c in Verbindung mit 289c bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB), der der Öffentlichkeit durch Veröffentlichung auf der Internetseite zugänglich gemacht wird.

Die im Bericht enthaltenen Verlinkungen verweisen auf weiterführende Informationen und sind ebenso wie der Anhang des Nachhaltigkeitsberichts keine Pflichtbestandteile des gesonderten nichtfinanziellen Konzernberichts.

Ebenso sind die im Bericht enthaltenen Verweise auf Informationen außerhalb des Lageberichts als weiterführende Informationen zu verstehen; auch hierbei handelt es sich um keine Pflichtbestandteile des gesonderten nichtfinanziellen Konzernberichts.

Download

Für eine optimale Nutzung der Verlinkungen laden Sie das PDF herunter und öffnen Sie dieses in Adobe Acrobat.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

„Unser Unternehmenszweck ‚Nachhaltig Werte schaffen' ist bei Henkel gelebte Tradition und der Anspruch, der unser Handeln leitet."

Kathrin Menges
Personalvorstand und Vorsitzende
des Sustainability Council von Henkel

Liebe Freunde des Unternehmens,

wir wollen mit unserem unternehmerischen Handeln nachhaltig Werte schaffen – für unsere Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und die Gesellschaft. Nachhaltigkeit ist einer unserer Unternehmenswerte, die jeden unserer Mitarbeiter weltweit leiten und inspirieren.

Im Jahr 2017 haben wir deutliche Fortschritte bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und -ziele erreicht. Mit der Schulung von mehr als 50.000 Mitarbeitern zu Nachhaltigkeitsbotschaftern haben wir einen großen Schritt auf diesem Weg getan. Wir haben damit die Verpflichtung zu nachhaltigem Handeln noch fester in unserer Unternehmenskultur und im Alltag jedes einzelnen Mitarbeiters verankert.

Wir können für das Jahr 2017 auf viele weitere Fortschritte und Erfolge im Bereich Nachhaltigkeit zurückblicken. Besonders stolz sind wir darauf, dass zahlreiche international führende Ratingagenturen unsere Leistungen und Fortschritte mit exzellenten Bewertungen anerkennen und Henkel als eines der weltweit führenden Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit auszeichnen.

Auf dieser Grundlage werden wir gemeinsam mit unseren Partnern weiter daran arbeiten, Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette voranzutreiben.

Kathrin Menges

Kathrin Menges

Der gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Der Nachhaltigkeitsbericht 2017 ist zugleich der für den Henkel-Konzern und die Henkel AG & Co. KGaA zusammengefasste, gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht für das Geschäftsjahr 2017 im Sinn der Paragrafen (§§) 315b, 315c in Verbindung mit 289c bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB), der der Öffentlichkeit durch Veröffentlichung auf der Internetseite zugänglich gemacht wird.

Zur Nachhaltigkeitsberichterstattung wendet Henkel die in den G4-Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Grundsätze und Standardangaben, den Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1 und 2), den Corporate Value Chain Standard (Scope 3) der Greenhouse Gas Protocol Initiative vom World Resources Institute (WRI) und vom World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) an. Außerdem werden unternehmensintern definierte Kriterien zur Ermittlung von CO_2-Einsparungen durch eigene Produkte, in Verbindung mit internen Richtlinien, berücksichtigt.

Im Auftrag des Vorstands der Henkel Management AG wurde der Nachhaltigkeitsbericht durch die KPMG AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“ sowie des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3410: „Assurance Engagements on Greenhouse Gas Statements“, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), einer unabhängigen betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit hinsichtlich ausgewählter Angaben unterzogen.

→ GRI-Prüfungsvermerk KPMG Nachhaltigkeitsbericht

Darüber hinaus wurde der für den Henkel-Konzern und die Henkel AG & Co. KGaA zusammengefasste, gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht für das Geschäftsjahr 2017 der Henkel AG & Co. KGaA im Auftrag des Aufsichtsrats von der KPMG AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), zum Zweck der Erlangung einer begrenzten Prüfungssicherheit (Limited Assurance Engagement) bezüglich der gemäß §§ 315b, 315c in Verbindung mit 289c bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB) gesetzlich geforderten Angaben, geprüft.

→ HGB-Prüfungsvermerk KPMG Nachhaltigkeitsbericht

Über Henkel

Mehr als
53.000
Mitarbeiter

Aus
120
Nationen stammen unsere Mitarbeiter

Mehr als
141
Jahre Erfolg mit Marken und Technologien

Mehr als
20 Mrd €
Umsatz

40 %
unseres Umsatzes erzielen wir in den Wachstumsmärkten

Über
2.100
gesellschaftliche Projekte gefördert

→ Weitere Kennzahlen zu unseren regionalen Zentren.

Unsere Unternehmensbereiche

Adhesive Technologies

Unsere Top-Marken

LOCTITE
TECHNOMELT
TEROSON

Beauty Care

Unsere Top-Marken

Schwarzkopf
SYOSS
Dial

Laundry & Home Care

Unsere Top-Marken

Persil
all
Purex

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Geschäftsmodell / Geschäftstätigkeit

Henkel wurde im Jahr 1876 gegründet. Somit blickten wir im Berichtsjahr auf eine 141-jährige Unternehmensgeschichte zurück. Ende 2017 waren weltweit rund 53.700 Mitarbeiter für das Unternehmen tätig. Wir halten global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft.

Unser Unternehmenszweck lautet: Wir wollen nachhaltig Werte schaffen – für unsere Kunden und Konsumenten, unsere Mitarbeiter, unsere Aktionäre sowie die Gesellschaft und das Umfeld, in dem wir tätig sind.

Die Henkel AG & Co. KGaA ist operativ tätig und zugleich Mutterunternehmen des Henkel-Konzerns. Als solches ist sie dafür verantwortlich, die unternehmerischen Ziele festzulegen und zu verfolgen. Zudem verantwortet sie das Führungs-, Steuerungs- und Kontrollinstrumentarium einschließlich des Risikomanagements sowie die Verteilung der Ressourcen. All diese Verantwortlichkeiten nimmt die Henkel AG & Co. KGaA im Rahmen ihrer rechtlichen Möglichkeiten innerhalb des Henkel-Konzerns wahr. Dabei bleibt die rechtliche Selbstständigkeit der Konzerngesellschaften gewahrt. Die operative Steuerung obliegt dem Vorstand der Henkel Management AG in deren Funktion als alleinige, persönlich haftende Gesellschafterin. Der Vorstand wird hierbei von den zentralen Funktionen unterstützt.

Henkel ist in drei operative Unternehmensbereiche gegliedert: Adhesive Technologies, Beauty Care und Laundry & Home Care.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies ist weltweit führend mit hochwirksamen Lösungen und bietet ein breites Portfolio an Kleb- und Dichtstoffen sowie funktionalen Beschichtungen sowohl im Industriegeschäft als auch für Konsumenten, Handwerk und Bau an.

Der Unternehmensbereich Beauty Care ist weltweit tätig im Markenartikelgeschäft – in den Bereichen Haarkosmetik, Körperpflege, Hautpflege und Mundpflege – sowie im Friseurgeschäft.

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care besetzt führende Marktpositionen in seinen beiden Geschäftsfeldern Laundry Care (Waschmittel) und Home Care (Reinigungsmittel). Unser Produktportfolio reicht von Universal- und Spezialwaschmitteln und Waschzusätzen bis hin zu Geschirrspülmitteln, Oberflächenreinigern, WC-Reinigern, Lufterfrischern und Insektenschutz-Produkten.

Unsere drei Unternehmensbereiche werden in weltweit verantwortlichen strategischen Geschäftseinheiten geführt. Diese werden von den zentralen Funktionen der Henkel AG & Co. KGaA, unseren Shared Services sowie unserer globalen integrierten Supply-Chain-Organisation unterstützt, damit Synergien des Konzernverbunds optimal genutzt werden können. Die Verantwortung für die Umsetzung der jeweiligen Strategien in den Regionen und Ländern liegt bei den Ländergesellschaften, deren Aktivitäten durch regionale Zentren koordiniert beziehungsweise unterstützt werden. Die Leitungsorgane dieser Ländergesellschaften führen ihre Unternehmen im Rahmen der jeweiligen gesetzlichen Bestimmungen, Satzungen und Geschäftsordnungen sowie nach den Regeln unserer weltweit geltenden Grundsätze zur Unternehmensführung.

Unsere Wertschöpfungskette

Gemeinsam mit unseren Partnern treiben wir Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette voran:

1. Rohstoffe → 2. Produktion → 3. Logistik → 4. Industrie und Handel → 5. Verbraucher → 6. Entsorgung

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

1. Rohstoffe

Lieferanten aus rund 110 Ländern

Wir entwickeln innovative Lösungen und Standards im Sinn der Nachhaltigkeit mit unseren Lieferanten und Partnern aus rund 110 Ländern.

2. Produktion

Henkel betreibt 188 Produktionsstandorte in 57 Ländern. An allen arbeiten wir daran, bei gleichbleibend hoher Qualität und Sicherheit unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.

3. Logistik

Transportemissionen senken

Die Transportemissionen wollen wir mit verbesserten Logistik-Konzepten weltweit senken, zum Beispiel durch intermodale Transporte.

4. Industrie und Handel

Enge Kooperation

Die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern spielt für uns eine wichtige Rolle. Wir unterstützen unsere Handelspartner bei ihren Nachhaltigkeitsaktivitäten, zum Beispiel mit E-Learnings und Messinstrumenten.

5. Verbraucher

90 %

Unsere Produkte kommen täglich millionenfach in Haushalten zum Einsatz. Bis zu 90 Prozent des ökologischen Fußabdrucks unserer Produkte entstehen während der Anwendung. Daher streben wir an, durch gezielte Kommunikation Einfluss auf ein verantwortungsvolles Verhalten während der Produktanwendung zu nehmen.

6. Entsorgung

–30 %

Bis 2020 wollen wir unser Abfallaufkommen um 30 Prozent pro Tonne Produkt verringern.

Nachhaltigkeit bei Henkel

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Das Engagement und die Verpflichtung, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stetig auszubauen, sind tief in unseren Unternehmenswerten verankert. Die Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg, dem Schutz der Umwelt und gesellschaftlicher Verantwortung ist als Ziel schon seit Jahrzehnten fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur.

Meilensteine der Nachhaltigkeit bei Henkel
Die Ausrichtung auf Nachhaltigkeit hat sich bei Henkel kontinuierlich entwickelt. Als der Kaufmann Fritz Henkel 1876 seine Waschmittelfirma gründete, hatte er die Vision, das Leben der Menschen leichter, besser und schöner zu machen. Von Anfang an übernahm das Unternehmen Verantwortung für Mitarbeiter, Nachbarn und die Gesellschaft. Heute hat Henkel weltweit Managementsysteme für nachhaltiges Handeln eingerichtet und den Gedanken der Nachhaltigkeit fest in den Unternehmenswerten verankert.
→ Alle Meilensteine

1903 / heute

Das **erste in Wasser lösliche Pulvershampoo** von Schwarzkopf ist eine einfache und preiswerte Alternative zu groben Seifen und teuren Ölen.

Das Schauma Nature Moments basiert auf hautfreundlichen Formeln mit Essenzen aus zu 100 Prozent natürlichem Ursprung.

1907 / heute

Persil, das weltweit **erste selbsttätige Waschmittel**, erspart das mühevolle Reiben von Hand und kommt ohne Chlor als Bleichmittel aus.

Die Persil Duo Caps – das vordosierte Zwei-Kammer-Waschmittel – entfaltet bereits bei niedrigen Temperaturen seine volle Waschleistung.

1969 / heute

Henkel erfindet den **weltweit ersten Klebestift** und nutzt für die Verpackung den „Herausdrehmechanismus“ eines Lippenstifts.

Der Pritt Stift besteht heute zu 90 Prozent aus naturbasierten Inhaltsstoffen und ist lösemittel- und PVC-frei.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie im Überblick

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Was ist unser Anspruch im Bereich Nachhaltigkeit?

In unseren Unternehmenswerten verpflichten wir uns, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stetig auszubauen. Als Vorreiter wollen wir neue Lösungen vorantreiben und unser Geschäft verantwortungsvoll und wirtschaftlich erfolgreich weiterentwickeln.

Welche Strategie verfolgen wir?

Wir wollen mit weniger Ressourcen mehr erreichen. Das heißt, wir schaffen mehr **Wert** für unsere Kunden und Verbraucher, unser gesellschaftliches Umfeld sowie unser Unternehmen bei einem reduzierten **ökologischen Fußabdruck**.

Welche Ziele haben wir uns gesetzt?

Unser 20-Jahres-Ziel bis 2030 ist die Verdreifachung des geschaffenen Werts im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen. Dieses Ziel, dreimal effizienter zu werden, bezeichnen wir als **Faktor 3**.

Welche Schwerpunkte haben wir uns für die kommenden Jahre gesetzt?

Fundament stärken
Wir haben bereits ein starkes Fundament und können überzeugende Erfolge vorweisen. Auf dem Weg zu unserem langfristigen Ziel wollen wir unsere Leistungen auch in den kommenden Jahren weiter verbessern.

Engagement fördern
Wir wollen das Engagement unserer Mitarbeiter für Nachhaltigkeit weiter ausbauen und fördern. Denn unsere Mitarbeiter machen den Unterschied aus durch ihren persönlichen Einsatz, ihre Fähigkeiten und Kenntnisse.

Einfluss maximieren
Wir wollen unsere Beiträge zur Bewältigung der großen globalen Herausforderungen stärken und den Einfluss maximieren, den wir mit unserer Geschäftstätigkeit, unseren Marken und Technologien erreichen können.

Wir konzentrieren unsere Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette auf sechs Fokusfelder. Sie spiegeln die für uns relevanten Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung wider.

Unsere Ziele im Überblick

Auf dem Weg zu unserem langfristigen Ziel „Faktor 3“ bis zum Jahr 2030 wollen wir unsere Leistungen in den kommenden Jahren weiter verbessern (gegenüber dem Basisjahr 2010). Dafür haben wir mittelfristige Ziele bis 2020 und darüber hinaus definiert:

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Mehr Wert schaffen

Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt

Wir wollen aktiv zum gesellschaftlichen **Fortschritt** beitragen.

Für
1 Mio
Arbeitskräfte die Arbeitsbedingungen verbessern

10 Mio
Menschen über gesellschaftliches Engagement erreichen

200.000
Schüler mit Bildungsinitiativen erreichen

Wir wollen das Engagement fördern und
alle
Mitarbeiter für Nachhaltigkeit aktivieren und trainieren.

Leistung

Wir wollen mehr **Wert** schaffen und unseren **Umsatz** steigern.

+22 %
(pro Tonne Produkt)

Jedes
neue Produkt soll einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten.

Gesundheit und Sicherheit

Wir wollen **sicherere Arbeitsplätze** und bessere **Gesundheit** und Hygiene.

+40 %
(pro 1 Mio Arbeitsstunden)

Null Unfälle
ist unser langfristiges Ziel.

90 %
Abdeckung durch globale Gesundheitsaktionen pro Jahr

bei reduziertem Fußabdruck

Energie und Klima

Wir wollen unseren **Energieverbrauch** und unsere klimaschädlichen **Emissionen** reduzieren.

−30 %
(pro Tonne Produkt)

−5 %
Logistikemissionen

Vision „klimapositiv“

50 %
Strom aus erneuerbaren Energien

−50 Mio t
CO_2 bei unseren Kunden und Verbrauchern

100 %
Strom aus erneuerbaren Energien bis 2030

−75 %
CO_2 unserer Produktion bis 2030

Materialien und Abfall

Wir wollen den Verbrauch an **Rohstoffen** und das **Abfallvolumen** reduzieren.

−30 %
(pro Tonne Produkt)

Nachhaltiges Palmöl

100 %
Mass Balance

100 %
Rückverfolgbarkeit

Erhöhung der **Verfügbarkeit** von nachhaltigem Palmöl durch Kooperationen

Verpackung

−20 %
Gewicht (pro Umsatz)

+33 %
recyceltes PET in der EU

+9 %
recyceltes Aluminium

300 Mio
Verbraucher über Recycling informieren

Keine
deponierten Abfälle bis 2030

Wasser und Abwasser

Wir wollen den Verbrauch von **Wasser** sowie **Abwasser** reduzieren.

−30 %
(pro Tonne Produkt)

Wir wollen den
Wasserverbrauch
während der Produktion und Anwendung unserer Produkte senken.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere Strategie

Unsere Strategie

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Unser Anspruch

In unseren Unternehmenswerten haben wir uns verpflichtet, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stetig auszubauen. Wir wollen mehr Wert schaffen: für unsere Kunden und Verbraucher, unsere Mitarbeiter, unsere Nachbarn, unsere Aktionäre, unser gesellschaftliches Umfeld und unser Unternehmen – bei einem gleichzeitig verkleinerten ökologischen Fußabdruck. Wir wollen neue Lösungen für eine nachhaltige Entwicklung vorantreiben und unser Geschäft verantwortungsvoll und wirtschaftlich erfolgreich weiterentwickeln. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie beschreibt dafür einen klaren Rahmen und spiegelt die steigenden Erwartungen unserer Stakeholder wider.

Wir stehen vor großen Herausforderungen: Bereits heute ist der globale ökologische Fußabdruck der Menschheit größer, als es die verfügbaren Ressourcen der Erde dauerhaft verkraften. Die Weltbevölkerung wird Schätzungen zufolge bis zum Jahr 2050 auf neun Milliarden Menschen anwachsen. Gleichzeitig führt die weltweit zunehmende Wirtschaftsleistung zu steigendem Konsum und Ressourcenbedarf. Somit wird sich insgesamt der Druck auf die Ressourcen in den kommenden Jahrzehnten weiter verstärken. Daher brauchen wir Innovationen, Produkte und Technologien, die mehr Lebensqualität bei gleichzeitig geringerem Material- und Rohstoffverbrauch ermöglichen. Mit unserer jahrzehntelangen Erfahrung im nachhaltigen Wirtschaften wollen wir diese zukunftsfähigen Lösungsansätze gemeinsam mit unseren Partnern entwickeln und umsetzen. Unser langfristiges Ziel bis 2030 ist, den Wert zu verdreifachen, den wir mit unserer Geschäftstätigkeit schaffen – im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck, den wir durch unsere Produkte und Dienstleistungen hinterlassen. Dieses Ziel bezeichnen wir als „Faktor 3“.

„Wir haben im vergangenen Jahr unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit weiter gestärkt. Dank unserer klaren Prioritäten, des großen Engagements unserer Mitarbeiter und vor allem der guten Zusammenarbeit mit unseren Partnern entlang der Wertschöpfungskette konnten wir in vielen Bereichen wichtige Fortschritte erzielen.“

Hans Van Bylen
Vorsitzender des Vorstands

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Unser 20-Jahres-Ziel bis 2030 ist die Verdreifachung des geschaffenen Werts im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen. Dieses Ziel bezeichnen wir als „Faktor 3“.

Zunehmende Relevanz

Nachhaltigkeit gewinnt bei unseren Stakeholdern weiterhin an Bedeutung. Unsere Geschäftspartner und Verbraucher legen mehr und mehr Wert darauf, die Auswirkungen unserer Prozesse und Produkte entlang der Wertschöpfungskette zu verstehen. Das Interesse der Medien an Themen vom Klimawandel bis hin zu den Menschenrechten nimmt ebenso zu wie der Austausch auf öffentlichen Plattformen, insbesondere in den sozialen Medien. Auf der politischen Ebene konnten wir in den letzten Jahren große Fortschritte hin zu einem gemeinsamen Verständnis der globalen Prioritäten beobachten, insbesondere mit dem weltweiten Klimaabkommen von Paris im Jahr 2015 und mit den 17 Zielen für eine nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, kurz SDGs). Unsere Ziele und Initiativen gleichen wir kontinuierlich mit globalen und nationalen Prioritäten ab, um sicherzustellen, dass wir an den für unser Geschäft und die nachhaltige Entwicklung relevanten Themen arbeiten.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Henkel unterstützt die Umsetzung der 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, kurz SDGs), die im September 2015 von den 193 Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen verabschiedet wurden. Wir sind überzeugt, dass diese Ziele gemeinschaftliches Handeln fördern und den Fortschritt in Richtung Nachhaltigkeit beschleunigen werden. Wir prüfen unsere eigenen Ziele und Initiativen kontinuierlich, um sicherzustellen, dass sich diese mit den Prioritäten der SDGs decken. Aufgrund unserer langjährigen und intensiven Arbeit zu allen Aspekten der Nachhaltigkeit und unseres breiten Produktportfolios sowie unserer Präsenz in zahlreichen Märkten unterstützt Henkel mit seinen Aktivitäten nahezu alle Ziele. Einen Überblick über unseren Beitrag zu den Nachhaltigkeitszielen finden Sie auf unserer Webseite.

Drei Schwerpunkte für die kommenden Jahre

Wir sind überzeugt, dass unser Fokus auf Nachhaltigkeit noch nie so wichtig war wie heute. Er fördert unser Wachstum, trägt dazu bei, unsere Kosteneffizienz zu steigern und verringert Risiken. Wir haben hier bereits ein starkes Fundament und können überzeugende Erfolge vorweisen. So wollen wir durch die Tatkraft unserer mehr als 53.000 Mitarbeiter und mithilfe der hohen Reichweite unseres Geschäfts unsere führende Rolle und unseren Beitrag zu einer nach-

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

haltigen Entwicklung weiter ausbauen. Um der zunehmenden Bedeutung von Nachhaltigkeit für unsere Stakeholder und unserem langfristigen wirtschaftlichen Erfolg Rechnung zu tragen, haben wir Schwerpunkte für die kommenden Jahre definiert: Wir wollen unser Fundament stärken, das Engagement unserer Mitarbeiter fördern und unseren Einfluss maximieren.

Fundament stärken

Unser langfristiges Ziel spiegelt die globalen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung wider: Wir werden erheblich effizienter wirtschaften müssen, um den Wunsch der Menschen nach mehr Lebensqualität im Einklang mit den begrenzten Ressourcen der Erde zu ermöglichen und uns wirtschaftlich erfolgreich entwickeln zu können. Bis 2030 wollen wir daher im Vergleich zum Basisjahr 2010 den Wert verdreifachen, den wir mit unserer Geschäftstätigkeit schaffen – im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck, den wir durch unsere Produkte und Dienstleistungen hinterlassen. Dieses Ziel bezeichnen wir als „Faktor 3“.

Die Verbesserung unserer Effizienz können wir beispielsweise erreichen, indem wir den erwirtschafteten Wert verdreifachen und gleichzeitig unseren ökologischen Fußabdruck konstant halten. Alternativ können wir auch den Fußabdruck bei gleichbleibendem Wert auf ein Drittel reduzieren oder uns sowohl beim Wert als auch beim Fußabdruck verbessern.

Unsere Fokusfelder

Wir konzentrieren unsere Aktivitäten auf sechs Fokusfelder, die die für uns wesentlichen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung abbilden. Drei von ihnen beschreiben, wie wir „mehr Wert“ schaffen wollen, beispielsweise durch mehr Arbeitssicherheit und Beiträge zum gesellschaftlichen Fortschritt. Die drei anderen Felder beschreiben die Bereiche, in denen wir unseren ökologischen Fußabdruck reduzieren wollen, etwa durch einen geringeren Wasser- und Energieverbrauch und weniger Abfall. Wir setzen auf das Engagement unserer Mitarbeiter, unsere Produkte und die Zusammenarbeit mit unseren Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette, um in diesen Fokusfeldern Fortschritte voranzutreiben.

Unsere lange Tradition im Bereich Nachhaltigkeit, unsere klare Strategie und unsere Leistungen sind ein starkes Fundament, um unsere führende Rolle und unsere Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung weiter auszubauen. Unsere aktuelle Nachhaltigkeitsstrategie haben wir 2011 weltweit in mehr als 6.000 Workshops ausgerollt.

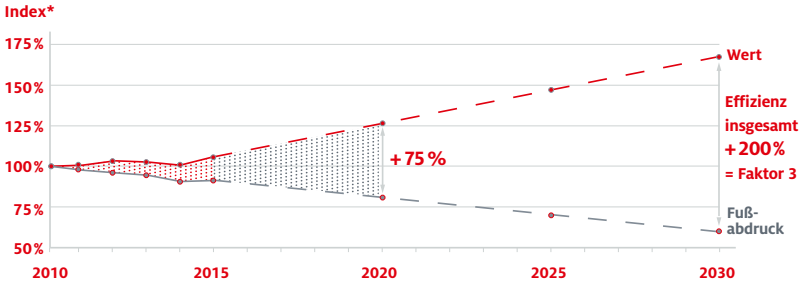
Greifbare Fortschritte

Wir haben unsere Ziele für den Zeitraum von 2011 bis 2015 erreicht und das Verhältnis zwischen geschaffenem Wert und ökologischem Fußabdruck um insgesamt 38 Prozent verbessert. Die Effizienzsteigerung bis zum Jahr 2017 beträgt 43 Prozent. Auf dem Weg zu unserem

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

langfristigen Ziel „Faktor 3“ wollen wir unsere Leistungen in diesen Bereichen auch in den kommenden Jahren weiter verbessern. Dafür haben wir mittelfristige Ziele definiert:

Was wir bis 2030 erreichen wollen



* Basisjahr 2010

Um unser Ziel im Jahr 2030 zu erreichen, müssen wir unsere Effizienz jährlich um durchschnittlich 5 bis 6 Prozent steigern. Auf dieser Grundlage haben wir für unsere Fokusfelder Zwischenziele auf Fünfjahresbasis definiert.

Durch die im Jahr 2017 getätigten Akquisitionen und die Herausforderungen im Marktumfeld unseres Konsumentengeschäfts blieb unser Umsatzwachstum pro Tonne Produkt 2017 hinter unseren Erwartungen zurück. In diesem Zusammenhang wirkte sich der aufgrund der Zukäufe veränderte Portfolio-Mix auf das Gesamtergebnis aus. Die getätigten Akquisitionen hatten auch einen Einfluss auf unsere Ergebnisse im Bereich Arbeitssicherheit und beim ökologischen Fußabdruck. Wir werden 2018 verstärkt daran arbeiten, die Umwelt- und Sicherheitsstandards an unseren neuen Standorten zu verbessern, um die Effizienzsteigerung von 75 Prozent bis 2020 zu gewährleisten.

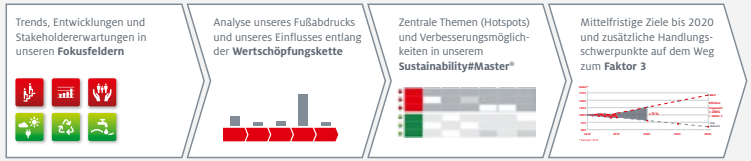
	Erreicht 2017[1]	Ziele 2020[1]
mehr Umsatz pro Tonne Produkt	+5 %	+22 %
sicherer pro eine Million Arbeitsstunden	+17 %[2]	+40 %
weniger CO_2-Emissionen pro Tonne Produkt	−24 %	−30 %
weniger Abfall pro Tonne Produkt	−32 %[3]	−30 %
weniger Wasser pro Tonne Produkt	−24 %	−30 %
Effizienz insgesamt	+43 %	+75 %

Zusätzlich zu den Zielen in unseren Fokusfeldern haben wir umfangreiche Zielvorgaben für weitere Bereiche unserer Tätigkeit festgelegt.
→ Einen Überblick über diese Ziele finden Sie hier.

[1] Gegenüber dem Basisjahr 2010.
[2] Ohne die im Jahr 2017 akquirierten Unternehmen beträgt die Steigerung der Arbeitssicherheit +25 %.
[3] Abfallmengen unserer Produktionsstandorte ohne Abfälle aus Bau- und Abbrucharbeiten.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Prozess zur Definition unserer Ziele bis 2020



Unser → Sustainability Council hat die Zwischenziele für 2016 bis 2020 festgelegt. Arbeitsgruppen haben Trends, Entwicklungen und Erwartungen von Stakeholdern ausgewertet und unseren Fußabdruck entlang der gesamten Wertschöpfungskette analysiert. Anschließend haben die Gruppen die zentralen Themen identifiziert, bei denen wir mehr Wert schaffen und gleichzeitig unseren ökologischen Fußabdruck reduzieren können.

Steuerung und Berichterstattung

Wir entwickeln unsere Berichts- und Messsysteme kontinuierlich weiter, um unsere Fortschritte hin zum 20-Jahres-Ziel für 2030 integriert über das gesamte Unternehmen und unsere Wertschöpfungskette hinweg bewerten und steuern zu können. Dabei arbeiten wir sowohl an einer möglichst umfassenden Abdeckung als auch an der Qualität der Daten. Dadurch gewinnen wir ein zunehmend klares Bild unseres Fußabdrucks und unserer Leistungen: von den Rohstoffen und der Entwicklung von Verpackungsmaterialien bis hin zur Verwendung und Entsorgung.

So haben wir für das Jahr 2017 Daten von 188 Standorten erfasst; dies entspricht rund 100 Prozent unserer weltweiten Produktionsmenge. Unseren Fußabdruck über die gesamte Wertschöpfungskette bewerten wir mithilfe repräsentativer → Lebenszyklusbetrachtungen über alle Produktkategorien hinweg sowie von Daten zu den von uns eingesetzten Rohstoffen, Verpackungsmaterialien und den beauftragten Transporten. Rund 70 Prozent unseres Umsatzes sind durch Lebenszyklusanalysen, mehr als 25 Prozent durch vereinfachte Lebenszyklusbetrachtungen abgedeckt.

Henkel arbeitet mit verschiedenen Mess- und Bewertungsmethoden, um die Maßnahmen zu identifizieren, die entlang der Wertschöpfungskette den größten Einfluss haben. So sind, über unser gesamtes Portfolio betrachtet, beim Wasser- und CO_2-Fußabdruck insbesondere Verbesserungen bei den eingesetzten Rohstoffen und in der Anwendungsphase entscheidend.

Ein wichtiges Bewertungsinstrument, um die Dimensionen „Wert“ und „Fußabdruck“ zu optimieren, ist unser → „Henkel-Sustainability#-Master®“. Das zentrale Element ist eine Matrix, in der Änderungen in beiden Dimensionen und entlang der Wertschöpfungskette bewertet werden können.

Dabei bewerten wir unsere Produkte systematisch in unserem → Innovationsprozess, der auch die ökologischen Profile von Rohstoffen und Verpackungsmaterialien umfasst. So kann bereits in der Entwicklungsphase der Fußabdruck jeder neuen Rezeptur entsprechend unserem Anspruch, dass jedes neue Produkt einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leistet, berechnet werden.

Reputation

Wichtige Grundlagen unserer Arbeit sind der → kontinuierliche Dialog mit Stakeholdern und Experten sowie das Benchmarking unserer Leistungen. Der offene Dialog mit Meinungsführern und

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Stakeholdern hilft uns, Erkenntnisse und Perspektiven außerhalb unseres Geschäfts zu gewinnen und ein gemeinsames Verständnis von Prioritäten und Herausforderungen zu fördern. Nachhaltigkeitsanalysten und Fachinstitute bewerten in regelmäßigen Abständen, wie Unternehmen das Verhältnis von Ökonomie, Ökologie und gesellschaftlichen Aspekten ausbalancieren. Wir stellen uns diesen → externen Bewertungen, weil sie zu mehr Transparenz im Markt führen und uns zeigen, wie unsere Leistungen eingeschätzt werden.

Engagement fördern

Bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie machen unsere Mitarbeiter den Unterschied aus – durch ihren persönlichen Einsatz, ihre Fähigkeiten und ihr Wissen. Damit leisten sie sowohl im Berufsalltag als auch im gesellschaftlichen Leben einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung. Sie sind die Schnittstelle zu unseren Kunden sowie Verbrauchern und ermöglichen Innovationen, entwickeln erfolgreiche Strategien und machen unser Unternehmen einzigartig. Daher wollen wir das Engagement unserer Mitarbeiter für Nachhaltigkeit weiter ausbauen und fördern.

Mitarbeiter als Nachhaltigkeitsbotschafter qualifizieren

Unser Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm wurde im Jahr 2012 ins Leben gerufen, um Mitarbeiter zu ermutigen, sich noch intensiver mit dem Thema Nachhaltigkeit zu befassen. Seitdem hat Henkel weltweit mehr als 50.000 Nachhaltigkeitsbotschafter qualifiziert. In den letzten Jahren haben wir unsere Schulungsaktivitäten weiter ausgebaut, um unser Verständnis von nachhaltigem Wirtschaften noch stärker

Im Rahmen des Nachhaltigkeitsbotschafter-Programms werden unsere Mitarbeiter gezielt in Nachhaltigkeitsthemen geschult. Zu den verschiedenen Trainingsplattformen gehören auch Teamtrainings wie hier in Nairobi, Kenia.

im Unternehmen zu verankern und alle Mitarbeiter zu trainieren und zu motivieren, Nachhaltigkeitsbotschafter zu werden. Neben einem E-Learning-Programm auf unserer zentralen globalen Lernplattform erreichen wir unsere Mitarbeiter insbesondere mit Teamtrainings, die wir weltweit auf der Grundlage standardisierter Trainingsmaterialien durchführen. In einem solchen Training vermitteln wir einerseits die Grundlagen der Nachhaltigkeit – vom Konzept bis hin zu den wichtigen globalen Herausforderungen – und stellen andererseits dar, wie Henkel diesen Herausforderungen begegnet und Nachhaltigkeit entlang seiner Wertschöpfungskette umsetzt.

Botschafter motivieren, einen Beitrag zu leisten

Wir wollen unseren Mitarbeitern nicht nur Wissen über Nachhaltigkeit vermitteln, sondern sie auch anregen, sich für Nachhaltigkeit zu engagieren. Mit ihren Fähigkeiten und Kenntnissen können sie als Botschafter an unseren Standorten, mit unseren Kunden und mit

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

anderen Partnern in unserem geschäftlichen Umfeld wichtige Beiträge zur Nachhaltigkeit leisten. Im Rahmen unseres Schulprojekts besuchen unsere Nachhaltigkeitsbotschafter auch Schulen, um Kindern nachhaltiges Handeln im Alltag näherzubringen. So vermitteln wir den Schülern schon in jungen Jahren, wie Ressourcen effizient genutzt werden können. Gleichzeitig tragen die Kinder ihr Wissen und ihre Begeisterung als Multiplikatoren in ihr Umfeld. Bis Ende 2017 haben wir mehr als 137.000 Schulkinder in 53 Ländern über das Thema Nachhaltigkeit informiert.

Grundschulkinder lernen spielerisch, wie man verantwortungsvoll mit den Ressourcen unserer Erde umgehen kann. An Xintong und Gan Jiayu präsentieren stolz, was sie in einem Ferienkurs in Shanghai, China, gelernt haben.

Wir haben uns auch die Förderung eines gesunden Lebensstils und die Sensibilisierung für den Wasser- und Energieverbrauch sowie das Abfallaufkommen an unseren Standorten zum Ziel gesetzt. Unsere Initiative „(Y)our move toward sustainability“, die 2014 eingeführt wurde, ist Teil dieses Engagements. Sie ermutigt unsere Mitarbeiter, im Berufsalltag einen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten, zum Beispiel durch Einsparen von Energie oder gesunde Ernährung.

Eine wichtige Zielgruppe sind unsere Kunden. Gemeinsam mit ihnen wollen wir Lösungen für eine nachhaltigere Zukunft vorantreiben. In unserem Programm „Say yes! to the future“ schult Henkel Vertriebsmitarbeiter aller Unternehmensbereiche über die Inhalte des Botschafterprogramms hinaus vertiefend zu allen vertriebsrelevanten Themen der Nachhaltigkeit. Dieses Wissen setzen sie dann in gemeinsamen Projekten mit unseren Handelskunden um, zum Beispiel im Bereich Logistik oder zur Förderung nachhaltiger Kaufentscheidungen.

Außerdem wollen wir unseren Mitarbeitern über unsere bestehenden Programme hinaus Möglichkeiten bieten, sich in gemeinnützigen Projekten zu engagieren und in unserem gesellschaftlichen Umfeld einen Beitrag zu leisten. Bis 2020 wollen wir zehn Millionen Menschen durch das → gesellschaftliche Engagement unserer Mitarbeiter erreichen.

Einfluss maximieren

Wir wollen unsere Beiträge zur Bewältigung der großen globalen Herausforderungen stärken und unseren Einfluss maximieren, den wir mit unserer Geschäftstätigkeit, unseren Marken und unseren Technologien erreichen können. Dazu haben wir uns zusätzliche ambitionierte Ziele gesetzt, die zwei der dringendsten globalen Herausforderungen adressieren.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Klimapositiv werden

Mit dem Pariser Klimaabkommen verpflichtet sich die Staatengemeinschaft, die Erderwärmung auf deutlich unter zwei Grad Celsius zu begrenzen. Das erfordert eine Verringerung der Kohlendioxid-Emissionen um 80 bis 90 Prozent bis zum Jahr 2050. Henkel verpflichtet sich, zur Erreichung des Zwei-Grad-Ziels beizutragen: Es ist unsere langfristige Vision, ein → klimapositives Unternehmen zu werden und einen aktiven und engagierten Beitrag für den Klimaschutz zu leisten.

Wir fokussieren uns zunächst auf unsere eigene Produktion, auf die wir direkten Einfluss haben. Wir beabsichtigen, den CO_2-Fußabdruck unserer Produktion bis zum Jahr 2030 um 75 Prozent zu reduzieren. Zusätzlich zur kontinuierlichen Verbesserung unserer Energieeffizienz wollen wir dazu ausschließlich Elektrizität aus erneuerbaren Quellen einsetzen.

Es ist unsere langfristige Vision, ein klimapositives Unternehmen zu werden. Als ersten Schritt wollen wir den CO_2-Fußabdruck unserer Produktion bis 2030 um 75 Prozent reduzieren und unsere Kunden und Verbraucher dabei unterstützen, 50 Millionen Tonnen CO_2 bis 2020 einzusparen.

Darüber hinaus beeinflussen die von uns eingekauften Rohstoffe maßgeblich unseren ökologischen Fußabdruck entlang der Wertschöpfungskette. Deshalb erwarten wir von unseren Lieferanten und Vertragspartnern vergleichbar ambitionierte Effizienzziele, wie wir sie uns selber setzen, um einen Beitrag zur Reduzierung von CO_2 entlang ihrer Lieferketten leisten. Hierfür arbeiten wir mit ihnen an einem gemeinsamen Plan.

Wir wollen aber auch die Potenziale unserer Marken und Technologien nutzen, um unseren Kunden und Verbrauchern dabei zu helfen, 50 Millionen Tonnen CO_2 bis zum Jahr 2020 einzusparen. Unsere Analyse zeigt, dass die Produktnutzungsphase den größten Einfluss auf unseren CO_2-Fußabdruck hat – und unsere Produkte kommen täglich millionenfach in Haushalten und Industrieprozessen zum Einsatz.

Zum einen stellen wir Produkte her, deren Anwendung direkt mit dem Einsatz von Energie verbunden ist, beispielsweise Waschmittel, Duschgele oder auch Schmelzklebstoffe. Hier wollen wir durch Innovationen, die den effizienten Einsatz von Energie ermöglichen, zur Verringerung des Energieverbrauchs und des damit verbundenen CO_2-Fußabdrucks beitragen.

Zum anderen streben wir an, durch gezielte Kommunikation Einfluss auf ein verantwortungsvolles Verhalten während der Produktanwendung zu nehmen. Unsere Unternehmensbereiche haben Initiativen wie „BeSmarter“ ins Leben gerufen, um das Bewusstsein der Verbraucher für den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen zu stärken. Dazu gehört auch die Einführung des → Kaltwasch-Logos auf unseren Waschmittelverpackungen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Wir helfen unseren Kunden und Verbrauchern bei der Einsparung von CO_2-Emissionen

Ceresit – Gebäudeisolierung
Unsere Wärmedämmverbundsysteme zur Isolierung von Fassaden helfen, den Energieverbrauch von Gebäuden zu senken. Im Jahr 2017 konnten wir beispielsweise dazu beitragen, in Polen, einem unserer wichtigsten Märkte, rund 107.500 Tonnen CO_2-Emissionen zu vermeiden.

Trockenshampoo
Trockenshampoos werden auf das trockene Haar gesprüht und dann ausgekämmt. Dabei entfällt der Energieaufwand für das Erwärmen des Wassers. Trockenshampoos der Marken Syoss, Schauma, Taft, Got2b, Gliss und Osis haben den Verbrauchern geholfen, 2017 rund 1.500 Tonnen CO_2-Emissionen zu vermeiden.

Somat-Maschinenreiniger
Geschirrspülmaschinen sollten regelmäßig gereinigt werden. Der Somat-Maschinenreiniger kann erstmals bei voll beladener Maschine angewendet werden und so dabei helfen, Zeit, Wasser und Energie zu sparen. 2017 konnten rund 7.000 Tonnen CO_2-Emissionen in unseren Märkten vermieden werden.

„Cool roof“
„Cool roof“-Dachbeschichtungen unter unserer Marke Fester sind weiß und reflektieren 87 Prozent mehr Sonnenlicht als herkömmliche rote Dachbeschichtungen. Dies verringert den Bedarf an Klimaanlagen und trug dazu bei, dass in Mexiko im Jahr 2017 rund 16.500 Tonnen CO_2-Emissionen eingespart wurden.

Leave-in-Conditioner
Die Leave-in-Conditioner von Schwarzkopf Syoss können nach der Haarwäsche aufgetragen werden und im Haar verbleiben. Durch die Vermeidung des Auswaschens und somit auch der Erhitzung von Wasser konnten 2017 rund 86.500 Tonnen CO_2-Emissionen eingespart werden.

Colour Catcher
Die innovative Anti-Transfer-Technologie in unseren Colour Catcher-Farbfangtüchern ermöglicht es, Textilien unterschiedlicher Färbungen, die sonst getrennt zu waschen sind, in einer Waschladung zu waschen. Die Tücher haben 2017 dazu beigetragen, rund 210.000 Tonnen CO_2-Emissionen vermeiden.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Gemeinsam Werte schaffen

Während die globale Mittelschicht wächst, sind weite Teile der Weltbevölkerung weiterhin mit Armut, schlechten Arbeitsbedingungen und mangelnden Entwicklungsperspektiven konfrontiert. Daher streben wir an, zum gesellschaftlichen und sozialen Fortschritt beizutragen und gemeinsam mit Partnern entlang der Wertschöpfungskette Werte zu schaffen.

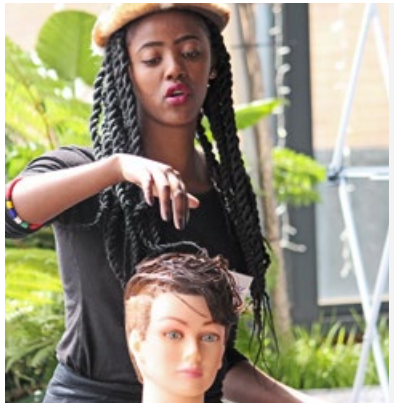
- Wir setzen uns dafür ein, die Einkommensmöglichkeiten von Menschen zu verbessern, die mit unseren Lieferketten und unserem Geschäft in Berührung kommen, zum Beispiel von Kleinbauern in der → Palmölproduktion oder von Handwerkern.

- Mädchen und Frauen wollen wir dabei unterstützen, sich eine positive Zukunft aufzubauen, zum Beispiel durch unsere Initiative → „Million Chances“.

- Wir arbeiten mit der → Plastic Bank zusammen, einem Sozialunternehmen, das sich zum Ziel gesetzt hat, die Problematik von Plastikmüll in den Ozeanen zu bekämpfen und gleichzeitig Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. In Sammelstationen, beispielsweise in Haiti, kann die lokale Bevölkerung dort gesammelten Plastikabfall abgeben und gegen Geld oder Sozialleistungen eintauschen.

Auch in weiteren Bereichen schaffen wir Werte. Neben Leistungen in Form von Gehältern und Steuern tragen unsere Geschäftstätigkeit und die damit verbundenen Wertschöpfungsaktivitäten zur regionalen Entwicklung bei. Mit Produktionsstandorten in 57 Ländern fördern wir als lokaler Arbeitgeber, Einkäufer und Investor den wirtschaftlichen

Wir wollen Fortschritte auf dem Weg zu nachhaltigem Palm- und Palmkernöl vorantreiben und einen positiven Beitrag für die Umwelt und die betroffenen Menschen leisten. Wir legen hier einen starken Fokus auf die Rechte von Menschen, die in der Palmölindustrie arbeiten oder von ihr unmittelbar beeinflusst werden.



Das Projekt „Shaping Futures“ ist Teil der Initiative „Million Chances“ unserer Marke Schwarzkopf. Seit 2010 bieten Schwarzkopf Professional und die SOS-Kinderdörfer Jugendlichen die Möglichkeit, eine Grundausbildung in den Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen.

Henkel ist das erste große globale Konsumgüterunternehmen, das eine Partnerschaft mit der Plastic Bank eingegangen ist. Führende Konsumentenmarken von Henkel spielen bei der Partnerschaft eine wichtige Rolle, um das Verbraucherbewusstsein für Plastikabfall weiter zu erhöhen und unser Engagement für die Umwelt und den gesellschaftlichen Fortschritt zu unterstreichen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

sowie sozialen und gesellschaftlichen Fortschritt. Durch den Transfer von Wissen und Technologien fördern wir das verantwortliche Wirtschaften unserer mehr als 53.000 Mitarbeiter sowie unserer Kunden. Gerade in den Wachstumsregionen rückt die Frage nach dem gesellschaftlichen Mehrwert von Produkten in den Vordergrund. Dabei haben Produkte, die sich an den Bedürfnissen der unteren Einkommensklassen orientieren, nicht nur wirtschaftliches Potenzial. Sie leisten gleichzeitig positive gesellschaftliche Beiträge, zum Beispiel zur Hygiene und Gesundheit im Haushalt.

Beiträge unserer Marken und Technologien stärken

Unsere Marken und Technologien sind aus zahlreichen Haushalten und Industrieprozessen nicht mehr wegzudenken. Wir haben daher den klaren Anspruch, dass unsere Produkte und Lösungen einen deutlichen Beitrag zu ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen leisten.

Im Austausch mit unseren Kunden und Verbrauchern ist es uns wichtig, zu zeigen, wie Ressourcen effizienter eingesetzt werden können. Wir entwickeln Lösungen, die unseren Industriekunden und Partnern helfen, die Energieeffizienz zu steigern, die Sicherheit am Arbeitsplatz zu verbessern sowie Abfallaufkommen und Emissionen zu verringern. In der Kommunikation mit Verbrauchern verdeutlichen wir, wie sie unsere Produkte verantwortungsbewusst und ressourcenschonend anwenden können.

Konkrete Beispiele zu den Beiträgen unserer Marken und Technologien finden Sie in den Kapiteln der drei Unternehmensbereiche:

→ Adhesive Technologies

→ Beauty Care

→ Laundry & Home Care

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Management

- → Organisation für nachhaltiges Wirtschaften
- → Codes und Standards
- → Managementsysteme
- → Compliance
- → Ergebnisse unserer Audits
- → Menschenrechte und Sozialstandards

Management

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Organisation für nachhaltiges Wirtschaften

Der Henkel-Vorstand trägt die Gesamtverantwortung für unsere Nachhaltigkeitsstrategie und für die Compliance-Organisation. Diese sorgt für die Einhaltung der Gesetze und der internen Richtlinien. Unter dem Vorsitz eines Vorstandsmitglieds steuert der unternehmensweit besetzte Sustainability Council als zentrales Entscheidungsgremium unsere globalen Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Unternehmensbereiche

Die Forschungs- und Entwicklungsabteilungen unserer drei Unternehmensbereiche arbeiten an Schlüsseltechnologien und liefern durch ihre Arbeit die Basis für nachhaltige Produkte von morgen. Im Verantwortungsbereich der Unternehmensbereiche liegen außerdem die operative Ausgestaltung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und die Bereitstellung der zur Umsetzung notwendigen Ressourcen. Sie richten ihre Marken und Technologien sowie die ihnen zugeordneten Standorte auf die für ihr Produktportfolio spezifischen Herausforderungen und Prioritäten für eine nachhaltige Entwicklung aus.

Organisation für nachhaltiges Wirtschaften

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Regionale und nationale Gesellschaften

Die Verantwortlichen der regionalen und nationalen Gesellschaften steuern in ihrer jeweiligen Region die Umsetzung der Konzernvorgaben sowie die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen. Unterstützt von den Corporate-Funktionen und den operativen Unternehmensbereichen entwickeln sie eine an die Standorte und die lokalen Verhältnisse angepasste Umsetzungsstrategie.

Corporate-Funktionen

Die Corporate-Funktionen bringen Erfahrungen und Anforderungen über ihre Vertreter in den Sustainability Council ein. Gleichzeitig unterstützen sie bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie in den jeweiligen Bereichen – beispielsweise bei der Entwicklung von Instrumenten für das Lieferantenmanagement oder Messen von Treibhausgasemissionen. Zentrale Nachhaltigkeitsfragen für Henkel koordiniert die Unternehmenskommunikation, die damit als unternehmensweite Schnittstelle für Nachhaltigkeit dient.

Corporate Governance
Führungsgesellschaft von Henkel ist die Henkel AG & Co. KGaA mit Sitz in Düsseldorf. Eine verantwortungsbewusste und auf langfristige Wertsteigerung ausgerichtete Unternehmensführung und -kontrolle sind seit jeher Teil unserer Identität. Unter Berücksichtigung der rechtsform- und satzungsspezifischen Besonderheiten entspricht die Henkel AG & Co. KGaA sämtlichen Empfehlungen (Soll-Vorschriften) des Deutschen Corporate Governance Kodex. Auch die Vergütung des Vorstands entspricht dessen Richtlinien. Den genauen Wortlaut der Entsprechenserklärung finden Sie auf unserer Webseite.

Im Vergütungsbericht des Henkel-Geschäftsberichts 2017 (Seiten 46 bis 57) sind die Grundzüge der Vergütungssysteme für Vorstand, Aufsichtsrat und Gesellschafterausschuss der Henkel AG & Co. KGaA erläutert und die individuellen Vergütungen ausgewiesen. Mehr zum Thema Corporate Governance finden Sie im Geschäftsbericht auf den Seiten 35 bis 46.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Codes und Standards

Die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf weltweit einheitlichen Codes und Standards, integrierten Managementsystemen und einer Organisationsstruktur mit klar definierten Verantwortlichkeiten. Entscheidend ist für uns das Zusammenspiel aus konzernweiten Steuerungsinstrumenten und regionalen Aktionsprogrammen, die auf die jeweiligen gesellschaftlichen Herausforderungen und Prioritäten einer Region oder eines Markts ausgerichtet sind. Wir sind überzeugt, dass nachhaltiges Wirtschaften zur langfristigen Wertsteigerung unseres Unternehmens und zur Umsetzung unserer strategischen Prioritäten beiträgt. Nachhaltigkeit wird immer mehr zum wichtigen Motor für wirtschaftliches Wachstum und ermöglicht Wettbewerbsvorteile im Markt.

Innerhalb von Henkel tragen effiziente Prozesse nicht nur zu Umweltschutz und Arbeitssicherheit bei, sondern senken auch Ressourcenverbrauch und Kosten. Indem wir unsere jahrzehntelange Erfahrung im nachhaltigen Wirtschaften teilen, positionieren wir uns als führender Nachhaltigkeitspartner für Handel, Verbraucher und Industrie. Verantwortliches Wirtschaften stärkt die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen und ihre Motivation – und schafft damit die Grundlage für ein starkes, globales Team.

Auch das konzernweite Risikomanagement leistet einen unverzichtbaren Beitrag zu unserer strategischen Ausrichtung auf Nachhaltigkeit und hilft uns, potenzielle Risiken und Chancen frühzeitig zu erkennen. Im Rahmen der nichtfinanziellen Berichterstattung wurde eine Risikoanalyse unter Berücksichtigung der in diesem Bericht beschriebenen Konzepte und Prozesse zur Risikominimierung durchgeführt. Dabei wurden – im Sinn von Paragrafen 289c Absätze 2 und 3, 315c Handelsgesetzbuch – weder bezüglich unserer eigenen Geschäftstätigkeit noch bezüglich unserer Geschäftsbeziehungen, unserer Produkte und Dienstleistungen „wesentliche Risiken“ identifiziert, die „sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen“ haben oder haben werden.

Weltweit einheitliche Standards

Aus unserem Unternehmenszweck, unserer Vision, Mission und den Unternehmenswerten haben wir verbindliche Verhaltensregeln abgeleitet und in einem System aus Codes und Corporate Standards zusammengefasst. Diese gelten für alle Mitarbeiter weltweit, in allen Geschäftsfeldern und Kulturkreisen, in denen wir tätig sind. Der Code of Conduct enthält die wichtigsten Unternehmens- und Handlungsgrundsätze. Er wird durch Leitlinien für den Umgang mit möglichen Interessenkonflikten konkretisiert. Diese Leitlinien sind ein wichtiges Element unserer präventiven Maßnahmen gegen Korruption. Die Codes und Corporate Standards adressieren insbesondere die Themen Einhaltung von Wettbewerbs- und Kartellrecht, Sicherheits-, Gesundheits-, Umwelt- und Sozialstandards, → Menschenrechte sowie Public Affairs. Sie bilden auch die Basis für die Umsetzung des Global Compact der Vereinten Nationen, dem Henkel bereits im Jahr 2003 beigetreten ist.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Folgende Codes und Standards finden Sie auf unserer Webseite:

- Unternehmenszweck, Vision, Mission, Werte,
- Code of Conduct,
- Code of Corporate Sustainability,
- Sustainable Sourcing Policy,
- Safety, Health, and Environmental Protection Standards (SHE),
- Social Standards,
- Public Affairs Standard.

Managementsysteme

Global einheitliche Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE) sowie integrierte Managementsysteme bilden die Grundlage für unsere weltweiten Optimierungsprogramme. Unsere SHE- wie auch unsere Sozialstandards gelten für alle Standorte. Unsere Managementsysteme stellen sicher, dass diese Standards in unserem weltweiten Produktionsnetz konsequent umgesetzt werden. Da das Verhalten unserer Mitarbeiter hierbei eine wichtige Rolle spielt, führen wir an allen Standorten regelmäßig Umwelt- und → Sicherheitstrainings durch, bei denen unsere Mitarbeiter zu verschiedenen Themen geschult werden.

Die Einhaltung unserer Codes und Standards prüfen wir durch → regelmäßige Audits an unseren Produktionsstandorten sowie zunehmend auch bei Lohnherstellern und in Logistikzentren. Alle Auditergebnisse, inklusive der Überprüfung unserer SHE- und Sozialstandards, werden im Rahmen des jährlichen Revisions-Reports direkt an den Vorstand von Henkel berichtet.

Unsere Managementsysteme lassen wir auf Standortebene extern zertifizieren, wo dies von unseren Partnern in den Märkten erwartet und anerkannt wird.

Ende 2017 kamen rund 82 Prozent unserer Produktionsmenge aus Werken, die nach der international anerkannten Norm für Umweltmanagementsysteme ISO 14001 zertifiziert sind. 84 Prozent unserer Produktionsmenge sind durch die ISO-Norm 9001 für Qualitätsmanagement und 47 Prozent durch die ISO-Norm 50001 für Energiemanagement abgedeckt. Darüber hinaus kamen rund 82 Prozent unserer Produktionsmenge aus Werken, die nach der Norm für Managementsysteme zum Arbeitsschutz OHSAS 18001 zertifiziert sind. Der durch Zertifizierungen abgedeckte Anteil der Produktionsmenge war 2017 aufgrund neu akquirierter, nicht zertifizierter Standorte geringer als im Vorjahr.

Compliance

Unsere Compliance-Organisation trägt global die Verantwortung für alle präventiven sowie reaktiven Maßnahmen. Hinter ihr stehen integrierte Managementsysteme und eine Organisationsstruktur mit klar definierten Verantwortlichkeiten. Der General Counsel & Chief Compliance Officer berichtet direkt an den Vorsitzenden des Vorstands. Er wird vom Corporate Compliance Office, von unserem interdisziplinär zusammengesetzten Compliance & Risk Committee sowie von weltweit 50 lokalen Compliance-Beauftragten unterstützt. Auch unser Konzerndatenschutzbeauftragter ist organisatorisch der Compliance-Funktion zugeordnet. Gemeinsam koordinieren sie den Informationsfluss und

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

unterstützen unsere Mitarbeiter bei der lokalen Umsetzung unserer Anforderungen, zum Beispiel durch speziell angepasste Trainings. Über Verstöße und daraufhin ergriffene Maßnahmen berichtet der General Counsel & Chief Compliance Officer regelmäßig dem Vorstand sowie dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats.

Für unsere Mitarbeiter besteht zusätzlich zu den internen Berichts- und Beschwerdewegen die Möglichkeit, Hinweise auf Verstöße gegen unseren Code of Conduct, interne Standards oder relevante Gesetze auch anonym über eine Compliance-Hotline mitzuteilen. Dieser Dienst wird von einem unabhängigen externen Anbieter betrieben und ist weltweit verfügbar, sodass sowohl eine offene als auch eine anonyme Berichterstattung möglich ist. Neben Mitarbeitern können auch Dritte die Hotline nutzen.

Fokus auf Kommunikation und Schulungen

Aufgrund unserer weltweiten Geschäftstätigkeit sind unsere Mitarbeiter in unterschiedlichen Rechts- und Wertesystemen tätig. Viele unserer Mitarbeiter arbeiten in Ländern, denen in Untersuchungen – beispielsweise von Transparency International – ein höheres Korruptionsrisiko zugeschrieben wird. Auch an diesen Standorten gilt für unsere Mitarbeiter ausnahmslos: Henkel lehnt jeden Verstoß gegen Gesetze und Standards sowie jegliche unlauteren Geschäftspraktiken ab. Um unseren Mitarbeitern klare Verhaltensregeln zu vermitteln und insbesondere Interessenkonflikte im Arbeitsalltag von vornherein zu vermeiden, setzen wir auf regelmäßige Schulungs- und Kommunikationsmaßnahmen.

Eine besondere Rolle beim Thema Compliance kommt unseren Führungskräften zu. Aufgrund ihrer Stellung sind sie besonders verpflichtet, Vorbild für ihre Mitarbeiter zu sein. Vor diesem Hintergrund sind alle unsere Management-Mitarbeiter weltweit zweimal im Jahr zur Teilnahme an unseren E-Learnings verpflichtet, die vielfältige Compliance-Themen adressieren. Der Schwerpunkt lag 2017 auf der Korruptionsbekämpfung und dem Kartellrecht.

Keine Toleranz bei regelwidrigem Verhalten

Regelwidriges Verhalten ist niemals im Interesse von Henkel. Diesem Grundsatz sind Vorstand und Führungskräfte bei Henkel ausnahmslos verpflichtet. Regelwidriges Verhalten untergräbt den fairen Wettbewerb und schadet unserer Vertrauenswürdigkeit und Reputation. Unsere Mitarbeiter legen großen Wert auf ein korrektes und ethisch einwandfreies Geschäftsumfeld. Auf Verstöße gegen Gesetze, Codes und Standards reagieren wir konsequent, auch durch arbeitsrechtliche Schritte. Im Jahr 2017 umfassten diese 14 Abmahnungen und 37 Trennungen von Mitarbeitern aufgrund von Compliance-relevanten Verstößen.

Compliance-Management-System extern überprüft

Die Compliance-Kultur von Henkel ist durch eine ständige Überprüfung und Verbesserung der Compliance-Prozesse geprägt. Vor diesem Hintergrund wurde unser weltweites Compliance-Management-System im Jahr 2017 durch externe Wirtschaftsprüfer nach dem Prüfungsstandard IDW PS 980 und unter Berücksichtigung von ISO 19600 erneut bestätigt – bezogen auf die Angemessenheit, Implementierung und Wirksamkeit der Compliance-Prozesse in den Bereichen Wettbewerbsrecht und Anti-Korruption.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Ergebnisse unserer Audits

Die Leitung Corporate Audit berichtet direkt an den Vorsitzenden des Vorstands. Durch regelmäßige Audits, die aus unserer risikobasierten Auditplanung hervorgehen, prüft der Bereich Corporate Audit die Einhaltung unserer Codes und Standards an unseren Produktions- und Verwaltungsstandorten sowie auch bei Lohnherstellern und in Logistikzentren. Die Audits sind ein wichtiges Instrument, um Risiken und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.

2017 hat Corporate Audit weltweit 77 Audits durchgeführt. Im Rahmen der Audits wurden insgesamt 1.414 Korrekturmaßnahmen vereinbart. Die Schwerpunkte lagen 2017 auf folgenden Bereichen: IT-Sicherheit (mit besonderem Fokus auf IT-Systemen, die von den Unternehmensbereichen und -funktionen betreut werden), Genehmigungsprozesse (allgemein und mit besonderem Fokus auf Vertriebsvereinbarungen), kürzlich getätigte Akquisitionen sowie Prozesse zu Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE). Die Einhaltung der SHE-Standards haben wir an 66 Standorten überprüft und daraufhin 440 Optimierungsmaßnahmen eingeleitet. Die Einhaltung unserer Sozialstandards haben wir in 17 Bewertungen untersucht.

Alle Auditergebnisse werden im Rahmen des jährlichen Revisionsberichts direkt dem Vorstand von Henkel sowie dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats mitgeteilt. Neben den regulären Audits hat Corporate Audit auch vier Bewertungen interner Kontrollsysteme durchgeführt, die von internen Auditoren weiterentwickelt wurden. Zudem hat Corporate Audit 2017 weltweit 928 Mitarbeiter in Seminaren sowie während unserer Audits zu den Themen Compliance, Risikomanagement und interne Kontrollen geschult.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Menschenrechte und Sozialstandards

Unsere Verpflichtung

Der Anspruch von Henkel, alle Geschäfte in ethisch und rechtlich einwandfreier Weise zu tätigen, ist untrennbar mit unserer Verpflichtung verbunden, international anerkannte Menschenrechte zu achten.

Bereits 1994 haben wir gesellschaftliche Wertvorstellungen der Länder, in denen wir tätig sind, in unserer Publikation „Leitbild und Grundsätze“ beschrieben und somit als Bestandteil in unserer Unternehmenspolitik verankert. Seitdem haben wir umfassende Codes, Standards und Prozesse entwickelt und eingeführt, um unseren Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten, Investoren und dem gesellschaftlichen Umfeld, in dem wir tätig sind, eine klare Vorstellung von den ethischen und sozialen Werten, für die wir uns einsetzen, zu vermitteln. Dazu gehören auch Erwartungen in Bezug auf die Menschenrechte.

Zu unseren wichtigsten Erklärungen in diesem Bereich zählen: Code of Conduct, Code of Corporate Sustainability, Social Standards, Safety, Health and Environmental Protection (SHE) Standards und Sustainable Sourcing Policy.

Verankerung in unserem Geschäft

Neben gesetzlichen Regelungen beschreiben unsere Codes und Standards für uns den Handlungsrahmen für Entscheidungen und Maßnahmen in unserem weltweiten Einflussbereich. Sie unterstreichen außerdem, dass wir die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit, den Global Compact der Vereinten Nationen – dem wir bereits 2003 beigetreten sind – sowie die Erwartungen der UNO-Grundprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte unterstützen. Innerhalb des Unternehmens fördern wir das Bewusstsein für unsere Verpflichtung zur Achtung der Menschenrechte mit entsprechenden → Trainings und E-Learnings.

Wir identifizieren und beurteilen die Auswirkungen auf Menschenrechte und Gesellschaft sorgfältig in fest verankerten Prüf- und Compliance-Prozessen und stellen sicher, dass – sofern notwendig – Abhilfemaßnahmen eingerichtet und zugänglich sind. Zu diesen Prozessen zählen unser → konzernweites Audit-Programm sowie → Auditierungen im Rahmen unserer Lieferkette. Verstöße gegen unsere Codes und Standards können den zuständigen Kontaktpersonen, die auf unserer Webseite zu finden sind, mitgeteilt oder über zwei anonyme Kanäle gemeldet werden: unser E-Mail-Kontaktformular und unsere → Compliance-Hotline. Diese Kommunikationswege können neben Mitarbeitern auch Dritte nutzen.

Neben dieser Identifizierung und Beurteilung unterscheiden wir zwischen Verstößen in Einzelfällen und den für unsere Geschäftstätigkeit maßgeblichen Risiken von Menschenrechtsverletzungen. Derzeit haben wir zwei relevante menschenrechtliche Risiken in unserer Lieferkette identifiziert: Rohstoffe aus Palmöl und Palmkernöl sowie Rohstoffe aus Regionen, in denen militärische Konflikte herrschen. Mehr Informationen zu der Art dieser Risiken und den Maßnahmen, die Henkel ergreift, um sie zu minimieren, finden Sie auf unserer Webseite, zusammen mit unserer Haltung zu Menschenrechten. Dort wird auch genauer ausgeführt, wie wir spezifische menschenrechtsbezogene Erwartungen in unsere Codes und Praktiken übernommen haben.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Einkauf und Lieferanten-management

→ Erwartungen an Vertragspartner
→ Auszeichnung unserer Lieferanten
→ Schulung von und Kooperation mit Partnern
→ Sustainable Sourcing Process
→ Gemeinsam für eine nachhaltige Lieferkette

Einkauf und Lieferantenmanagement

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Erwartungen an Vertragspartner

Unsere Lieferantenbasis, hinter der Millionen Arbeiter weltweit stehen, ist eine unserer wichtigsten Ressourcen und beeinflusst maßgeblich unseren ökologischen Fußabdruck. Um den globalisierten Wertschöpfungsketten und komplexeren Beschaffungsaktivitäten Rechnung zu tragen, brauchen wir ein ganzheitliches Lieferantenmanagement, das wir gemeinsam mit unseren Partnern vorantreiben. Neben wirtschaftlichen und operativen Kennzahlen rücken hier auch Umwelt- und Sozialaspekte immer weiter in den Fokus. Unser Ziel bis 2020 ist, gemeinsam mit unseren Partnern die Arbeitsbedingungen für eine Million Arbeiter in unseren Lieferketten zu verbessern.

Henkel hat derzeit Vertragspartner aus rund 110 Ländern. Über 75 Prozent unserer Einkäufe tätigen wir in Mitgliedstaaten der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD). Wir erschließen jedoch auch verstärkt Beschaffungsmärkte außerhalb der OECD-Mitgliedstaaten. Unsere hohen Anforderungen an Vertragspartner sind dabei weltweit einheitlich. Wir erwarten von ihnen, dass ihr Verhalten unseren Ansprüchen an nachhaltiges Handeln entspricht. Bei der Auswahl von Vertragspartnern sowie in der Zusammenarbeit berücksichtigen wir auch deren Leistung in Bezug auf Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, soziale Standards und faire Geschäftspraktiken. Grundlage hierfür sind unsere konzernweit gültigen und erstmals 1997 definierten Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt. Mit ihnen haben wir uns schon früh zu unserer Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette bekannt. Weiterhin gelten weltweit unsere Einkaufsstandards, die wir im Jahr 2015 um eine „Sustainable Sourcing Policy“ ergänzt haben. Unser Ziel ist, dass für 100 Prozent unserer Beschaffungsausgaben die Vorgaben unserer Sustainable Sourcing Policy eingehalten werden. Der Chief Procurement Officer (CPO) ist für alle Beschaffungsaktivitäten und für die Durchführung eines verantwortlichen Lieferkettenmanagements zuständig. Er berichtet direkt an den Finanzvorstand.

„Nachhaltiges Handeln entlang der gesamten Lieferkette ist für uns von großer Bedeutung. Wir arbeiten dabei eng mit unseren strategischen Partnern zusammen. Dazu gehört auch eine systematische und transparente Bewertung unserer Lieferanten.“

Carsten Knobel
Mitglied des Vorstands und zuständig für den Unternehmensbereich Finanzen / Einkauf / Integrated Business Solutions

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Verbindlicher Lieferanten-Kodex

Der industrieübergreifende Verhaltenskodex des deutschen Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) ist für alle Lieferanten von Henkel weltweit verbindlich. Henkel hat sich bereits 2009 dem BME angeschlossen, da dessen Kodex auf den zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen basiert und somit eine internationale Anwendung ermöglicht. Der BME-Kodex dient auch als Grundlage der vertraglichen Beziehungen mit unseren strategischen Lieferanten. Das heißt, diese haben entweder den branchenübergreifenden Kodex des BME – und damit die Prinzipien des Global Compact – anerkannt oder einen eigenen, vergleichbaren Verhaltenskodex vorgewiesen. Der BME-Kodex wurde bereits in zwölf Sprachen übersetzt.

Henkel ist einer der Unterzeichner des industrieübergreifenden Verhaltenskodex des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) in Deutschland.

Auszeichnung unserer Lieferanten

Im Rahmen unseres Lieferantenmanagements arbeiten wir gezielt mit unseren strategischen Lieferanten zusammen, um die Beschaffung nachhaltiger Rohstoffe zu gewährleisten. Wir wollen durch gemeinsame Projekte hinsichtlich Prozessoptimierung, Ressourceneffizienz, Umwelt- und Sozialstandards sowie Innovationen positive

Supplier Award in der Kategorie Nachhaltigkeit für BASF (von links): Jan-Dirk Auris, Vorstand Henkel Adhesive Technologies, Oliver Lotz, Global Key Account Manager BASF, Juergen Pfister, Vice President Dispersions for Adhesive & Fiber Bonding BASF, Heike Kohm, Global Key Account Manager BASF, Christoph Hansen, Senior Vice President Dispersions for Adhesives & Construction Europe BASF, und Bertrand Conquéret, Chief Procurement Officer und Corporate Senior Vice President Global Supply Chain Henkel.

Veränderungen entlang der Wertschöpfungskette anstoßen. Henkel zeichnet zudem seit fünf Jahren nachhaltige Innovationen seiner Lieferanten aus.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies vergab 2017 den Nachhaltigkeitspreis an BASF für die intensive Zusammenarbeit bei der Entwicklung von Klebstofftechnologien mit verbessertem Gesundheitsschutz und verbesserter Sicherheit. Das Unternehmen entwickelt und produziert Materialien, die es Henkel ermöglichen, das Geschäft mit Dichtstoffanwendungen ohne den Einsatz von Lösemitteln auszubauen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Der Unternehmensbereich Beauty Care zeichnete für das Jahr 2017 das Unternehmen Solvay aus. Solvay ist der weltweit größte Hersteller von Guar-Derivaten. Guar und Guar-Derivate sind wichtige pflanzenbasierte Rohstoffe, die in Kosmetikprodukten zum Einsatz kommen. Henkel unterstützt eine Initiative für nachhaltiges Guar, die von Solvay ins Leben gerufen wurde. Ziel des Programms ist, die Arbeitsbedingungen von Tausenden Guarbohnen-Kleinbauern in Indien zu verbessern.

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care prämierte für das Jahr 2017 erstmalig drei Unternehmen für ihre Beiträge zu mehr Nachhaltigkeit. DuPont wurde für ein effizientes Hochleistungsenzym ausgezeichnet, das beste Waschergebnisse bei einer vergleichsweise geringen Dosierung ermöglicht. Evonik hat einen Inhaltsstoff entwickelt, der das Bügeln nach dem Waschen erleichtert und somit hilft, den Stromverbrauch bei der Wäschepflege zu senken. Sasol hat mit einer neuen Rohstofflösung dazu beigetragen, die Effizienz beim Betrieb in unseren Produktionsanlagen zu verbessern.

Schulung von und Kooperation mit Partnern

Am Lieferanten-Tag in Düsseldorf im Juni 2017 ist Henkel gezielt mit seinen wichtigsten strategischen Partnern zum Thema nachhaltige Lieferketten in Dialog getreten. Im Mittelpunkt stand die Definition und Umsetzung eines gemeinsamen Plans zu den Nachhaltigkeitszielen bis 2020. Dabei geht es in erster Linie um die Schaffung von Transparenz in der Lieferkette. Ein wesentliches Ziel der gemeinsamen Anstrengungen ist die Analyse der vorgelagerten Lieferkette über die zweite Ebene hinaus. Darüber hinaus betrachten wir kritische „Tail-end-supplier“ (Lieferanten mit geringerem Einkaufsvolumen). Um das Henkel-Ziel → „Faktor 3“ zu unterstützen, erwarten wir außerdem von unseren Lieferanten, dass sie einen Beitrag zur Reduzierung von CO_2 entlang ihrer Lieferketten leisten.

Sustainable Sourcing Process

Ein zentrales Element unserer Lieferantenbewertung ist unser sechsstufiger „Sustainable Sourcing Process“. Im Fokus stehen bei diesem Prozess zwei wesentliche Herausforderungen: Zum einen sind unsere Nachhaltigkeitsstandards von allen Lieferanten einzuhalten. Zum anderen wollen wir durch gezielte Zusammenarbeit mit unseren strategischen Lieferanten einen Beitrag zur kontinuierlichen Verbesserung der Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette leisten – zum Beispiel durch Wissenstransfer und Fortbildung in Bezug auf Prozessoptimierung, Ressourceneffizienz sowie Umwelt- und Sozialstandards. Der Sustainable Sourcing Process ist ein integraler Bestandteil unserer Beschaffungsaktivitäten. Wir führen ihn sowohl zu Beginn einer Zusammenarbeit als auch als wiederkehrende Überprüfung unserer bestehenden Lieferanten durch. Mithilfe dieses Prozesses zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung decken wir mehr als 85 Prozent unseres Einkaufsvolumens unserer Lieferanten aus den Bereichen Verpackung, Rohstoffe und Lohnhersteller ab.

Schritt 1: Pre-Check und Risikobewertung

Henkel verfügt über ein Frühwarnsystem für Nachhaltigkeitsrisiken in seinen globalen Beschaffungsmärkten. Zunächst schätzen wir das Risikopotenzial eines Markts beziehungsweise einer Region ein. Hierbei legen wir den Schwerpunkt auf von internationalen Fachinstituten

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

festgelegte Risikoländer. Die Bewertung umfasst die Kriterien „Menschenrechte“, „Korruption“ und „gesetzliches Umfeld“. Hinzu kommt die Bewertung von Risiko-Wertschöpfungsketten. Dies sind für uns Industrien und Branchen, die potenziell ein Risiko für unser Unternehmen darstellen. So identifizieren wir Länder und Beschaffungsmärkte, die besondere Maßnahmen notwendig machen.

Schritt 2: Onboarding

Die Ergebnisse des Pre-Checks und der Risikobewertung fließen dann zusammen in unseren „Onboarding-Prozess“ für Lieferanten ein. Wir erwarten von unseren Lieferanten, dass sie unseren Lieferanten-Kodex (BME) anerkennen. Unser Onboarding-Prozess ist in einem weltweit einheitlichen Registrierungssystem verankert und fasst unsere Nachhaltigkeitsanforderungen in standardisierter Form zusammen.

Schritt 3: Initiales Assessment oder Re-Assessment

Wir nutzen die Selbstbewertung unserer Lieferanten auf Basis von Fragebögen und lassen diese als Assessments durch den unabhängigen Experten EcoVadis prüfen. Diese umfassen unsere Anforderungen in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, Qualität, Menschenrechte, Mitarbeiterstandards und Anti-Korruption. Ebenso führen wir regelmäßig erneute Selbstbewertungen durch, sogenannte Re-Assessments. Wir arbeiten daran, die hierdurch gewonnene Transparenz bezüglich der Nachhaltigkeitsleistung unserer Lieferanten mittels digitaler Tools in Echtzeit verfügbar zu machen. Im Jahr 2017 haben 70 Prozent unserer wiederholt bewerteten Lieferanten ihre Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit verbessert.

Schritt 4: Analyse

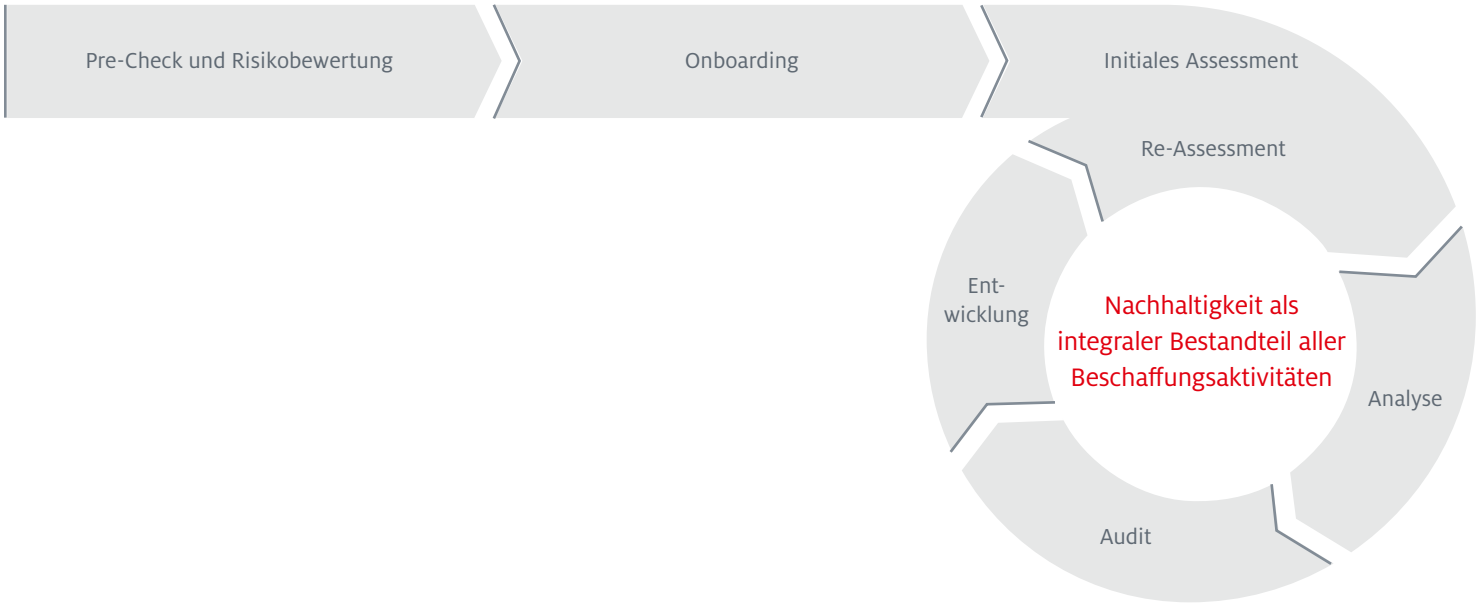
Auf Basis dieser Bewertungen stufen wir die Lieferanten nach dem Ampelsystem ein. Bei „Rot“ sind das Aufsetzen eines „Corrective Action Plans“ (CAP) und ein Re-Assessment beziehungsweise ein Audit innerhalb eines Jahres notwendig. Bei „Gelb“ wird ebenfalls ein „Corrective Action Plan“ erforderlich und kann durch ein Re-Assessment im Folgejahr ergänzt werden.

Schritt 5: Audit

Henkel arbeitet mit unabhängigen Prüfgesellschaften zusammen, um die Einhaltung der definierten Standards in Audits überprüfen zu lassen. Unsere Audits umfassen Vor-Ort-Prüfungen, zum Beispiel in Produktionsstätten, und Gespräche mit lokalen Mitarbeitern. Im Nachgang zum Audit stellen wir sicher, dass unsere Lieferanten die festgelegten Korrekturmaßnahmen umsetzen. Bei anhaltenden schwerwiegenden Verstößen wird das Lieferantenverhältnis beendet. Im Bereich der Auditierungen engagieren wir uns auch in branchenübergreifenden Initiativen, um die Transparenz und Effizienz von Lieferanten-Audits zu verbessern und unternehmensübergreifende Standards mitzugestalten. Im Jahr 2017 haben wir insgesamt rund 1.200 Assessments und Audits durchgeführt.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Sustainable Sourcing Process



Schritt 6: Entwicklung oder Beendigung des Lieferantenverhältnisses

Im Rahmen unseres Lieferantenmanagements arbeiten wir gezielt mit unseren Lieferanten an der Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung. Dabei versuchen wir, in der gesamten Wertschöpfungskette positive Veränderungen anzustoßen – beispielsweise durch Schulungen und gemeinsame Projekte. Insgesamt sind uns für das Jahr 2017 keine Verstöße seitens unserer bewerteten strategischen Vertragspartner bekannt geworden, die eine Beendigung des Lieferantenverhältnisses notwendig gemacht hätten.

Frühwarnsystem für Risikomärkte

Ein Beispiel für einen Risikomarkt sind die Rohstoffe für Lötpasten und andere Lötmaterialien für die Elektronikindustrie. Sie enthalten Metalle zur Erzeugung ihrer elektrischen Leitfähigkeit – hauptsächlich Silber, Kupfer und Zinn. In einigen Ländern wird der Abbau von Kassiterit, dem wesentlichen Ausgangsmineral für die Gewinnung von Zinn, mit militärischen Konflikten und Menschenrechtsverletzungen in Verbindung gebracht. In den letzten Jahren haben wir deswegen unsere direkten Lieferanten für Metalle immer wieder überprüft und aufgefordert, mit entsprechender Dokumentation nachzuweisen, dass sie keine Metalle aus kritischen Regionen beziehen oder verarbeiten.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Gemeinsam für eine nachhaltige Lieferkette

Im Jahr 2011 hat Henkel gemeinsam mit fünf weiteren Unternehmen der chemischen Industrie die Initiative „Together for Sustainability – The Chemical Initiative for Sustainable Supply Chains“ (TfS) ins Leben gerufen. Sie basiert auf den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen und der Responsible-Care-Initiative des Internationalen Chemieverbands (ICCA). Die Initiative der chemischen Industrie hat das Ziel, das immer komplexer werdende Lieferantenmanagement im Bereich Nachhaltigkeit zu harmonisieren und den Dialog mit weltweiten Vertragspartnern zu optimieren. Dabei sollen vor allem Synergien geschaffen werden, um Ressourcen effizienter zu nutzen und bürokratische Hürden zu verringern – sowohl bei den Mitgliedsunternehmen als auch bei den gemeinsamen Lieferanten. Seit der Gründung von TfS haben Lieferanten in mehr als 8.000 EcoVadis-Assessments im Rahmen der Initiative ihre Nachhaltigkeitsperformance bewerten lassen. Darüber hinaus wurden von den Mitgliedern mehr als 1.000 Audit-Berichte geteilt.

Kern der Initiative ist der Gedanke „Ein Audit für einen ist ein Audit für alle“: Lieferanten müssen nur ein Assessment beziehungsweise ein Audit absolvieren. Diese werden von unabhängigen Experten durchgeführt. Bewertet werden die Leistungen in den Bereichen Management, Umwelt, Gesundheit und Sicherheit, Arbeits- und Menschenrechte sowie Themen der ethischen Unternehmensführung. Die anschließend eingeleiteten Maßnahmen werden durch erneute Assessments oder Audits überprüft. Die Nachkontrolle und das weitere Lieferantenmanagement liegen dann wiederum bei den einzelnen Mitgliedsunternehmen. Über eine Plattform im Internet werden die Ergebnisse anschließend unter allen Mitgliedern der Initiative geteilt und von diesen anerkannt.

Seit 2014 ist TfS in einer neuen Gesellschaftsform organisiert. In Partnerschaft mit dem Wirtschaftsverband der europäischen chemischen Industrie mit Sitz in Brüssel, Conseil Européen de l’Industrie Chimique (CEFIC), hat sie den Status einer eigenständigen, gemeinnützigen Organisation. Mit diesem Zusammenschluss können Synergien in der chemischen Industrie noch besser erreicht werden.

Die China Petroleum and Chemical Industry Federation (CPCIF) ist ein wichtiger Partner der Initiative „Together for Sustainability“ (TfS). Das gemeinsame Ziel ist, Nachhaltigkeit von Lieferketten in China zu fördern und zu verbessern. Auch im Jahr 2017 fand ein Training in Shanghai, China, statt. Cheng Xu, Procurement & Logistics Director bei LANXESS, erklärt die Vorteile der Zusammenarbeit mit TfS.

Die TfS-Initiative ist auch im Jahr 2017 weiter gewachsen und hat ihre Mitgliederzahl von anfänglich sechs auf inzwischen 20 mehr als verdreifacht. Der globale Ausbau des Assessment- und Audit-Programms,

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

unter anderem durch Schulungen von Lieferanten, war auch 2017 ein wichtiger Schwerpunkt. Im September 2017 haben die CPCIF (China Petroleum and Chemical Industry Federation) und TfS erneut ein Lieferantentraining in Shanghai, China, durchgeführt. Dieses fokussierte sich auf zwei Kern-TfS-Prozesse: die Durchführung von TfS-Audits und die Bearbeitung des Online-Fragebogens für TfS-Assessments.

Gemeinsam mit EcoVadis fanden im Jahr 2017 verschiedene Lieferanten- und Kundenveranstaltungen statt, mit dem Ziel, Erfahrungen und Best-Practice-Beispiele auszutauschen. Dazu gehörten ein deutscher Lieferantentag in Düsseldorf im September 2017 und eine Veranstaltung in New York, USA, im Oktober 2017, bei der auch ein Training zur Durchführung von Assessments stattfand.

Verantwortungsvolle Beschaffung – „AIM-PROGRESS“

Henkel ist zudem Mitglied von „AIM-PROGRESS“, einem Forum von Unternehmen der Konsumgüterindustrie und Lieferanten. Auch hier ist das Ziel, Erfahrungen unter den Mitgliedsunternehmen auszutauschen und Synergien zu nutzen. Das Forum möchte außerdem allgemeine Bewertungsmethoden für die Ermittlung von CSR-Leistungen innerhalb der Wertschöpfungskette entwickeln und fördern.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Produktion

→ Anspruch und Ziele
→ Klimapositiv werden
→ Effizienz vorantreiben
→ Abschaffung von Deponieabfällen
→ Globale Projekte zur Einsparung von Wasser
→ Industrie 4.0
→ Lohnhersteller

Produktion

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Anspruch und Ziele

Henkel betreibt weltweit 188 Produktionsstandorte. An allen arbeiten wir kontinuierlich daran, bei gleichbleibend hoher Qualität und Sicherheit unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Wir haben konkrete Zielvorgaben für unsere Produktionsstandorte festgelegt, um unseren Einfluss zu maximieren und die Entwicklung in Richtung unseres langfristigen Ziels, bis 2030 dreimal effizienter zu werden („Faktor 3“), zu unterstützen. Wir haben unsere Zwischenziele für 2015 erreicht und konzentrieren unsere Bemühungen nun auf unsere neuen Zwischenziele. Bis 2020 wollen wir eine Steigerung des Umsatzes um 22 Prozent pro Tonne Produkt und eine Verbesserung unserer weltweiten Unfallrate um 40 Prozent pro eine Million Arbeitsstunden erzielen. Gleichzeitig wollen wir die direkten und indirekten CO_2-Emissionen unserer Produktionsstandorte, unseren Wasserverbrauch und unser Abfallaufkommen im Vergleich zum Basisjahr 2010 um jeweils 30 Prozent pro Tonne Produkt verringern.

Durch die im Jahr 2017 getätigten Akquisitionen und die Herausforderungen im Marktumfeld unseres Konsumentengeschäfts blieb unser Umsatzwachstum pro Tonne Produkt 2017 hinter unseren Erwartungen zurück. In diesem Zusammenhang wirkte sich der aufgrund der Zukäufe veränderte Portfolio-Mix auf das Gesamtergebnis aus. Die getätigten Akquisitionen hatten auch einen Einfluss auf unsere Ergebnisse im Bereich Arbeitssicherheit und beim ökologischen Fußabdruck. Wir werden 2018 verstärkt daran arbeiten, die Umwelt- und Sicherheitsstandards an unseren neuen Standorten zu verbessern, um die Effizienzsteigerung von 75 Prozent bis 2020 zu gewährleisten.

	Erreicht 2017[1]	Ziele 2020[1]
mehr Umsatz pro Tonne Produkt	+5 %	+22 %
sicherer pro eine Million Arbeitsstunden	+17 %[2]	+40 %
weniger CO_2-Emissionen pro Tonne Produkt	−24 %	−30 %
weniger Abfall pro Tonne Produkt	−32 %[3]	−30 %
weniger Wasser pro Tonne Produkt	−24 %	−30 %
Effizienz insgesamt	+43 %	+75 %

[1] Gegenüber dem Basisjahr 2010.
[2] Ohne die im Jahr 2017 akquirierten Unternehmen beträgt die Steigerung der Arbeitssicherheit +25 Prozent.
[3] Abfallmengen unserer Produktionsstandorte ohne Abfälle aus Bau- und Abbrucharbeiten.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Klimapositiv werden

Das Pariser Klimaschutzabkommen von 2015 und die Verpflichtung der Staatengemeinschaft, die globale Erderwärmung auf deutlich unter 2 Grad Celsius zu begrenzen, unterstreichen die Notwendigkeit, CO_2-Emissionen zu reduzieren. Vor diesem Hintergrund hat Henkel die langfristige Vision, ein klimapositives Unternehmen zu werden und einen aktiven und engagierten Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Wir fokussieren uns zunächst auf unsere eigene Produktion, die wir direkt beeinflussen können. Der CO_2-Fußabdruck unserer Produktion liegt bei rund 734.000 Tonnen CO_2 und verteilt sich zu etwa gleichen Teilen auf die von uns selbst genutzten Brennstoffe (Scope 1) sowie auf die fremdbezogene Energie (Scope 2), insbesondere Strom.

Um die Entwicklung in Richtung unseres langfristigen Ziels, bis 2030 dreimal effizienter zu werden („Faktor 3“), zu unterstützen, konzentrieren wir uns zunächst darauf, den CO_2-Fußabdruck unserer Produktion bis zum Jahr 2030 um 75 Prozent zu reduzieren. Das erreichen wir durch die kontinuierliche Verbesserung unserer Energieeffizienz und die Verringerung des Energieverbrauchs unserer Produktionsstandorte um jeweils 30 Prozent pro Tonne Produkt bis 2020, im Vergleich zum Basisjahr 2010. Bis zum Jahr 2030 streben wir eine Einsparung um 50 Prozent gegenüber dem Basisjahr an.

Erneuerbare Energien

Zusätzlich zu den Effizienzzielen streben wir an, bis zum Jahr 2030 100 Prozent des Stroms für unsere Produktion aus erneuerbaren Quellen zu beziehen. Auf dem Weg dorthin wollen wir bis zum Jahr 2020 eine Abdeckung von 50 Prozent erreicht haben. Die unterschiedliche Gesetzgebung und Infrastruktur, stark regulierte Märkte, abweichende Standortbedingungen und unterschiedliche klimatische Bedingungen in den einzelnen Ländern erfordern zur Umsetzung unseres Ziels länderspezifische Ansätze und ein Portfolio an Optionen sowie Flexibilität. Daher setzen wir bei der Umstellung auf erneuerbare Energien auf eine Kombination der folgenden drei Modelle:

1. Produktion an unserem Standort: Bei diesem Ansatz erzeugen wir „Grünstrom“ durch Windturbinen, Solarzellen oder andere Technologien an unseren Standorten, sofern es nach Prüfung ökologischer und ökonomischer Kriterien sinnvoll ist. Die benötigte Infrastruktur finanziert Henkel entweder selbst oder kooperiert mit externen Partnern im Rahmen eines langfristigen Stromabnahmevertrags (PPA = Power Purchase Agreement).

2. Direkter Bezug: Bei diesem Ansatz beziehen wir „Grünstrom“ entweder direkt aus dem Netz eines lokalen Energieversorgers oder im Rahmen eines langfristigen Stromabnahmevertrags (PPA).

3. Virtuelle Abdeckung: Sollten beide zuerst genannten Optionen an einem Standort nicht umsetzbar sein und können wir damit den Strom nicht direkt beziehen, decken wir den Bedarf an „Grünstrom“ virtuell ab. Dazu schließen wir langfristige Stromabnahmeverträge (PPA) ab, die „Grünstrom“ aus spezifischen Anlagen in gleicher Höhe unseres Verbrauchs in das Versorgungsnetz einspeisen. Oder wir kaufen, wenn nicht anders möglich, entsprechende Zertifikate über „Grünstrom“.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Szenario für 2030 und darüber hinaus

Ab 2030 wollen wir auch die verbleibenden Brennstoffe in unserer Produktion durch klimaneutrale Alternativen wie Biogas oder Gas aus der Umwandlung von CO_2 ersetzen. Außerdem wollen wir Dritte mit CO_2-neutraler Energie versorgen, die Henkel nicht für eigene Zwecke benötigt. Auf diese Weise vermeiden wir nicht nur eigene Emissionen, sondern ermöglichen Dritten, von sauberer Energie zu profitieren und so potenzielle Emissionen zu vermeiden.

Neue Multitechnologie-Produktionsstätte in Indien

Beim Bau neuer Werke für unser Produktionsnetzwerk zielen wir darauf ab, Effizienz und erneuerbare Energien bereits in der Planungsphase zu integrieren. Im Jahr 2017 begann Henkel mit dem Bau einer neuen Multitechnologie-Produktionsstätte im indischen Kurkumbh. Das Werk Ganesha wurde so konzipiert, dass es die Umwelt so wenig wie möglich belastet und gleichzeitig erneuerbare Energiequellen optimal genutzt werden. Energieeffizienzmaßnahmen wie LED-Beleuchtung werden mit intelligenten Bewegungssensoren und natürlicher Beleuchtung kombiniert. Darüber hinaus kommen neben hocheffizienten Produktionsanlagen intelligente Prozesswärme, Lüftungs- und Klimaanlagen zum Einsatz. Das Dach wird auf einer Fläche von 7.000 Quadratmetern mit Sonnenkollektoren ausgestattet, die jährlich mehr als 1.000.000 Kilowattstunden erneuerbare Energie erzeugen werden. Das ermöglicht die Einsparung von 800 Tonnen CO_2 jährlich. Als Teil der LEED-Gebäudezertifizierung („Leadership in Energy and Environmental Design“) des neuen Standorts wurden

Im Jahr 2017 begann Henkel mit dem Bau einer neuen Multitechnologie-Produktionsstätte im indischen Kurkumbh. Der Standort Ganesha wurde so konzipiert, dass er die Umwelt so wenig wie möglich belastet und so weit wie möglich erneuerbare Energiequellen genutzt werden.

Energie-, Abfall- und Wassereffizienz bereits in der Bauphase berücksichtigt. Zusätzlich zu den Energieeffizienzmaßnahmen wird der Standort in Kurkumbh insbesondere auch das Abfall- und Wassermanagement nach Best-Practice-Standards gestalten. Die Lagerung von Rohstoffen in maximaler Gebindegröße vermeidet beispielsweise Verpackungsabfälle. Gleichzeitig tragen führende Technologien bei Wasseraufbereitung, Recycling und Regenwassernutzung zu unseren ehrgeizigen Zielen bei, unseren ökologischen Fußabdruck in der Produktion bis 2020 um 30 Prozent zu verringern. Das Werk wird den Betrieb 2018 aufnehmen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Effizienz vorantreiben

Um unser gesamtes Produktionsnetzwerk kontinuierlich zu verbessern, haben wir 2015 begonnen, das „Henkel Production System“ (HPS) einzuführen. Mit diesem unternehmensweiten Optimierungsprogramm möchten wir jede Art von Ineffizienz entlang unserer Wertschöpfungskette wie Wartezeiten, Überproduktion oder Defekte systematisch identifizieren und eliminieren, um zu unserem Ziel beizutragen, bis 2020 um 75 Prozent effizienter zu werden. Dazu haben wir für alle drei Unternehmensbereiche Standards zur Harmonisierung von Produktionsabläufen festgelegt. HPS basiert auf „Lean“-Prinzipien (von englisch „lean“: schlank) sowie auf der Einbindung aller unserer Mitarbeiter, damit sie die neuen Standards effektiv umsetzen und dabei Ressourcen sparen.

In diesem Zusammenhang hat unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies das „Best Operative Practice“-Programm eingeführt. Im Rahmen von Nachhaltigkeitsworkshops an all den Standorten, die maßgeblich zu unserem ökologischen Fußabdruck beitragen, werden bewährte Verfahren zur Erreichung unserer Umwelt- und Sicherheitsziele identifiziert und über eine Wissensplattform mit anderen Standorten geteilt. Regelmäßige Aktualisierungen beziehen auch externes Branchenwissen mit ein. 2017 wurde die Lernplattform „Supply Chain and Operations Digital Learning“ ins Leben gerufen, um den Transfer von Informationen über Effizienzmaßnahmen zu gewährleisten und um die Qualität, Sicherheit und somit Nachhaltigkeit in unseren Betrieben zu verbessern. Die neue Lernplattform wurde speziell für die Informationsbedürfnisse von Mitarbeitern in den Werken entwickelt. Auf diese Weise möchte Henkel ihre funktionsspezifischen und beruflichen Fähigkeiten in den Bereichen Arbeitssicherheit, Gesundheits- und Umweltschutz fördern.

In einem Nachhaltigkeitsworkshop in den Vereinigten Arabischen Emiraten haben Henkel-Mitarbeiter sich über bewährte Verfahren zur Erreichung unserer Umwelt- und Sicherheitsziele ausgetauscht und zudem das Training zum Nachhaltigkeitsbotschafter absolviert.

Zur Steigerung der Effizienz unserer Laundry & Home Care-Standorte hat der Unternehmensbereich unser Standard-HPS-System für die Berichterstattung zu Fabrikeffizienzen mit seinen Nachhaltigkeits-Scorecards kombiniert. Alle Nachhaltigkeits- und Effizienz-Initiativen werden so in nur einem Reporting analysiert, um daraus weitere Verbesserungen abzuleiten. Alle Nachhaltigkeitsaktivitäten sind Gegenstand eines monatlichen Berichts hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf Energie, Wasser und Abfall.

Ein weiteres Beispiel für die Umsetzung von Effizienzmaßnahmen sind die Blasformmaschinen zur Herstellung von PET-Flaschen in unseren Laundry & Home Care-Werken in Düsseldorf und Wien.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Mit dem neuen Heizelement für die Blasformmaschinen zur Herstellung von PET-Flaschen in unseren Laundry & Home Care-Werken werden 30 Prozent weniger Energie beim Flaschenherstellungsprozess verbraucht.

Die Maschinen erwärmen die vorgeformten, kompakten Waschmittelflaschen und blasen sie dann auf. Dieses Verfahren ist sehr energieintensiv und wurde jetzt effizienter gestaltet: Die neuen Heizelemente der Maschinen verfügen über Reflektoren, die Wärme in den Prozess zurückführen, wodurch weniger Wärme in die Umwelt abgegeben wird, die zuvor als Abwärme entwichen ist. Damit kann der Energieverbrauch während des Flaschenherstellungsprozesses um 30 Prozent reduziert werden. Diese Technologie wird jetzt auch an anderen Produktionsstandorten zur PET-Flaschenherstellung eingeführt.

Auch bei der Herstellung unserer neuen Generation von Somat Geschirrspültabs konnten wir am Laundry & Home Care-Produktionsstandort in Düsseldorf deutliche Energieeinsparungen erzielen. Wir verzichten seit April 2016 auf Phosphate in allen europäischen Geschirrspülmitteln und sind damit der im Januar 2017 in Kraft getretenen Änderung der EU-Detergenzienverordnung zuvorgekommen. Die phosphatfreie Formulierung trägt zu einer geringeren Wasserbelastung und somit zu einer besseren Umweltverträglichkeit bei. So entfällt auch der Verarbeitungsschritt, um Phosphat in Granulat umzuwandeln. Dieses Verfahren erforderte viel Energie und Dampf. Die Energieeinsparung beträgt insgesamt 5.670 Megawattstunden pro Jahr. Das Projekt belegt, wie sich die Kombination aus neuen Produkten und veränderten Herstellungsprozessen positiv auf den ökologischen Fußabdruck unserer Geschäftstätigkeit auswirken kann.

Auch an unseren Beauty Care-Standorten in Tunesien und Deutschland bewirkten Energieeffizienzmaßnahmen wie LED-Beleuchtungssysteme in der Abfüllung, Mischung und in der Verwaltung jährliche Energieeinsparungen von insgesamt 30.000 Kilowattstunden in Sfax, Tunesien, und 76.000 Kilowattstunden in Wassertrüdingen, Deutschland.

Abschaffung von Deponieabfällen

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Verringerung von Deponieabfällen aus unserer Produktion. Wir wollen bis 2020 erreichen, dass alle Standorte für unsere Konsumentengeschäfte keine Deponieabfälle mehr produzieren. Wir weiten dieses Ziel bis 2030 auf alle Standorte, inklusive unseres Industriegeschäfts, aus. Ende 2017 hatten die Hälfte unserer Standorte dieses Ziel bereits erreicht.

Wir beschleunigen die Entwicklung in Richtung unseres Ziels, indem wir Abfallströme systematisch identifizieren und, wo dies möglich ist, geschlossene Kreislaufsysteme schaffen. Unser Fokus liegt auf zunehmendem Recycling innerhalb unserer Werke und der Zusammenarbeit mit unseren Verpackungslieferanten. Unsere Initiativen konzentrieren

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

sich auf vier Schlüsselbereiche: Verringerung des Materialverbrauchs und Abfallaufkommens, Wiederverwendung von Materialien, Recycling von Materialien und Energierückgewinnung.

Henkel in Argentinien wurde mit dem „Green Latin America Award 2017“ für das Kompostierungsverfahren von festen Bioabfällen am Produktionsstandort von Adhesive Technologies in Chivilcoy ausgezeichnet. Damit rangiert das Projekt unter den 500 besten Sozial- und Umweltprojekten in Lateinamerika.

Unsere Adhesive Technologies-Standorte in Chennai und Parwanoo, Indien, erreichten 2017 die vollständige Abschaffung von Deponieabfällen. Dies wurde durch die Weiterverwertung von Abfällen als Brennstoff für Zementöfen erreicht, die andernfalls verbrannt oder auf einer Mülldeponie entsorgt würden. Diese Standorte erreichten auch eine deutliche Verringerung des CO_2-Fußabdrucks und der Abfälle durch Initiativen zum Recycling von Altpapier.

Unser Unternehmensbereich Beauty Care hat die Partnerschaft mit UPM Raflatac und seine Unterstützung des „RafCycle“-Recyclingprogramms im Jahr 2017 ausgeweitet. So können Abfälle von selbstklebenden Etiketten, die sonst deponiert würden, recycelt werden. UPM sammelt die nach dem Etikettieren verbleibende Trägerfolie an inzwischen drei Henkel-Standorten ein und recycelt diese. Aus dem Material entsteht in der UPM-Papierfabrik in Deutschland beispielsweise Druckpapier für Bücher und Zeitschriften. Der Beauty Care-Standort in Maribor, Slowenien, schloss sich 2017 dem „RafCycle“-Recyclingprogramm an und kann dadurch nun 25 Tonnen Abfall pro Jahr einsparen. Maribor ist der dritte Henkel-Standort – nach Wassertrüdingen in Deutschland und Körösladány in Ungarn – die zusammen nahezu 500 Tonnen silikonisierten Etikettenträger-Abfall in das Recyclingprogramm einbringen.

Henkel hat den „RafCycle Award“ bei der Labelexpo Europe 2017 erhalten. Der Award zeichnet herausragende Leistungen in den Bereichen Recycling und Engagement für die Umwelt aus. Foto: Sami Helenius.

Der Beauty Care-Standort in Yamahatsu, Thailand, rief 2017 ein Recycling-Projekt ins Leben, das sich auf Holzpaletten in der Produktion konzentriert: Diese werden repariert anstatt entsorgt. Dadurch waren im Jahr 2017 Einsparungen von 6,7 Tonnen Abfall möglich und die Zahl der beschädigten Paletten wurde um 30 Prozent reduziert.

Unser Beauty Care-Standort in Bogotá, Kolumbien, hat sein Kreislaufsystem für Umverpackungen ausgebaut und konnte seine Deponieabfälle vollständig abschaffen. Durch Partnerschaften mit seinen Verpackungslieferanten konnte der Standort 2017 mehr als 170 Tonnen Wellpappkartons wiederverwenden. Dies entspricht einer Verminderung des Abfalls um 20 Prozent.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Globale Projekte zur Einsparung von Wasser

Um unser Ziel zu erreichen, 30 Prozent weniger Wasser pro Tonne Produkt bis 2020 zu verbrauchen, prüft jeder unserer Produktionsstandorte sorgfältig Möglichkeiten zur Senkung des Wasserverbrauchs und zur Vermeidung von Abwasser. Abwasser aus industriellen Anwendungen wird zur Entfernung von Schadstoffen mit modernster Technologie vorbehandelt und fachgerecht entsorgt. Die weltweite Verfügbarkeit von Wasser wird durch regionale und saisonbedingte Knappheiten beeinträchtigt. Darüber hinaus schwanken Verfügbarkeit und Leistung von Abwasserbehandlungsanlagen, und die spezifischen ökologischen Eigenschaften jedes aufnehmenden Gewässers sind anders. Wir haben weltweit Wasserknappheitsprüfungen und darüber hinaus detaillierte lokale Untersuchungen durchgeführt. Dabei haben wir keine wesentlichen Risiken identifiziert und dennoch unsere Ziele für 2020 dahingehend erweitert, dass in Regionen mit starker Wasserknappheit ein besonderer Fokus auf Projekten für mehr Wassereffizienz liegt.

An unserem Laundry & Home Care-Standort in Montornès, Spanien, haben unsere Teams dem konventionellen Umkehrosmose-Verfahren zur Abwasserfilterung einen weiteren Prozessschritt hinzugefügt. Dadurch konnte der Anteil des Abwasservolumens, das in der Produktion wiederverwendet werden kann, von 70 auf 85 Prozent gesteigert werden. Das entspricht jährlich rund 21.000 Kubikmetern Wasser. So wurde die Gesamteffizienz des Systems gesteigert und gleichzeitig der Wasserverbrauch am Standort deutlich gesenkt.

In Düsseldorf, Deutschland, wurde an allen Abfüllanlagen von flüssigen Wasch- und Reinigungsmitteln ein neues System zur Reinigung der Leitungen von Flüssigkeiten installiert. Der Ersatz eines konventionellen Reinigungsprozesses durch das sogenannte Molchen, das deutlich weniger Wasser verbraucht, trägt zu Einsparungen von über 2.000 Kubikmetern Wasser pro Jahr bei: Ein zylindrisches Reinigungselement wird durch die Leitungen gepresst. Dadurch ist der Reinigungsprozess zum einen schneller und zum anderen der Produktverlust nur minimal. Diese Technik kommt auch an einigen Beauty Care-Standorten zum Einsatz.

Standards und Managementsysteme
Global einheitliche Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE) sowie integrierte Managementsysteme bilden die Grundlage für unsere weltweiten Optimierungsprogramme. Unsere SHE- wie auch unsere Sozialstandards gelten für alle Standorte. Unsere → Managementsysteme stellen sicher, dass diese Standards in unserem weltweiten Produktionsnetz konsequent umgesetzt werden.

Externe Zertifizierung unserer Managementsysteme, Stand: 31.12.2017

Code	Standard für	Prozentsatz der abgedeckten Produktionsmenge
ISO 14001	Umweltmanagementsysteme	82 Prozent
ISO 9001	Qualitätsmanagementsysteme	84 Prozent
ISO 50001	Energiemanagementsysteme	47 Prozent
OHSAS 18001	Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagementsysteme	82 Prozent

Der durch Zertifizierungen abgedeckte Anteil der Produktionsmenge war 2017 aufgrund neu akquirierter, nicht zertifizierter Standorte geringer als im Vorjahr.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Industrie 4.0

Die Industrie 4.0 zeichnet sich durch Digitalisierung, eine zunehmende Automatisierung und einen verstärkten Datenaustausch aus. Für Henkel beinhaltet die Industrie 4.0 erhebliches Potenzial, um durch intelligente Produktionsprozesse den Fortschritt in Richtung Produktivität, Effizienz und Flexibilität voranzutreiben. Durch automatisierte Systeme und vernetzte Daten werden die Abläufe im Unternehmen schneller, stabiler und nachhaltiger.

Henkel nutzt die Industrie 4.0 zur besseren Planung, Beschaffung und Herstellung bis hin zur Lieferung von Produkten und Lösungen. Ein zentrales Element ist die „Smart Factory“, in der intelligente Maschinen Produktionsprozesse auf der Grundlage von Echtzeitinformationen und Funkverbindungen steuern und optimieren. Die Digitalisierung unserer integrierten globalen Lieferkette trägt bereits dazu bei, das Service-Level für unsere Kunden zu erhöhen, Produktionsstandorte effizienter zu verwalten, Produktions- und Logistikprozesse zu optimieren sowie unsere Nachhaltigkeitsleistung weiter zu verbessern.

Unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies beispielsweise führt derzeit an zehn Standorten der Region Asien / Pazifik ein Pilotprojekt mit einem neuen Produktionsleitsystem „Manufacturing Execution System“ (MES) durch. Durch das Projekt soll eine umfassende Technologieplattform zu mehr Transparenz und Interaktion beitragen und alle Prozesse einer Fabrik abbilden. MES hilft dabei, Produktionsengpässe zu identifizieren, kontinuierliche Verbesserungen vorzunehmen und somit effizienter zu werden. So hat zum Beispiel ein Team im Warenlager des größten Klebstoffwerks der Welt in Shanghai, China, die Zeit für die Abfertigung pro Lkw von über 100 Minuten auf 13 Minuten gesenkt und auf diese Weise die Produktionskapazität um 76 Prozent gesteigert.

Industrie-4.0-Maßnahmen ermöglichen es Henkel, die Ressourceneffizienz der Produktionsprozesse in Echtzeit genauer zu verfolgen und zu steuern. Täglich werden mehr als 500 Millionen Datenpunkte von Sensoren in der globalen Lieferkette von Henkel erfasst und verarbeitet.

Im Unternehmensbereich Laundry & Home Care sind die Produktionsstandorte und -prozesse weltweit verbunden. Alle Informationen werden in Echtzeit zentral gesammelt. Die digitale Plattform „Wonderware“ ist das sogenannte digitale Rückgrat der Industrie 4.0. Hier laufen die Daten des „Online Metering Systems“ aus allen Waschmittelstandorten zusammen und werden verarbeitet. Mit den Informationen von mehr als 3.000 Sensoren an jedem Standort erfasst es, wie viel Energie und Wasser jede Anlage verbraucht, und stellt die Daten auch visuell dar. In der Analyse erkennt das System

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Muster und identifiziert Optimierungspotenziale. Seit 2016 werden Effizienzdaten der Produktionslinien ins System übermittelt und ausgewertet. An jedem Standort können die Teammitglieder die Informationen einsehen, sie mit Best-Practice-Vorgaben vergleichen und gemeinsam notwendige Maßnahmen einleiten, um Produktionsabläufe zu verbessern. 2017 wurden neue Sensoren zur Messung von Wetterdaten installiert. Die Korrelation des Energieverbrauchs mit der Außentemperatur und der Luftfeuchtigkeit ermöglicht weitere Effizienzsteigerungen und die Senkung des Energieverbrauchs, indem beispielsweise Produktionschargen für Pulverwaschmittel an Tagen mit geringer Luftfeuchtigkeit eingeplant werden.

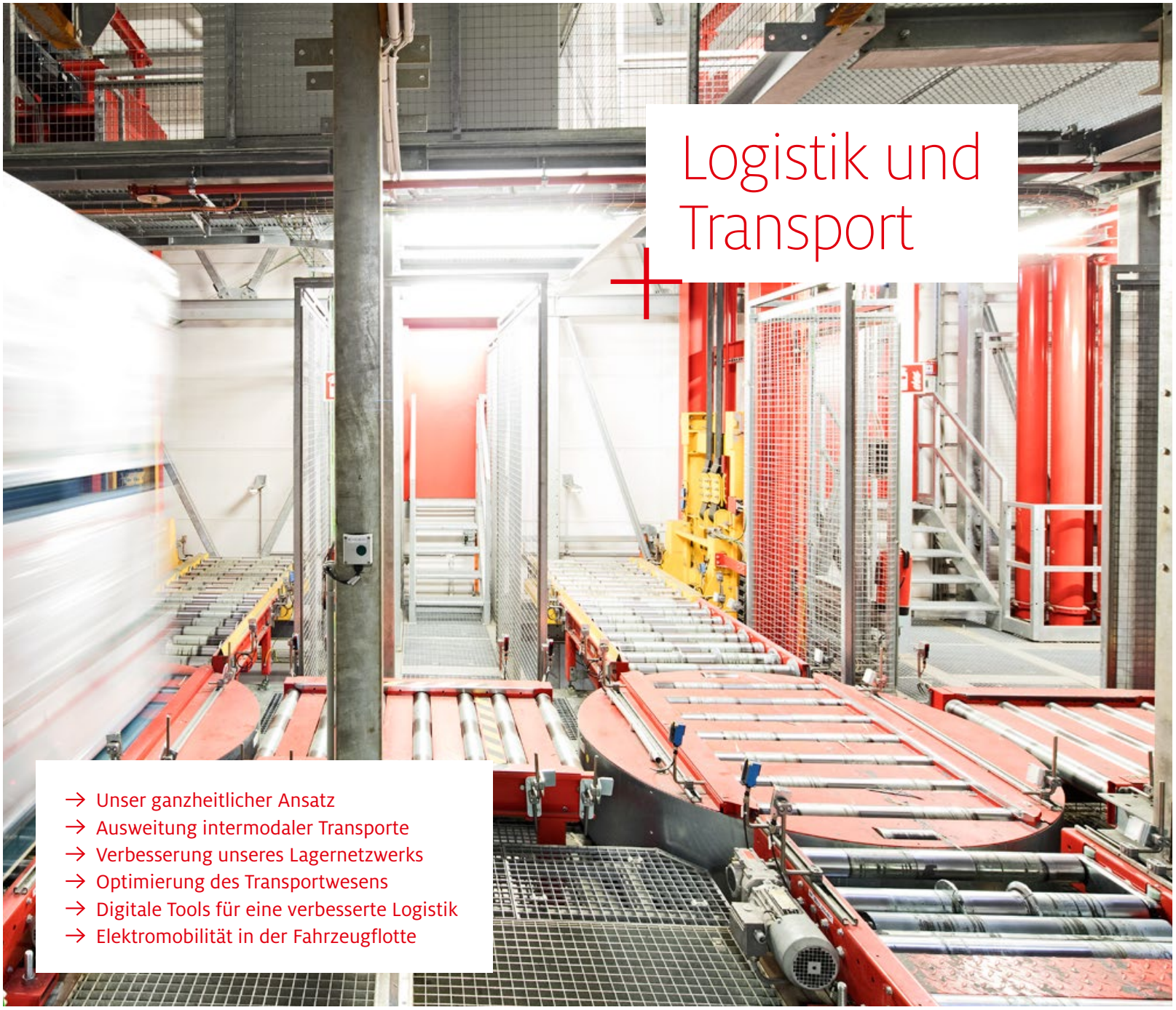
Seit Einführung der Energie-Monitoring-Software im Jahr 2011 konnte unser Unternehmensbereich Laundry & Home Care den Energieverbrauch um 24 Prozent senken. Dabei wurden Einsparungen durch Effizienzsteigerungen, die das System selbst ermöglicht, sowie durch Investitionen auf Grundlage der gesammelten Informationen erreicht. Eine ähnliche Mess- und Überwachungssoftware fördert auch an den Beauty Care-Standorten das Einsparen von Energie. In unserem Werk in Tunesien beispielsweise hat die Software Einsparungen von 22.000 Kilowattstunden Energie und 250 Tonnen Wasser pro Jahr ermöglicht.

Lohnhersteller

Die Lohnherstellung ist ein integraler Bestandteil unserer Produktionsstrategie. Zum Beispiel setzen wir auf die Unterstützung von Lohnherstellern, wenn wir neue Märkte erschließen oder neue Produkte und Technologien einführen und das entsprechende Produktionsvolumen häufig noch gering ist. Der Einsatz von Lohnherstellern hilft uns auch, unsere Produktions- und Logistikstrukturen zu optimieren und Ressourcen wirtschaftlicher zu nutzen. Derzeit beziehen wir jährlich rund 10 Prozent zusätzliche Produktionstonnage von Lohnfertigungsbetrieben.

Unsere Anforderungen an Qualitäts-, Umwelt-, Sicherheits- und Sozialstandards sind integraler Bestandteil von Verträgen und Auftragsvergaben. Diese prüfen wir durch eigene Audits sowie vermehrt auch durch spezialisierte externe Dienstleister.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen



Logistik und Transport

- → Unser ganzheitlicher Ansatz
- → Ausweitung intermodaler Transporte
- → Verbesserung unseres Lagernetzwerks
- → Optimierung des Transportwesens
- → Digitale Tools für eine verbesserte Logistik
- → Elektromobilität in der Fahrzeugflotte

Logistik und Transport

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Unser ganzheitlicher Ansatz

Unsere Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette umfasst die Optimierung unserer Transport- und Logistikprozesse hinsichtlich Umweltverträglichkeit und Ressourceneffizienz. Unser Ziel ist es, die Emissionen aus dem Transport unserer Produkte zwischen 2015 und 2020 insgesamt um rund 5 Prozent pro Tonne Produkt zu reduzieren.

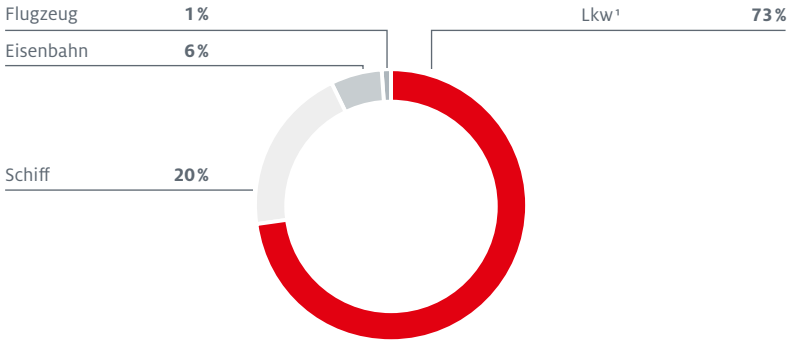
Die Reduzierung unseres Logistik-Fußabdrucks beginnt mit der Produktentwicklung. Wir arbeiten an Produkt- und Verpackungsoptimierungen hinsichtlich des Gewichts und Volumens, soweit dies ohne Einschränkung der Leistung, Handhabbarkeit und Stabilität möglich ist. Konzentriertere Produkte und leichtere Verpackungen sparen Transportgewicht und damit CO_2-Emissionen.

Neben der Optimierung von Produkten und Verpackungen hilft uns die Verbesserung unserer Logistikstrukturen bei der Verringerung von Transportemissionen. Dazu berücksichtigen wir auch die Lage unserer Produktionsstandorte: Bei eher großvolumigen Produkten verringern wir durch regionale Produktionsstandorte die Transportwege und die damit verbundenen Umweltbelastungen. Bei kompakten Produkten fällt der Transportaufwand geringer aus. Wir erhöhen die Effizienz in der Produktion, indem wir diese Produkte möglichst zentral produzieren. Für den Transport der fertigen Waren konzentrieren wir unsere Aktivitäten auf drei wesentliche Treiber:

- Ausweitung intermodaler Transporte,
- Verbesserung unseres Lagernetzwerks,
- Optimierung des Transportwesens.

Wir verstärken diese Treiber durch die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und Kunden, mit denen wir gemeinsam Logistikprojekte umsetzen. Insbesondere haben wir unser bestehendes → „Say yes! to the future“-Programm auf den Bereich Logistik ausgedehnt, um den Austausch von Best-Practice-Projekten zwischen unseren Unternehmensbereichen zu fördern und Logistikprojekte in enger → Zusammenarbeit mit unseren Kunden zu initiieren.

Produkttransporte nach Verkehrsträgern 2017



¹ Der Prozentsatz, der den Anteil von Lkw-Transporten betrifft, war 2017 durch die Korrektur von identifizierten Fehlern in den Stammdaten größer als im Vorjahr.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Bei der Auswahl unserer Transportpartner achten wir auf deren Leistungen im Bereich Effizienz ebenso wie bei Umweltschutz und Sicherheit. Entsprechende Kriterien sind Teil unserer Ausschreibungsverfahren beim Einkauf von Logistikdienstleistungen. Dazu gehören Energiesparziele sowie Maßnahmen zur Modernisierung der Fahrzeugflotte.

Ausweitung intermodaler Transporte

Der intermodale Verkehr kombiniert mindestens zwei Verkehrsträger. Bei Henkel bedeutet das die zunehmende Verlagerung von der Straße auf die Schiene: Ein Lkw bringt die zu transportierende Ware zum nächsten Bahnverladeterminal. Von dort wird die lange Strecke mit der Bahn zurückgelegt, bevor ein zweiter Lkw die Ware am Bestimmungsort abholt und an den Kunden ausliefert. Damit nutzen wir den geringeren CO_2-Fußabdruck der Bahn gegenüber dem eines Lkw, wobei bei gleichem Gewicht der Ware rund ein Drittel des CO_2-Ausstoßes eingespart wird. Daher stellt der intermodale Transport einen Schlüsselfaktor für die CO_2-Verringerung in der Logistik von Henkel dar.

Es ist unser Ziel, intermodale Lösungen im Jahr 2018 weiterzuentwickeln. Daher testen wir die Anwendungsmöglichkeiten des intermodalen Transports auf allen wichtigen Strecken im gesamten Unternehmen kontinuierlich.

Im Jahr 2017 konnten wir in Europa durch spezifische Intermodal-Ausschreibungen weitere Bahnverbindungen hinzufügen. Zum Jahresende haben wir unternehmensweit 20 intermodale Projekte umgesetzt und rund 100 Millionen Tonnenkilometer (der Transport von einer Tonne Ware über eine Entfernung von einem Kilometer) auf den intermodalen Transport verlagert. Dies reduziert die CO_2-Emissionen jährlich um rund 4.000 Tonnen. Diese Entwicklung wurde insbesondere von den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care vorangetrieben, die jeweils mehr als 40 Millionen Tonnenkilometer von der Straße auf die Schiene verlagert haben.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Verbesserung unseres Lagernetzwerks

Die Standorte von Warenlagern und Verteilzentren sollen die Routen zwischen Produktionsstandorten und Kunden optimieren. Dies ermöglicht räumliche, sogenannte „Wall-to-Wall"-Konzepte, bei denen sich das Lager direkt an die Produktionsanlage anschließt und der Transportweg somit minimiert wird. Wo dies nicht möglich ist, erzielen wir Synergien, indem wir Transporte zwischen einzelnen Werken und Lagern unternehmensweit zusammenlegen. Des Weiteren nutzen wir das „Mega Warehouse"-Konzept, bei dem wir in wenigen Hauptverteilzentren Produkte bis zur rechtzeitigen Lieferung der jeweils benötigten Menge an die Außenlager und an den Handel lagern.

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care erweiterte 2017 das vollautomatische Hochregallager am Unternehmenssitz in Düsseldorf mit einer Investition von insgesamt 36 Millionen Euro. Auf einer Fläche von 24.000 Quadratmetern können hier jetzt rund 53 Millionen Packungen Wasch- und Reinigungsmittel gelagert werden – das entspricht mehr als drei Fußballfeldern. Ein Großteil der Abläufe ist in dieser Anlage automatisiert. Die Paletten erreichen das Lager mittels Fördertechnik und werden durch einen elektronischen Scan identifiziert und eingelagert. Bestellungen der Kunden werden elektronisch an das Lager übermittelt und durch automatisierte Bediengeräte wieder ausgelagert und für den weiteren Transport bereitgestellt. Die Paletten können bis zur Lieferung an den Kunden lückenlos verfolgt werden. Das neue Lager zeichnet sich außerdem durch seine kompakte Bauweise und den Einsatz moderner Beleuchtung und Dämmungssysteme mit einer sehr hohen Energieeffizienz aus. Die nachhaltige Bauweise wird durch eine LEED-Zertifizierung („Leadership in Energy and Environmental Design") bestätigt.

2017 wurde das Hochregallager in der Firmenzentrale in Düsseldorf erweitert. Auf einer Grundfläche von 24.000 Quadratmetern ist nun Platz für rund 53 Millionen Pakete Wasch- und Reinigungsmittel. Entsprechend dem „Wall-to-Wall"-Konzept ist das Hochregallager direkt an die Produktionsanlage von Laundry & Home Care angebunden. Damit werden Transportwege eingespart.

Im Jahr 2017 hat unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies Lagerhäuser gebündelt, um den Ressourcenverbrauch und Transportbedarf zu minimieren. In Italien wurden auf Grundlage einer detaillierten Analyse von Kundenanforderungen, Netzwerkszenarien und geschäftlichen Vorgaben fünf kleinere Lager zu einem großen zusammengelegt. Dadurch sind Einsparungen von Energie, Wasser und Abfall möglich. Das neue Lager ist mit einer hochmodernen LED-Beleuchtung und Bewegungsmeldern ausgestattet. Dadurch können die Stromkosten für die Beleuchtung halbiert werden. Produkttransporte von unseren Werken und Lieferanten können nun in einem Lager gebündelt werden. Somit werden Kunden nur noch von einem Lager aus beliefert. Dies wirkt sich positiv auf die Transportemissionen aus. Das neue Lager fungiert auch als Zentrum für Co-Packing und spart dadurch weitere CO_2-Emissionen, da die Produkte nicht mehr an Verpackungsdienstleister an anderen Standorten transportiert

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

werden müssen. Insgesamt wurden die CO_2-Emissionen für Lkw-Transporte und Lagerung in Italien um mehr als 10 Prozent jährlich reduziert.

Optimierung des Transportwesens

Wir steigern die Auslastung unserer Frachtcontainer durch die Ausweitung unserer „Pooling"-Aktivitäten kontinuierlich. Dazu gehören das gezielte Zusammenlegen von Transport und Lagerung von ähnlichen Produktkategorien innerhalb von Henkel sowie gemeinsam mit anderen Herstellern, die denselben Logistikdienstleister nutzen. Darüber hinaus optimieren wir unsere Prozesse durch eine enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden. Die dadurch erreichten Synergien bei Lagerung, Versand und Transport stellen sicher, dass besser ausgelastete Lkw zu den Zentrallagern unserer Kunden fahren. Darüber hinaus mieten wir Paletten an, statt sie zu kaufen. So wird deren Einsammlung effizienter und die Handhabung beschädigter Paletten verbessert. Wo immer es möglich ist, nutzen wir auch wiederverwendbare Kartonpaletten anstelle von Holzpaletten. Diese sind aufgrund ihres niedrigeren Gewichts einfacher zu handhaben und tragen zu einem geringeren Treibstoffverbrauch bei.

Die Ergebnisse einer Partnerschaft zwischen Henkel Laundry & Home Care und der Metro Group wurden 2017 mit dem Efficient Consumer Response Award von GS1 Germany honoriert. Die Organisation zeichnet jeweils die besten Kooperationsprojekte in Bezug auf optimierte Wertschöpfungsketten aus.

Henkel Laundry & Home Care und Metro gingen 2014 eine Partnerschaft ein, um durch eine höhere Regalverfügbarkeit die Kundenzufriedenheit weiter zu steigern und gleichzeitig CO_2-Emissionen zu verringern. Ein neues, interaktives Lieferantenportal ermöglicht ein effektives Management aller Informationen, die für das Tagesgeschäft relevant sind. Gemeinsame Leistungskennzahlen, standardisierte Ursachenanalysen und intensivere Kommunikation führten zu Verbesserungen durch ein klares Verständnis von Lücken und Potenzialen auf beiden Seiten. Zu den unternehmensübergreifenden Verbesserungen gehören eine höhere Lkw-Auslastung durch eine bessere Stammdatenqualität sowie effizientere Transportabläufe. Dadurch konnten Lieferpünktlichkeit und Verkäufe erhöht und 10 Prozent der CO_2-Emissionen gegenüber 2014 eingespart werden.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Digitale Tools für eine verbesserte Logistik

Im Jahr 2015 führten wir das Transport-Management-System ein, eine unternehmensweite IT-Lösung, um unsere Transportplanung und -umsetzung über alle Unternehmensbereiche und Länder hinweg effizienter zu gestalten. Auf der Grundlage von Echtzeitdaten zum Transport ermöglicht dieses System eine höhere Lkw-Auslastung sowie optimierte Routen, was Transportkilometer reduziert, den Treibstoffverbrauch verringert und somit CO_2 einspart. Die IT-Lösung wurde bereits in Europa und in China implementiert. Die Einführung in Nordamerika ist für das Jahr 2018 geplant.

Zur Darstellung unserer Fortschritte ist die systematische Erfassung der CO_2-Emissionen unserer Logistik sehr wichtig. Im Jahr 2016 haben wir daher das Instrument „EcoTransIT World“ eingeführt. Auf Basis der Norm DIN EN 16258 ermittelt es die Umweltauswirkungen von Transporten aller Verkehrsträger. Zu den Vorteilen von „EcoTransIT World“ gehören die Verwendung von tatsächlichen Entfernungen auf der Basis von GPS-Daten und länderspezifischer Emissionsfaktoren als Input sowie die Möglichkeit der Nutzung von Daten der jeweiligen Verkehrsträger. Dieser Schritt ermöglicht es uns, Transparenz und Vergleichbarkeit von Daten in der gesamten Branche zu fördern und unseren Fortschritt bei der Erreichung unseres Emissionsziels besser nachzuverfolgen.

Für unser Engagement und die gezielten Bemühungen, die Logistikemissionen von Henkel systematisch zu erfassen und zu reduzieren, wurden wir mit dem Oracle Sustainability Innovation Award 2017 ausgezeichnet. Die Kriterien für diese Auszeichnung sind insbesondere Ökoeffizienz, Innovation und Transparenz.

Elektromobilität in der Fahrzeugflotte

Als Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit fördern wir den Einsatz von emissionsarmen Mobilitätslösungen an unseren Standorten, indem wir zum Beispiel vor jeder neuen Anschaffung die Einsatzfähigkeit von Elektrofahrzeugen prüfen. Hierbei berücksichtigen wir regionale Aspekte und Fahrprofile. An unserem Unternehmenssitz in Düsseldorf haben wir seit 2012 mehr als 25 Elektroautos in den internen Fuhrpark aufgenommen und konventionelle Verbrennerfahrzeuge ersetzt. Eine entsprechende Infrastruktur mit über 30 Ladeplätzen haben wir in und um den Industriepark Düsseldorf-Holthausen errichtet, einige davon in Kooperation mit den Stadtwerken Düsseldorf.

Durch die Kraft-Wärme-Kopplung des Düsseldorfer Henkel-Kraftwerks beträgt der CO_2-Ausstoß, der aus der Energieerzeugung zum Aufladen der Fahrzeug-Batterien resultiert, 40 Gramm pro Kilometer. Im Vergleich dazu beträgt der CO_2-Ausstoß 80 Gramm pro Kilometer bei Strom aus dem öffentlichen Netz und 120 bis 180 Gramm pro

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Bereits seit den 1950er Jahren werden bei Henkel systematisch Elektrostapler eingesetzt. Weitere Projekte zur Förderung von Elektromobilität beinhalten den Einsatz von Lastenfahrrädern auf dem Werkgelände sowie die Verabschiedung einer „Car Policy“, die es unseren dienstwagenberechtigten Führungskräften in Deutschland ermöglicht, Firmenwagen mit Elektroantrieb zu bestellen.

Kilometer bei einem konventionellen Benzinmotor. Zusätzlich wurde in einer Fassade eines Werksrestaurants neue Solartechnik verbaut, die CO_2-neutralen Strom erzeugt. Mit der in einem Jahr generierten Menge können umgerechnet über 700 Elektroautos CO_2-neutral geladen werden, was einer Fahrleistung von rund 100.000 Kilometern und einer CO_2-Reduktion von rund 14 Tonnen entspricht.

Elektrofahrzeuge bedeuten für das Werk Düsseldorf weniger Lärm und durch die Versorgung mit unserem Energiemix eine CO_2-sparende Alternative zu Firmenwagen mit konventionellen Antrieben. Sie überzeugen mit geringen Wartungskosten, guten Kaltlaufeigenschaften für Kurzstrecken und hoher Akzeptanz bei den Fahrern. Vor diesem Hintergrund arbeiten wir am weiteren Ausbau von Elektromobilität und schaffen eine Struktur für ganzheitliche und neue Mobilitätslösungen.

Die zunehmende Elektrifizierung der Unternehmensflotte und der Ausbau der Ladeinfrastruktur am Standort Düsseldorf sind wichtige Schritte zur Förderung von umweltverträglicher Mobilität.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Produktver-antwortung

→ Unsere Forschung und Entwicklung
→ Nachhaltiger Konsum
→ Nachhaltigkeit messen
→ Produktsicherheit
→ Mikroplastik
→ Rohstoffwirtschaft
→ Verpackung und Entsorgung
→ Wachstumsmärkte

Produktverantwortung

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere Forschung und Entwicklung

Wenn wir die Steigerung der Lebensqualität und den Ressourcenverbrauch voneinander entkoppeln wollen, spielen Produktinnovationen eine wesentliche Rolle. Unsere Produkte sind daher ein wichtiger Ansatzpunkt und Hebel zur Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Sie sollen Kunden und Verbrauchern mehr Wert und bessere Leistungen bieten – bei einem geringeren ökologischen Fußabdruck.

Um das zu erreichen, ist eine hohe Innovationskraft sehr wichtig. 2017 beschäftigte Henkel im Jahresdurchschnitt rund 2.700 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung und investierte darin 476 Millionen Euro. Um die Produktentwicklung von Beginn an im Sinn unserer Nachhaltigkeitsstrategie zu steuern, sind Kriterien zur Nachhaltigkeitsbewertung seit 2008 im Henkel-Innovationsprozess systematisch verankert. Im Fokus stehen dabei Innovationen, die unseren Kunden und Verbrauchern helfen, ihren Energieverbrauch und damit auch ihren CO_2-Fußabdruck zu verringern.

Henkel setzt sich dafür ein, dass seine Produkte für Mensch und Umwelt sicher sind. Eine umfangreiche Prüfung und Bewertung aller Rohstoffe und Fertigprodukte vor der Markteinführung nach anerkannten wissenschaftlichen Methoden bietet ein hohes Maß an Sicherheit bei Herstellung, Anwendung und Entsorgung.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Nachhaltiger Konsum

Ein wichtiges Ziel unserer Strategie ist die Förderung von nachhaltigem und ressourcenschonendem Konsum. Hier sind unsere Produkte ein wichtiger Schlüssel: Sie kommen täglich millionenfach in Haushalten und Industrieprozessen zum Einsatz. Daher konzentrieren wir uns auf die Entwicklung von Produkten, die den effizienten Einsatz von Ressourcen wie Energie und Wasser im täglichen Leben ermöglichen. Unser Ziel ist, durch unsere Produkte und mithilfe unserer Expertise unseren Kunden und Verbrauchern zu helfen, 50 Millionen Tonnen CO_2-Emissionen bis zum Jahr 2020 einzusparen.

Gleichzeitig streben wir an, durch gezielte Kommunikation Einfluss auf ein verantwortungsvolles Verhalten während der Produktanwendung zu nehmen. Dies ist besonders wichtig, da der ökologische Fußabdruck vieler unserer Produkte zum großen Teil in der Anwendungsphase bestimmt wird.

Neben entsprechenden Produkten spielt die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern eine entscheidende Rolle. Sie sind für Henkel wichtige Partner auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Konsum und bieten uns ausgezeichnete Plattformen, um Verbraucher über nachhaltigere Produkte und umweltbewusstes Verhalten bei deren Anwendung zu informieren.

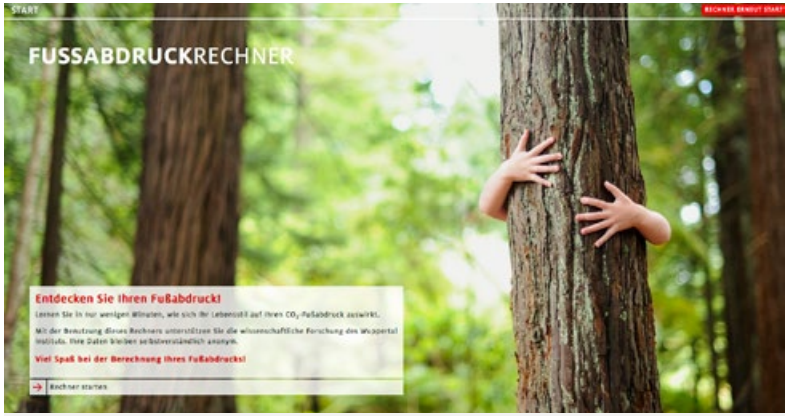
Partnerschaften mit dem Handel

Unter dem Motto „Raus aus der Nische. Die Zukunft des nachhaltigen Konsums“ diskutierten Vertreter von Industrie, Wissenschaft und Nichtregierungsorganisationen beim REWE-Dialogforum in Berlin, Deutschland, Themen wie Fairness im Handel, nachhaltige Ernährung und „Circular Economy“ (Kreislaufwirtschaft). Henkel nahm zum achten Mal als Partner an den Nachhaltigkeitswochen der REWE Group und der damit verbundenen Dialog-Veranstaltung teil.

In einer Kooperation mit unserem Handelspartner Rossmann im Jahr 2017 zeigte Henkel Verbrauchern, wie sie Ressourcen schonen und ihren persönlichen CO_2-Fußabdruck verkleinern können – und zwar ohne große Einschränkungen im eigenen Lebensstil. Im Mittelpunkt stand der Henkel-Fußabdruckrechner, der mithilfe einfacher Fragen kalkuliert, wie viel CO_2 in den Bereichen Wohnen, Ernährung, Mobilität oder Urlaub und Freizeit entsteht. Unter dem Motto „Ressourcen schonen, gewinnen und Gutes tun“ konnten Verbraucher an einer Kampagne teilnehmen. Dabei lernten sie nicht nur etwas über ihren

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

individuellen CO_2-Fußabdruck, sondern konnten gleichzeitig eine Energiesparinitiative an Schulen unterstützen und eine Solarzelle mit Powerbank oder ein Henkel-Produktpaket gewinnen, unter anderem Produkte von Got2b und Schauma.



Henkel-Fußabdruckrechner
Nicht nur Unternehmen, auch jeder Einzelne kann mit seinem Verhalten einen Beitrag zu mehr Umweltverträglichkeit leisten. Der Henkel-Fußabdruckrechner fasst das auf anschauliche Art und Weise zusammen: Durch die Beantwortung einfacher Fragen können Verbraucher schnell abschätzen, wie viel CO_2 durch den eigenen Lebensstil in den Bereichen Wohnen, Ernährung, Mobilität oder Urlaub und Freizeit entsteht. Am Ende sehen sie, wo sie mit ihrem Ergebnis im Vergleich zum deutschen Durchschnitt liegen.

Die Bildungspartnerschaft „Verstehen durch Erleben“ von Henkel und dem Handelsunternehmen dm-drogerie markt ging im November 2017 in die dritte Runde: Dabei beschäftigen sich 17 Henkel-Auszubildende und 17 dm-Lehrlinge über mehrere Monate intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit und entwickeln in gemischten Teams eigenständige Projekte. Die Bildungspartnerschaft ermöglicht den Auszubildenden, einen Blick über den Tellerrand zu werfen. Junge Menschen mit unterschiedlichem beruflichem Hintergrund können sich in gemeinsamen Projekten austauschen und so ein eigenes Bewusstsein für die vielfältigen Facetten von Nachhaltigkeit entwickeln. Im Mai 2018 werden die Auszubildenden und Lehrlinge ihre Projekte im Rahmen einer Ausstellung präsentieren.

Die Bildungspartnerschaft „Verstehen durch Erleben“ ging 2017 in die dritte Runde: Auszubildende von Henkel und Lehrlinge von dm-drogerie markt setzen sich intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander. Im Mai 2018 präsentieren sie ihre Projekte im Rahmen einer Ausstellung.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Nachhaltigkeit messen

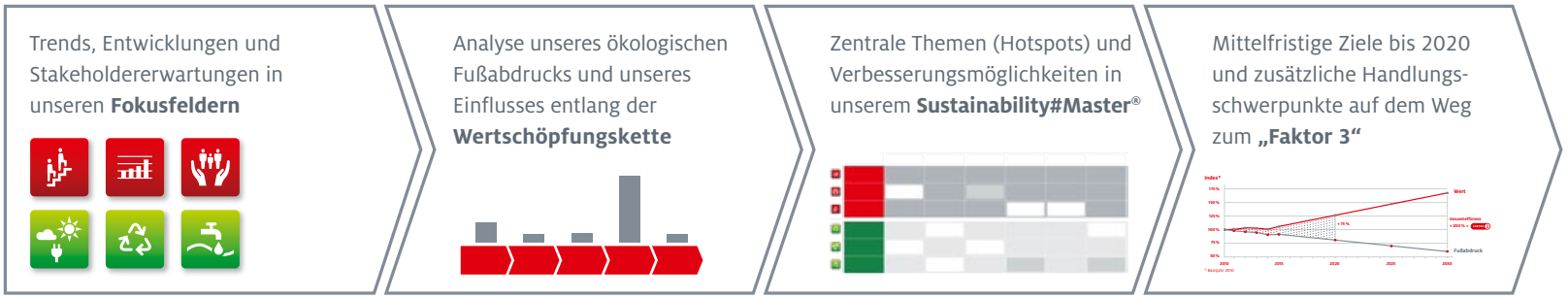
1992 veröffentlichte Henkel erstmals einen Umweltbericht über die Leistungen und Fortschritte im Bereich des Umweltschutzes bei unseren Produkten und an unseren Produktionsstandorten. Daraus entwickelte Henkel eine jährliche Berichterstattung über die wesentlichen Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens. So haben wir für das Jahr 2017 Daten von 188 Standorten erfasst; dies entspricht rund 100 Prozent unserer weltweiten Produktionsmenge.

Unseren Fußabdruck über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg bewerten wir mithilfe repräsentativer Lebenszyklusbetrachtungen in allen Produktkategorien, sowie von Daten zu den von uns eingesetzten Rohstoffen, Verpackungsmaterialien und den beauftragten Transporten. Wir haben mehr als 90 Prozent durch Lebenszyklusbetrachtungen abgedeckt: Rund 70 Prozent unseres Umsatzes durch Lebenszyklusanalysen und mehr als 25 Prozent durch vereinfachte Lebenszyklusbetrachtungen. Auf Grundlage dieser Erfahrungen entwickeln wir derzeit unsere Bewertungs- und Messsysteme weiter, um unsere Fortschritte hin zum 20-Jahres-Ziel für 2030 integriert über das gesamte Unternehmen und unsere Wertschöpfungskette hinweg bewerten zu können.

Wir gewährleisten ein validiertes Greenhouse Gas Reporting (GHG) entlang der Wertschöpfungskette. Des Weiteren haben wir unser Softwaretool EasyLCA für die schnelle Berechnung des Kohlenstoff-Fußabdrucks für Produktformulierungen weiterentwickelt. Mit EasyLCA wird der Fußabdruck von Formulierungen schon während des Produktentwicklungsprozesses ohne großen Zeitaufwand transparent für Entscheidungsprozesse verfügbar gemacht.

Entwicklung unserer Ziele bis 2020

Unter der Leitung unseres Sustainability Council haben wir in Arbeitsgruppen Trends, Entwicklungen sowie die Erwartungen unserer Stakeholder bewertet und unseren ökologischen Fußabdruck entlang der Wertschöpfungskette analysiert. Im nächsten Schritt haben wir die zentralen Themen identifiziert, durch die wir mehr Wert für unsere Kunden und Verbraucher, unser gesellschaftliches Umfeld und unser Unternehmen bei einem reduzierten Fußabdruck schaffen können. Auf dieser Grundlage haben wir definiert, wie wir bis 2020 zu unserem langfristigen Ziel „Faktor 3“ beitragen.



Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Zentrale Themen und Verbesserungsmöglichkeiten entlang der Wertschöpfungskette im Überblick

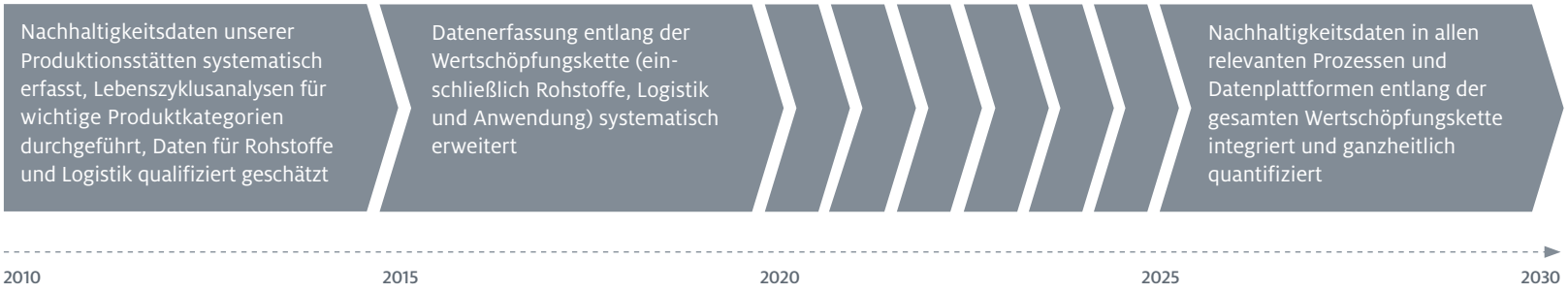
Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel / industrielle Verarbeitung	Anwendung	Entsorgung
Leistung	Voraussetzung					
Gesundheit und Sicherheit	Arbeitssicherheit	Gesundheit (einschließlich Arbeitssicherheit)	Sicherheitsstandards	Sichere Anwendung und Transparenz über die eingesetzten Stoffe und deren Sicherheit		
Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt	Sozialstandards; Unterstützung von Kleinbauern	Vielfalt und Einbeziehung; Entwicklung der Mitarbeiter	Sozialstandards	Schulung und Qualifizierung	Gesellschaftliches Engagement: soziale Initiativen und Bildung	
Materialien und Abfall	Menge und Auswahl unserer Rohstoffe (z. B. „konfliktfrei“)	Abfallmengen und Entsorgung; „keine Deponierung“		Verpackungsabfall und Recycling		
Energie und Klima	CO_2-Fußabdruck der eingesetzten Rohstoffe	Energieverbrauch und CO_2-Fußabdruck	CO_2-Fußabdruck	CO_2-Fußabdruck unserer Kunden und Verbraucher		
Wasser und Abwasser	Einfluss und Potenzial noch nicht hinreichend geklärt	Wasserverbrauch* und Abwasserfrachten		Wasserverbrauch* und Abwasserfrachten	Einfluss und Potenzial noch nicht hinreichend geklärt	Biologische Abbaubarkeit von Inhaltsstoffen

Fußabdruck — nur für einzelne Produktgruppen, Märkte oder Regionen relevant

* Warmwasser über CO_2-Fußabdruck abgedeckt.

Analyse unseres Einflusses entlang der Wertschöpfungskette:

von der Messung der eigenen Produktion bis zur ganzheitlichen Quantifizierung



Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Nachhaltigkeitsbewertung im Henkel-Innovationsprozess

Die Henkel-Fokusfelder sind seit 2008 systematisch in unserem Innovationsprozess verankert. Das heißt, unsere Forscher müssen an einem bestimmten Punkt aufzeigen, welche konkreten Vorteile ihr Projekt in Bezug auf Produktleistung, Mehrwert für die Kunden und Verbraucher sowie gesellschaftlichen und sozialen Nutzen bietet („mehr Wert"). Zudem müssen sie darlegen, wie es zu einem geringeren Ressourcenverbrauch beiträgt („geringerer ökologischer Fußabdruck"). Bei der Bewertung der Beiträge hilft ihnen unter anderem der → „Henkel-Sustainability#Master®".

Konzept	Entwicklung	Validierung	Kontrolle Markteinführung
Gate Go 1	Gate Go 2	Gate Go 3	
Identifikation der relevanten Fokusfelder	Erste Bewertung des Beitrags in den Fokusfeldern	Umfangreiche Bewertung des Nachhaltigkeitsbeitrags	

Fortschritte messen, bewerten und steuern

Um die Dimensionen „Wert" und „Fußabdruck" zu optimieren, arbeitet Henkel mit verschiedenen Mess- und Bewertungsmethoden. Mit diesen lassen sich die Maßnahmen identifizieren, die entlang der Wertschöpfungskette den größten Einfluss haben. Über unser gesamtes Portfolio betrachtet, sind beim Wasser- und CO_2-Fußabdruck insbesondere Verbesserungen bei den eingesetzten Rohstoffen und während der Anwendungsphase entscheidend.

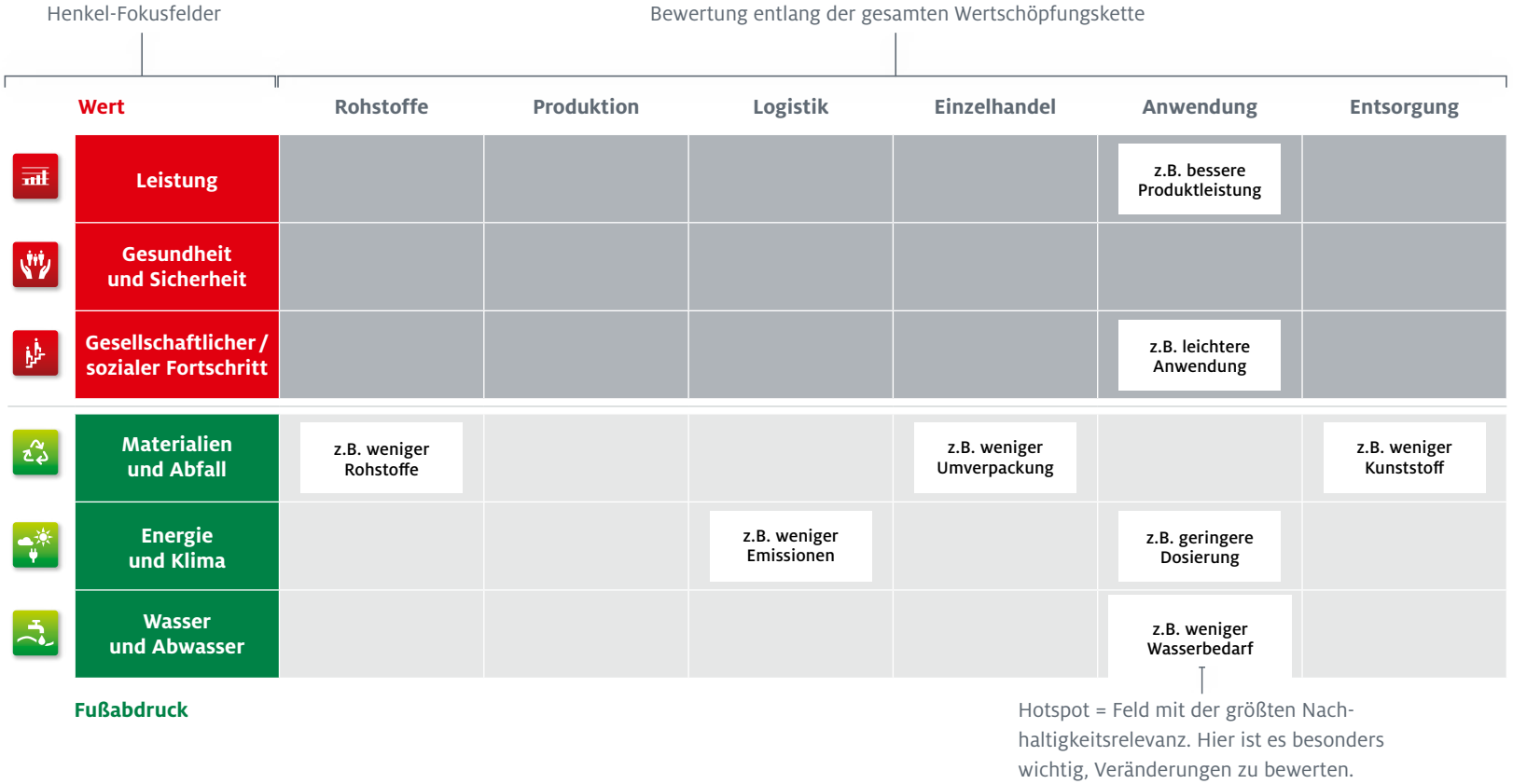
Die Ergebnisse nutzen wir, um Innovationen mit einer verbesserten Nachhaltigkeitsbilanz zu entwickeln. Denn nur die Betrachtung des Gesamtsystems stellt sicher, dass die getroffenen Maßnahmen zu einem insgesamt verbesserten Nachhaltigkeitsprofil unserer Produkte führen. Entsprechend unserem Anspruch, dass jedes neue Produkt mindestens einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leistet, bewerten wir unsere Produkte systematisch in unserem Innovationsprozess. Um die Optimierung unserer Produkte während ihrer Entwicklung zu erleichtern, integrieren wir die ökologischen Profile möglicher Rohstoffe und Verpackungsmaterialien in die Informationssysteme unserer Produkt- und Verpackungsentwicklung. So kann bereits in der Entwicklungsphase der Fußabdruck einer neuen Rezeptur berechnet werden.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel-Sustainability#Master® – Nachhaltigkeitsbewertung von Produkten und Prozessen

Im „Henkel-Sustainability#Master®“ laufen verschiedene Instrumente zum Messen von Nachhaltigkeit zusammen. Das Herzstück dieses Bewertungssystems ist eine Matrix, die auf den einzelnen Schritten der Wertschöpfungskette sowie auf unseren sechs Fokusfeldern basiert. Ziel ist es, den Wert eines Produkts zu steigern und möglichst gleichzeitig den ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. Für jede Produktkategorie können auf Basis von wissenschaftlichen Messmethoden sogenannte Hotspots identifiziert werden. Das sind die Felder mit der größten Nachhaltigkeitsrelevanz – das gilt sowohl für die Dimension „Wert“ als auch für den „Fußabdruck“.

Mithilfe der definierten Hotspots kann auch das Nachhaltigkeitsprofil zweier Produkte oder Prozesse verglichen werden. So kann für jede Produktkategorie ein eigenes Nachhaltigkeitsprofil erstellt werden. Die Forscher von Henkel nutzen diese Erkenntnisse für Innovationen und kontinuierliche Produktverbesserungen.



Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Verbesserung auf Basis von Lebenszyklusanalysen

Eine nachhaltige Entwicklung braucht System. Mithilfe von Lebenszyklusanalysen und langjährigem Wissen zum Thema Nachhaltigkeit analysieren unsere Fachleute den gesamten Lebensweg unserer Produkte. So bewerten wir bereits während der Produktentwicklung, in welcher Phase des Produktlebenswegs welche Umweltauswirkungen in welcher Höhe anfallen. Aufbauend auf den Ergebnissen, können wir Maßnahmen dort ansetzen, wo die Auswirkungen besonders relevant sind und Verbesserungen effizient umgesetzt werden können. Zur Erstellung von Lebenszyklusanalysen verwenden wir eigene Primärdaten sowie Daten unserer Partner entlang der Lieferkette. Sollten diese nicht verfügbar sein, greifen wir auf Sekundärdaten aus bestehenden Datenbanken für Lebenszyklusanalysen, Durchschnittswerte und Emissionsfaktoren zurück. Zur Weiterentwicklung der Messmethoden und Kennzahlen arbeiten wir gemeinsam mit externen Partnern an Themen wie dem CO_2- und Wasser-„Fußabdruck“ für Produkte. Und wir engagieren uns bei internationalen Initiativen wie dem „Sustainability Consortium“ oder der „Measurement Group“ des Consumer Goods Forum.

Kohlendioxid-Fußabdruck von Produkten

Um die Bedeutung einzelner Produkte für den Klimaschutz zu messen, wird weltweit mit der Erhebung von sogenannten Kohlendioxid-Fußabdrücken von Produkten (englisch: Product Carbon Footprints) experimentiert. Im Gegensatz zu einer vollständigen Lebenszyklusanalyse werden hier nur die klimarelevanten Treibhausgasemissionen erfasst, die entlang der gesamten Wertschöpfungskette eines Produkts anfallen – also vom Bezug der Rohstoffe über Herstellung, Nutzung und Entsorgung. Allerdings gibt es noch keine standardisierte Methode, um den Kohlendioxid-„Fußabdruck“ eines Produkts zu bestimmen. Um eine belastbare und international einheitliche Methode zur Ermittlung von Kohlendioxid-„Fußabdrücken“ voranzutreiben, beteiligt sich Henkel in den USA und Europa an entsprechenden Pilotprojekten.

Forschungsschwerpunkt unserer Kooperation mit der Arizona State University in Phoenix, USA, in den Jahren 2007 und 2008 waren die Umweltauswirkungen des Wäschewaschens unter Berücksichtigung der speziellen Bedingungen in US-amerikanischen Haushalten. Die wissenschaftlichen Erkenntnisse legen dar, wie Verbraucher durch den Einsatz effizienter Waschmaschinen, Trockner und Waschmittel sowie durch Änderungen ihres Verhaltens zur Ressourcenschonung beim Waschen beitragen können. Als Projektpartner im „Product Carbon Footprint Projekt Deutschland“ haben wir im Jahr 2008 die CO_2-Bilanz verschiedener Henkel-Produkte berechnet. Erfahrungen aus diesem Projekt haben wir auch in den DIN-Arbeitskreis zur Entwicklung eines internationalen ISO-Standards (ISO 14.067) eingebracht.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Seit 2013 unterstützt der Unternehmensbereich Laundry & Home Care den europäischen Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelverband A.I.S.E. in der Pilotphase der „Product Environmental Footprint"-Initiative der Europäischen Kommission. Gezielt für Flüssigwaschmittel sollen aussagekräftige Umweltangaben entwickelt werden, die von den Verbrauchern verstanden werden und zu einem bewussteren Waschverhalten führen. So ist es das generelle Anliegen des Pilotprojekts der Europäischen Kommission, den ökologischen Fußabdruck eines Produkts entlang seines gesamten Lebenszyklus inklusive der jeweiligen Anwendungsphase zu verkleinern.

Unter der Führung des europäischen Kosmetikverbands Cosmetics Europe wurde 2016 ein weiteres Projekt auf freiwilliger Basis durchgeführt, zu dem der Unternehmensbereich Beauty Care einen maßgeblichen Beitrag geleistet hat. Hier ging es um die Bewertung der Produktkategorie Shampoo mithilfe einer Lebenszyklusanalyse. Ein weiterer Fokus lag auf der Kommunikation der Ergebnisse: In einem Video wird die Anwendungsphase eines Shampoos als wichtiger Beitrag zum gesamten ökologischen Fußabdruck erläutert. Zusätzlich werden auch Möglichkeiten aufgezeigt, wie dieser reduziert werden kann.

Wasser-„Fußabdruck" von Produkten

Die Wasserressourcen der Erde sind ungleich verteilt und durch zunehmende Verschmutzung und Übernutzung bedroht. Für uns ist es daher ein wichtiges Ziel, den Wasserverbrauch während der Produktion und Anwendung unserer Produkte zu senken. Um auch hier geeignete Ansatzpunkte für Verbesserungen zu ermitteln, beteiligen wir uns an der Entwicklung von Methoden zum sogenannten Water Footprinting. Zum Beispiel untersuchten wir 2010 gemeinsam mit der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) in Zürich die Auswirkungen des Wasserbedarfs unserer Waschmittelproduktion an unseren Standorten in der Region Naher Osten / Nordafrika. Im Zentrum stand dabei die Betrachtung der unterschiedlichen Wasserbedarfe für die Produktion von Pulver- und Flüssigwaschmitteln unter Berücksichtigung regionaler Gegebenheiten wie Wasserverfügbarkeit, -knappheit und -qualität.

Unsere Erfahrungen aus solchen Pilotprojekten haben wir in die Diskussion zur Entwicklung eines internationalen ISO-Standards (ISO 14.046) für einen Wasser-„Fußabdruck" eingebracht.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Produktsicherheit

Unsere Kunden und Verbraucher sollen sich darauf verlassen können, dass unsere Produkte bei sachgerechter Anwendung sicher sind. Alle Rohstoffe sowie fertigen Produkte durchlaufen zahlreiche Prüfungen und Bewertungen, um bei Herstellung, Anwendung und Entsorgung ein hohes Maß an Sicherheit zu bieten. Die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und darüber hinausgehende Henkel-Standards sind die Basis dafür.

Unsere Produktentwickler und Experten für Produktsicherheit bewerten die Inhaltsstoffe nach aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen und Sicherheitsdaten. Sie beobachten die Produkte von Henkel kontinuierlich im Markt und lassen die gesammelten Erfahrungen in die Bewertungen einfließen. Für die Bewertung der Verbrauchersicherheit und Umweltverträglichkeit von Stoffen und Produkten verfolgen wir einen risikobasierten Ansatz. Ein wesentlicher Schritt dieses Bewertungsprozesses ist die Abschätzung der Exposition von Mensch oder Umwelt gegenüber einer Substanz, durch einen Vergleich mit dem zugehörigen Effektgrenzwert, gegebenenfalls korrigiert um Sicherheitsfaktoren gemäß anerkannter wissenschaftlicher Maßstäbe. Da bei dessen Überschreitung ein Risiko für Mensch und/oder Umwelt resultieren kann, legen wir bei derartigen Ergebnissen geeignete Restriktionen wie niedrigere Grenzkonzentrationen und Beschränkungen auf bestimmte Produktkategorien zur Risikominimierung fest. Im Einzelfall kann dies auch zum vollständigen Verzicht auf den Einsatz einer Substanz führen.

Da viele unserer Produkte nach ihrem Gebrauch ins Abwasser gelangen, sind sie in ihrer Zusammensetzung so konzipiert, dass ihre Anwendung die Umwelt möglichst wenig belastet. Abwässer aus unseren chemisch-technischen Anwendungen werden zum Entfernen von Schadstoffen nach dem Stand der Technik behandelt und fachgerecht entsorgt.

Bei der Auswahl und dem Einsatz von Inhaltsstoffen verfolgen wir auch kontroverse Diskussionen in der Öffentlichkeit über die Sicherheit chemischer Inhaltsstoffe in Produkten. Diese sind für uns Anlass, die wissenschaftlichen Grundlagen unserer Bewertungen kritisch zu überprüfen. Falls hieraus erhebliche Bedenken in puncto Produktsicherheit entstehen und auch wissenschaftliche Daten und Erkenntnisse diese nicht ausräumen können, verwenden wir einen Stoff nicht mehr oder beschränken seinen Einsatz so, dass er immer noch unsere strengen Sicherheitsprüfungen besteht.

Gleichzeitig wird es immer wichtiger, Verbrauchern zu ermöglichen, sich über die in unseren Produkten enthaltenen Inhaltsstoffe zu informieren. Dazu werden wir die Transparenz über die eingesetzten Stoffe und deren Sicherheit global verbessern.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Sicherheitsbewertung von Produkten

Umsetzung im Unternehmen

Die Einhaltung der konzernweit gültigen Vorgaben und Abläufe zur Produktsicherheit wird in regelmäßigen Audits überprüft. Die Unternehmensbereiche verantworten die Umsetzung der Maßnahmen in puncto Produktsicherheit.

Gefährdungen identifizieren – Risiken bewerten

Zur Bewertung der Sicherheit von Produkten untersuchen unsere Experten in einem ersten Schritt, ob die Inhaltsstoffe des Produkts eine mögliche Gefährdung für Mensch und Umwelt darstellen. In einem zweiten Schritt klären sie, in welchem Umfang Mensch oder Umwelt diesem Stoff ausgesetzt sind: Die sogenannte Exposition wird analysiert. Diese Analyse ist wichtig, da in den meisten Fällen eine schädliche Wirkung erst ab einer bestimmten Menge und Konzentration eines fraglichen Stoffs auftritt. Die Ergebnisse beider Bewertungsschritte werden dann zu einer Gesamtbewertung zusammengeführt. Nur diese erlaubt unseren Experten die verlässliche Aussage, ob ein Produkt im Rahmen seiner Anwendung sicher ist. Ein einfaches Beispiel: Essigsäure stellt eine mögliche Gefährdung dar, da sie in konzentrierter Form wegen ätzender Eigenschaften zu schweren Schäden führen kann. Nehmen wir sie allerdings verdünnt mit unserer Nahrung auf, besteht kein Risiko.

Bewertung der eingesetzten Stoffe

Für Stoffe mit bestimmten gefährlichen Eigenschaften haben wir festgelegt, dass ihr Einsatz für manche Anwendungen von vornherein ausgeschlossen ist. Für andere Stoffe haben wir strikte unternehmensinterne Auflagen und Beschränkungen vorgesehen und gehen damit häufig über die gesetzlichen Vorgaben hinaus. In anderen Fällen arbeiten wir daran, die gesundheitliche Verträglichkeit durch die Entwicklung von alternativen Inhaltsstoffen weiter zu verbessern – zum Beispiel durch den Wechsel von lösemittel- zu wasserbasierten Rezepturen in unseren Konsumenten- und Kontaktklebstoffen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Bewertung der Produkte

Nach Abschluss der Bewertung der einzelnen Inhaltsstoffe unterziehen unsere Experten die Gesamtrezeptur eines Produkts einer weiteren Sicherheitsbewertung. Hier werden die Eigenschaften der Einzelbestandteile, deren Konzentration im Produkt und dessen Anwendungsbedingungen beurteilt. Produkte, die für die Anwendung am Menschen bestimmt sind, prüfen wir zusätzlich dermatologisch. Die Ergebnisse dieser Bewertungen und Prüfungen bilden dann die Basis bei der Festlegung der erforderlichen Vorsorge- und Schutzmaßnahmen für eine sichere Anwendung des Produkts. Diese werden gezielt darauf abgestimmt, ob es sich um ein Verbraucherprodukt oder um ein von Fachkräften eingesetztes Industrieprodukt handelt, und können von der Gestaltung der Verpackung über detaillierte Anwendungs- und Warnhinweise bis zu Verwendungsbeschränkungen reichen.

Kontrovers diskutierte Inhaltsstoffe

Die von chemischen Inhaltsstoffen ausgehenden Risiken werden von Wissenschaft und Öffentlichkeit häufig unterschiedlich beurteilt. Die Ursachen sind vielfältig. Besonders oft wird von der potenziellen Gefährdung, die von einem Stoff für Mensch oder Umwelt ausgehen kann, direkt auf ein Risiko geschlossen, ohne dass die sogenannte Exposition Berücksichtigung findet – das heißt, in welchem Umfang Mensch oder Umwelt dem Stoff tatsächlich ausgesetzt sind. Wir halten diese Differenzierung zwischen Gefahr und Risiko für notwendig und wesentlich, damit eine realitätsnahe Sicherheitsbewertung von Inhaltsstoffen erfolgen kann. Aus diesem Grund lehnt Henkel generelle Stofflisten ab, mit denen der Verzicht auf kontrovers diskutierte Inhaltsstoffe gefordert wird, da bei diesen eine solche Differenzierung oft nicht stattfindet.

Innovationen und Alternativmethoden

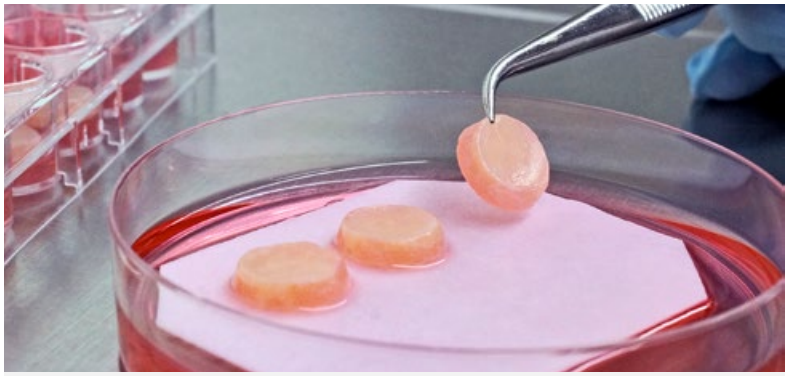
Henkel forscht seit den 1980er Jahren erfolgreich an der Entwicklung neuer Methoden, um die Sicherheit und Verträglichkeit von Rohstoffen und Produkten experimentell ohne Tierversuch bewerten zu können. Mit modernsten molekularbiologischen Verfahren wird zum Beispiel die Wirkung von Rohstoffen auf menschliche Hautzellen im Detail untersucht, um so optimierte Formulierungen zu entwickeln – eine Grundvoraussetzung erfolgreicher Produktinnovationen. Wir haben das Ziel, Fragen zur Sicherheit unserer Produkte und der eingesetzten Inhaltsstoffe ausschließlich ohne Tierversuche beantworten zu können. Ein Tierversuch wird bei Henkel grundsätzlich nur dann eingesetzt, wenn rechtliche Bestimmungen dies vorgeben und keine anerkannten alternativen Prüfmethoden existieren, die die entsprechenden Sicherheitsdaten liefern. Selbstverständlich halten wir uns an gesetzliche Vorgaben, die einen Tierversuch nicht zulassen, zum Beispiel zur kosmetikrechtlichen Absicherung von Kosmetikinhaltsstoffen in der Europäischen Union.

Die Fragen zur Hautverträglichkeit von Inhaltsstoffen werden inzwischen – wo immer dies möglich ist – auch mithilfe von In-vitro-Tests untersucht. In-vitro-Tests wie das Hautmodell (fachsprachlich: Epidermismodell) wurden in den vergangenen Jahrzehnten von Henkel in Zusammenarbeit mit externen Partnern entwickelt und als Ersatzmethode für Tierversuche zur Anerkennung bei der europäischen Validierungsbehörde vorgeschlagen. 2017 ging Henkel einen wichtigen Schritt zur Verbreitung von In-vitro-Testmethoden, die ursprünglich für eigene Forschungszwecke entwickelt wurden: Von nun an gewährt das Unternehmen unbegrenzten Zugang zu seinen innovativen Hautmodellen, die unter der Marke Phenion vertrieben werden. Henkel macht die Phenion-Produkte auch anderen Firmen,

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Organisationen und Forschungsinstituten zugänglich. Die bioartifiziellen Modelle enthalten humane Hautzellen und können zur Sicherheitsbewertung oder Grundlagenforschung in der Dermatologie und Kosmetik eingesetzt werden. Die Gewebemodelle werden in den Forschungslaboren am Unternehmenssitz von Henkel in Düsseldorf hergestellt. Als alternative Prüfmethode können sie wesentlich zur Verringerung und Vermeidung von Tierversuchen beitragen. Mit seiner Entscheidung stellt sich Henkel der gesellschaftlichen Verantwortung, den Zugang zu innovativen Alternativmethoden ungehindert und nachhaltig zu ermöglichen, und leistet somit einen wichtigen Beitrag zur weltweiten Anwendung von Alternativmethoden.

Unsere Wissenschaftler arbeiten derzeit daran, dass die 1-Cent-Stück-großen Hautmodelle auch für weitere Fragen der Chemikaliensicherheit Verwendung finden. Mehr Informationen finden Sie auch auf der Webseite des Scientific Committee on Consumer Products der Europäischen Kommission.



Das Hautmodell Phenion kann für verschiedene Zwecke verwendet werden, zum Beispiel um die Hautverträglichkeit von kosmetischen Inhaltsstoffen zu prüfen.

Mikroplastik

In Medien und Fachöffentlichkeit wird regelmäßig über die zunehmende Verunreinigung von Ozeanen mit Kunststoffen oder Mikroplastik berichtet. Wir verstehen, dass diese Diskussion unsere Verbraucher bewegt. Auch wenn kosmetische Produkte nur zu einem sehr geringen Prozentsatz Anteil an einer möglichen Belastung der Umwelt haben, enthalten unsere in Europa neu eingeführten Kosmetikprodukte bereits seit 2014 keine festen Mikroplastikpartikel mehr (Peeling-Plastikpartikel mit einer Größe von fünf Millimetern oder kleiner). Seit Anfang 2016 sind alle unsere neuen Kosmetikprodukte weltweit ohne derartige Mikroplastikpartikel formuliert.

Mit unserer diesbezüglichen Entscheidung sind wir der im Oktober 2015 vom europäischen Kosmetikverband Cosmetics Europe verabschiedeten Empfehlung, feste Mikroplastikpartikel in sogenannten „Rinse-off"-Kosmetikprodukten ab 2020 nicht mehr einzusetzen, deutlich voraus. Insgesamt hat dieser freiwillige Verzicht bereits von 2012 bis 2015 zu einer Reduktion dieser Plastikpartikel von 82 Prozent aus kosmetischen Produkten geführt. In unseren Wasch- und Reinigungsmitteln setzen wir ausschließlich Schleif-Partikel mineralischen Ursprungs ein.

Gelöste Polymere muss man von Peeling-Plastikpartikeln klar unterscheiden, denn sie haben völlig andere physikalisch-chemische Eigenschaften. Sie tragen nicht zur Verschmutzung der Meere durch Mikroplastik bei und sollten daher nicht Teil der Debatte um Mikroplastik sein.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Rohstoffwirtschaft

Henkel bekennt sich zu einer verantwortungsvollen Rohstoffwirtschaft – insbesondere zum Schutz von natürlichen Ressourcen und Biodiversität. Wir setzen Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe zur Optimierung von Produkteigenschaften ein, wenn dies unter Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und gesellschaftlicher Auswirkungen sinnvoll ist. In vielen unserer Produkte wie Waschmitteln, Seifen, Shampoos, Klebestiften oder Tapezierklebstoffen sind Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe zentrale Bestandteile der Rezeptur.

Nachwachsende Rohstoffe in unseren Waschmitteln

Bei den Wasch- und Reinigungsmitteln stellen nachwachsende Rohstoffe historisch eine der wichtigsten Rohstoffquellen dar. Seife – von jeher auch als Waschmittel verwendet – wird seit Jahrtausenden aus pflanzlichen oder tierischen Ölen und Fetten hergestellt. Heute bestehen die meisten Wasch- und Reinigungsmittel aus einer Vielzahl von Inhaltsstoffen, jeweils mit speziellen Funktionen. Die meisten der großvolumigen Inhaltsstoffe von Wasch- und Reinigungsmitteln sind anorganisch und können daher nicht durch Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe ersetzt werden. Eine wichtige Ausnahme bilden Tenside. Sie bestehen aus einem lipophilen – „fettfreundlichen“ – Teil, der aus pflanzlichen oder erdölbasierten Ölen gewonnen wird, und einem hydrophilen – „wasserfreundlichen“ – Teil, der in der Regel erdölbasiert oder anorganisch ist. Tenside wie Alkylpolyglucoside, die vollständig auf Basis nachwachsender Rohstoffe hergestellt werden, sind die Ausnahme.

Um optimale Waschleistungen erzielen zu können, setzen wir eine Mischung verschiedener Tenside ein. Bei mehr als der Hälfte basiert der lipophile Teil auf nachwachsenden Rohstoffen – ein Ergebnis der langjährigen Erfahrungen von Henkel mit Inhaltsstoffen auf Basis von pflanzlichen Ölen, zum Beispiel dem nur für den industriellen Einsatz nutzbaren Palmkernöl – und von Fetten. Der Anteil nachwachsender Rohstoffe liegt bei den Tensiden für Wasch- und Reinigungsmittel insgesamt bei rund 30 Prozent. Die übrigen 70 Prozent teilen sich auf in anorganische und in erdölbasierte Bestandteile.

Kosmetikprodukte auf Basis natürlicher und nachwachsender Rohstoffe

In der Kosmetik werden naturbasierte Rohstoffe in allen Produktgruppen eingesetzt. Auf den Einsatz einzelner naturbasierter Wirk- und Duftstoffe in unseren Produkten weisen wir hin, wenn sie mit bestimmten Eigenschaften verbunden sind – beispielsweise die pflegende Wirkung von Sheabutter und Joghurt oder die beruhigende Wirkung von Aloe Vera. Darüber hinaus arbeiten wir daran, den Anteil von Inhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe in unseren Kosmetikprodukten – wo möglich und sinnvoll – weiter zu erhöhen. Werden beispielsweise in einer Rezeptur erdölbasierte Inhaltsstoffe durch stärkebasierte ersetzt, erhöht dies den Anteil der nachwachsenden Rohstoffe und leistet einen Beitrag zur Schonung fossiler Ressourcen. Bei Inhaltsstoffen, die sowohl auf nachwachsenden Rohstoffen als auch auf Erdöl basieren, wird bei der Berechnung nur der nachwachsende Anteil berücksichtigt. Wenn möglich, berechnen wir den Anteil nachwachsender Rohstoffe bezogen auf die Trockenmasse unserer Produkte. Mittlerweile basieren die Produkt-

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

formulierungen unserer Seifen, Shampoos und Duschgele zu mehr als zwei Dritteln auf nachwachsenden Rohstoffen. Auch in Stylingprodukten kommen Inhaltsstoffe auf Basis erneuerbarer Rohstoffe zum Einsatz. Dabei verpflichten wir uns, beim Einkauf von nachwachsenden Rohstoffen auch auf ökologische und soziale Aspekte zu achten.

Auf natürlicher Basis kleben

Für Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie für die Industrie gibt es eine ganze Reihe von Anwendungen, in denen nachwachsende Rohstoffe wie Stärke, Cellulose, Dextrine und Proteine eingesetzt werden. Beispielsweise verwenden wir nachwachsende Rohstoffe bei Klebestiften, Tapetenkleistern und Verpackungsklebstoffen. Bei Klebstoffen zur Flaschenetikettierung zum Beispiel beträgt deren Anteil rund 45 Prozent.

Palm- und Palmkernöl

Wir bei Henkel sind uns unserer Verantwortung beim Einkauf und beim Einsatz von Inhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe bewusst. Daher wollen wir sicherstellen, dass die für unsere Produkte verwendeten Palm- und Palmkernöle einer nachhaltigen Bewirtschaftung entstammen. Zu unseren Zielen bis zum Jahr 2020 gehört beispielsweise, dass diese Öle nicht zur Entwaldung von Primär- oder Sekundärregenwald mit bedeutendem ökologischem Wert beitragen. Dazu zählen auch Torfböden und andere Flächen mit hohem Kohlenstoffgehalt („High Carbon Stocks“). Neben der Berücksichtigung dieser Umweltaspekte legen wir einen starken Fokus auf die Rechte von Menschen, die in der Palmölindustrie arbeiten oder in Gemeinschaften leben, die von ihr unmittelbar beeinflusst werden. Wir wollen physische Fortschritte auf dem Weg zu nachhaltigem Palm- und Palmkernöl vorantreiben und einen positiven Beitrag für die Umwelt und die betroffenen Menschen leisten. Wir konzentrieren uns daher auf Ziele wie die Zertifizierung nach dem Massenbilanz-Modell des „Roundtable on Sustainable Palm Oil“(RSPO), Rückverfolgbarkeit und Projekte, die Kleinbauern unterstützen.

Wir nutzen weniger als 0,2 Prozent des weltweit produzierten Palm- und Palmkernöls. Dabei handelt es sich überwiegend um Palmkernöl als Basis für Tenside, die wir in unseren Wasch- und Reinigungsmitteln sowie Kosmetikprodukten einsetzen. Diese Materialien stehen am Ende einer langen und häufig komplexen Lieferkette. Aus diesem Grund will Henkel nachhaltige Praktiken in der Palmölindustrie – entlang der gesamten Wertschöpfungskette – fördern und vorantreiben.

Im Kern unserer Initiative für eine nachhaltige Palm- und Palmkernölwirtschaft steht die Zusammenarbeit mit Vertretern der gesamten Industrie. Durch Partnerschaften, Projekte und einen kontinuierlichen Dialog können wir mit den wichtigsten Stakeholdern kooperieren – von Plantagenbesitzern, Kleinbauern und Palmölmühlenbetreibern bis hin zu Regierungen, Nichtregierungsorganisationen und Lieferanten – und so unseren Beitrag zur Nachhaltigkeit in der Palmölindustrie ausbauen. Durch diese Kooperationen gewinnen wir auch wichtige Einblicke in den Wandel dieser Industrie und neue wissenschaftliche Erkenntnisse.

Durch das Massenbilanzmodell können wir unser Engagement für den Einsatz von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl aufzeigen, indem wir den tatsächlichen Fluss von zertifizierten Inhaltsstoffen in unserer Wertschöpfungskette verbessern. Im Februar 2017 wurden unsere globale Supply-Chain-Organisation sowie sechs unserer

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Produktionsstandorte in Westeuropa gemäß dem Lieferketten-Zertifizierungsstandard des RSPO erfolgreich geprüft. Dieser Standard unterstützt die Verwendung von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl entlang der gesamten Wertschöpfungskette durch die Förderung einer höheren Transparenz und eines offenen Dialogs.

Wir haben uns drei Ziele gesetzt, von denen wir glauben, dass sie auf die zentralen Prioritäten für einen erfolgreichen Wandel der Palmölindustrie einzahlen. Dabei gehen wir gezielt die spezifischen Herausforderungen an, für die wir unseren bestmöglichen Beitrag leisten können. Unsere Ziele für das Jahr 2020 sind:

1. Deckung unseres Bedarfs zu 100 Prozent mit zertifizierten massenbilanzierten Ölen:
Das gesamte in unseren Produkten verwendete Palm- und Palmkernöl soll bis 2020 aus nachhaltiger Bewirtschaftung entsprechend dem RSPO-Massenbilanzmodell stammen. Bereits heute sind rund 60 Prozent des Öls und der Derivate, die in unseren Produkten eingesetzt werden, nach diesem Modell zertifiziert.

2. Vollständige Rückverfolgbarkeit des für unsere Produkte eingesetzten Palm- und Palmkernöls:
Bis zum Jahr 2020 wollen wir erreichen, dass die von uns bezogenen Palmöle, Palmkernöle und Derivate zu bekannten Quellen – zunächst bis zur Ölmühle und dann bis zur Plantage – zurückverfolgt werden können. Wir schaffen Pilotprojekte zur Rückverfolgung der bei uns verwendeten Rohstoffe bis zur Plantage, um sicherzustellen, dass sie aus nachhaltiger Bewirtschaftung stammen. 2017 erreichten wir in Pilotprojekten, die wir zusammen mit Partnern durchgeführt haben, eine Rückverfolgbarkeitsquote von mehr als 60 Prozent.

Henkel setzt sich im Rahmen seines Engagements für eine nachhaltige Palmölwirtschaft insbesondere für Kleinbauern und lokale Initiativen ein, beispielsweise in Kolumbien. Foto: Fedepalma.

3. Erhöhung der Verfügbarkeit von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl um die Menge, die dem Bedarf von Henkel entspricht:
Wir wollen die Verfügbarkeit von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl auf dem Markt durch Kooperationsprojekte erhöhen, die es Kleinbauern ermöglichen, ihre Ernten als nachhaltig zertifizieren zu lassen, ihre Produktivität zu steigern und ihre Existenzgrundlage zu verbessern. Bis September 2016 hatten wir bereits Partnerschaften etabliert, die das Angebot von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl auf dem Weltmarkt um eine Menge erweiterten, die zur Deckung unserer gesamten geschätzten Nachfrage ausreichten. 2017 sind weitere Projekte hinzugekommen sowie für die nächsten Jahre geplant worden.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Kleinbauernprojekte fördern nachhaltige Produktion

Im Jahr 2017 startete Henkel ein neues Projekt, um Kleinbauern in Kolumbien zu unterstützen. Neben Projekten in Ghana, Honduras, Indonesien, Mexiko, Nicaragua und Nigeria ist das Projekt in Kolumbien bereits die siebte Initiative, für die sich Henkel momentan gemeinsam mit der internationalen Entwicklungsorganisation Solidaridad engagiert, um nachhaltiges Palmöl zu fördern.

Ziel des Projekts von Henkel und Solidaridad in Kolumbien ist, Kleinbauern Zugang zu neuen Märkten zu verschaffen und Beschäftigungsstabilität für die lokalen Arbeitskräfte zu erwirken. Foto: Fedepalma.

Ziel des Projekts ist, kolumbianische Kleinbauern mit der neuen, innovativen Plattform „Farming Solution“ zu unterstützen. Die Plattform wurde von Solidaridad entwickelt, um die Zusammenarbeit entlang der gesamten Palmöl-Lieferkette zu stärken. Außerdem soll die Plattform Kleinbauern dabei helfen, ihre Produktivität zu steigern und negative Umweltauswirkungen zu verringern, um so schneller das Ziel zu erreichen, dass ihre Ernte als nachhaltig zertifiziert wird.

Palmöl ist ein zunehmend wichtiger Rohstoff in Kolumbien: Im Jahr 2016 machte es 3,3 Prozent des dortigen landwirtschaftlichen Bruttoinlandsprodukts aus, mit einer Produktion von 1,1 Millionen Tonnen Palmrohöl. Ungefähr die Hälfte dieser Menge kommt von kleinen unabhängigen Farmen, deren Besitzer jedoch vor einigen Herausforderungen stehen. So ist die Produktivität unabhängiger Kleinbetriebe 40 Prozent geringer als bei einem Betrieb durchschnittlicher Größe. Hinzu kommt die Befürchtung einiger Kleinbauern, nur bedingt Zugang zum Markt für Palmöl zu erhalten, wenn ihre Ernten nicht den festgelegten Kriterien des RSPO entsprechen. Denn viele Großabnehmer von Palmöl haben sich dazu verpflichtet, nur Ölprodukte zu kaufen, die als nachhaltig zertifiziert sind.

Das Projekt in Kolumbien unterstützt Bauern mit der neuen digitalen Plattform „Farming Solution“. Sie soll Kleinbauern dabei helfen, ihre Produktivität zu steigern und negative Umweltauswirkungen zu verringern, um so schneller das Ziel zu erreichen, dass ihre Ernte als nachhaltig zertifiziert wird. Foto: Fedepalma.

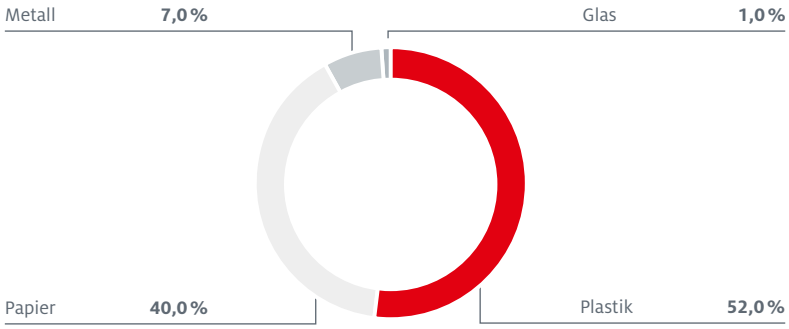
Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Verpackung und Entsorgung

Die Verpackungen unserer Konsumentenprodukte erfüllen eine Vielzahl von Funktionen: Sie dienen der Hygiene, der Unversehrtheit der Produkte, schützen sie vor äußeren Einflüssen, bieten Platz für wichtige Verbraucherinformationen und sind durch ein ansprechendes Verpackungsdesign sowie das Erscheinungsbild im Regal oftmals Teil der Kaufentscheidung. Um das Abfallaufkommen zu senken, arbeiten unsere Verpackungsentwickler kontinuierlich an intelligenten Verpackungslösungen – bei kleinstmöglichem Materialeinsatz und mit Materialien, für die öffentliche Recyclingsysteme bestehen.

Grundsätzlich folgen wir unternehmensweit den drei Prinzipien: vermeiden, vermindern, wiederverwerten. Diese Prinzipien haben wir in den folgenden Bereichen konkretisiert: „weniger Verpackung und Abfall“, „bessere Verpackungen“ und „Ermöglichung einer Kreislaufwirtschaft“.

Henkel-Verpackungen: „Fußabdruck“ 2017[1]



[1] Rund 871.000 Tonnen (geschätzt; basierend auf den Ausgaben für Verpackungsmaterialien).

Wir haben im Zug der Definition unserer Zwischenziele für die Verpackungsentwicklung bis 2020 bestimmte Handlungsfelder definiert:

- Alle Unternehmensbereiche arbeiten daran, Verpackungsgewicht zu reduzieren. Zu unseren Zielen bis 2020 gehört eine Senkung des Verpackungsgewichts um 20 Prozent im Verhältnis zum Umsatz (Basisjahr: 2010).
- Bis 2020 wollen wir außerdem den Anteil von recyceltem Polyethylenterephthalat (PET) in Flaschen und von recyceltem Aluminium in Dosen erhöhen.
  - Dosen: Wir wollen den Anteil von recyceltem Aluminium in Europa auf 9 Prozent erhöhen.
  - Flaschen: Unser Ziel ist, den Anteil von recyceltem Material in unseren PET-Flaschen in Europa auf 33 Prozent zu steigern.
- Zudem wollen wir durch gezielte Informationen zum Thema Recycling mehr als 300 Millionen Verbraucher erreichen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Partnerschaft mit Plastic Bank – Abfall in Chancen verwandeln

Als erstes globales Konsumgüterunternehmen ging Henkel 2017 eine Partnerschaft mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank ein. Das gemeinsame Ziel ist, den Plastikabfall in den Ozeanen zu reduzieren und gleichzeitig neue Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. Im Rahmen der Partnerschaft werden neue Plastik-Sammelcenter in Haiti errichtet. Die lokale Bevölkerung kann dort gesammelten Plastikabfall abgeben und gegen Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen eintauschen. Aus Plastik wird so Wert geschaffen, bevor der Abfall in Gewässer oder Ozeane gelangt. Außerdem arbeitet Henkel daran, das recycelte Plastik in Zukunft in seinen eigenen Produktverpackungen einzusetzen.

Die lokale Bevölkerung in Haiti sammelt Plastikabfall und tauscht ihn gegen Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen ein. So wird verhindert, dass der Abfall in Gewässer oder Ozeane gelangt.

Die 2013 von David Katz gegründete Plastic Bank will weltweit eine Milliarde Menschen animieren, aus Abfall einen Wert zu schaffen. So wird die Lebenssituation von Menschen in Armut verbessert – und das vor allem in Ländern, in denen es keine ausreichende Infrastruktur für Abfallwirtschaft gibt.

Für Henkel ist Plastic Bank ein wichtiger strategischer Partner. Das Sozialunternehmen bietet sowohl Lösungen für die Umweltproblematik von Kunststoffabfällen als auch für die Bewältigung sozialer Herausforderungen im Zusammenhang mit Armut und Mangel an Erwerbsmöglichkeiten. Die Plastic Bank hat außerdem gezeigt, dass ihr Modell skalierbar ist und das Potenzial hat, für eine Übertragung in weitere Regionen weltweit angepasst zu werden.

Die Partnerschaft wird von den Unternehmensbereichen Beauty Care sowie Laundry & Home Care getragen. Zunächst konzentriert sich die Zusammenarbeit auf Haiti; hier besteht aufgrund der fehlenden Infrastruktur für Abfallwirtschaft großes Potenzial. Und so funktioniert das System: Die lokale Bevölkerung erhält im Austausch gegen das gesammelte Plastik Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen. Der Plastikabfall wird sortiert und verarbeitet und kann dann wieder der Recycling-Wertschöpfungskette zugeführt werden – als Social Plastic®: Durch die Verifizierung des Materials durch Plastic Bank wird bestätigt, dass die Sammler einen überdurchschnittlichen Preis für den Plastikabfall erhalten haben.

Die 2013 gegründete Plastic Bank will weltweit eine Milliarde Menschen animieren, aus Abfall einen Wert zu schaffen. So wird die Lebenssituation von Menschen in Armut verbessert.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Beispiele für Nachhaltigkeit in unserer Verpackungsentwicklung

Das neue Trigger-Pumpsystem von Sprühflaschen der Marken Bref, Sidolin, Biff, Sidol und Sil ermöglicht eine einfachere und effizientere Anwendung der flüssigen Produkte. Durch das neue Design der Sprühpumpe können pro Jahr mehr als 450 Tonnen an Plastikmaterial gespart werden, was einer Einsparung von 900 Tonnen Erdöl entspricht.

Die PET-Shampooflaschen der Haarpflegeserie Syoss werden zu 25 Prozent aus recyceltem PET hergestellt. Dies entspricht einer jährlichen Einsparung von 167 Tonnen an neuem PET-Material. Recycelter PET-Kunststoff hat einen um 80 Prozent niedrigeren CO_2-Fußabdruck als vergleichbare Neuware.

Sowohl die Flasche der Pattex Made at Home-Alleskleber als auch die verstellbare Auftragsdüse für filigrane und breitflächige Verklebungen werden zu 100 Prozent aus recyceltem Material hergestellt.

Wir gliedern unsere Fortschritte in die folgenden drei Bereiche:

1. Weniger Verpackung und Abfall

Verpackungsmaterial zu reduzieren oder gänzlich zu vermeiden, ist der beste Weg, um Abfall und somit negative Umweltauswirkungen zu minimieren. Daher ist es unser Ziel, vollständig auf Verpackungsmaterial zu verzichten, soweit dieses nicht unbedingt erforderlich ist. Wir sind kontinuierlich bestrebt, die Menge an Verpackungsmaterial in dem gesamten Produktlebenszyklus zu reduzieren, ohne die Qualität, Leistung oder Sicherheit unserer Produkte zu beeinträchtigen. Die Verpackungen sind so gestaltet, dass sie mit möglichst geringem Materialeinsatz die von den Verbrauchern erwartete Leistung erbringen. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeiten unsere Verpackungsingenieure eng mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette zusammen. So können führende Designtechniken, moderne Produktionstechnologien und fortschrittliche Materialien in den Entwicklungsprozess einfließen. Zum Beispiel kooperieren wir kontinuierlich mit externen Forschungseinrichtungen, um neue Verpackungsformate zu entwickeln, die den Verbrauchern mit weniger Material gleichbleibende Qualität bieten.

2. Bessere Verpackungen

Die heutzutage am weitesten verbreiteten Verpackungsmaterialien aus nachwachsenden Rohstoffen sind Papier- und Kartonverpackungen. Wir wollen den Einsatz dieser Materialien kontinuierlich erhöhen. Zudem testen und bewerten wir neue Verpackungsmaterialien, zum Beispiel Biokunststoffe. Die Kunststoff-Polymere dieser Materialien basieren auf Rohstoffen, die aus pflanzlichen Quellen wie Zuckerrohr oder Mais gewonnen werden. Vorausgesetzt, dass sie die gleiche technische Leistung wie konventionelle Polymere erbringen, können sie eine gute Alternative darstellen und langfristig ökonomische

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Vorteile bieten. Wir arbeiten gemeinsam mit externen Partneruniversitäten, Rohstofflieferanten und Weiterverarbeitern, um mögliche biobasierte Materialien zu identifizieren, und setzen uns aktiv für deren Weiterentwicklung ein. Zusammen bewerten wir, wo der Einsatz von Biopolymeren als Verpackungsmaterialien unter technischen, ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten sinnvoll ist. Mithilfe von Lebenszyklusanalysen stellen wir die geringeren Umweltauswirkungen im Vergleich zu rohölbasierten Materialien sicher.

Biologisch abbaubare Kunststoffe

Biologisch abbaubare Kunststoffe können sowohl auf erneuerbaren Rohstoffen, auf mineralölbasierten Quellen als auch auf einer Mischung dieser basieren. Idealerweise werden die erneuerbaren Materialien unter nachhaltigen Anbaumethoden produziert und können später wieder in natürliche Bestandteile zerlegt werden. Leider sind biologisch abbaubare Kunststoffe bis jetzt nicht in der Lage, die hohen Anforderungen zu erfüllen, die wir an unsere Verpackungsmaterialien im Hinblick auf zuverlässige Hygiene, Produktschutz, Qualität, Kaufanreiz und Wertigkeit stellen. Ein Problem ist beispielsweise ihre begrenzte Lebensdauer. Für unsere Konsumgüter müssen wir zusätzlich zur Verbrauchszeit eine Haltbarkeit von einigen Jahren sicherstellen. Dies ist mit biologisch abbaubaren Kunststoffen bisher nicht zu erzielen. Auch technische Aspekte wie Formbarkeit und Stabilität bedürfen noch der Optimierung. Zudem sind viele Materialien nicht mit den bestehenden Recyclingsystemen kompatibel. Dennoch verfolgen wir die Entwicklung auf diesem Sektor aufmerksam und suchen aktiv nach geeigneten Materialien und Einsatzmöglichkeiten.

Verzicht auf PVC

Polyvinylchloride (PVC) gelten in Verpackungsmaterialien häufig als kritische Stoffe, da sie in einigen Ländern nicht über ein offizielles Recyclingsystem gesammelt, sondern ohne die Verwendung industrieller Verbrennungsanlagen entsorgt werden. Dadurch können Emissionen entstehen, die eine mögliche Gefährdung für die Umwelt und die menschliche Gesundheit darstellen.

Henkel begann bereits in den 1990er Jahren, die Verwendung von PVC in Verpackungen zu reduzieren. Heute verwenden wir PVC nur in wenigen Ausnahmefällen, für die wir bis jetzt noch keine funktionsfähige Alternative gefunden haben. Insgesamt machen PVC-haltige Materialien mittlerweile weniger als 1 Prozent unserer weltweiten Ausgaben für Verpackungen aus. Unsere Verpackungsingenieure arbeiten weiterhin eng mit unseren Verpackungslieferanten zusammen, um alternative Materialien zu finden. Unser Ziel ist nach wie vor der vollständige Austausch von PVC in unserem Verpackungsmaterial.

3. Ermöglichung einer Kreislaufwirtschaft

Einsatz von recycelbaren Verpackungsmaterialien für Märkte mit regionalen Sammel- und Recyclingsystemen

Da der Großteil der Verpackungen nach Gebrauch zu Haushaltsabfällen wird, suchen unsere Verpackungsentwickler kontinuierlich nach intelligenten Verpackungslösungen, die das Abfallaufkommen auf Verbraucherseite verringern. Um geschlossene Kreisläufe aufzubauen, sollen die Materialien unserer primären, sekundären und tertiären Verpackungen nach ihrer Verwendung als Ressource für Recycling und / oder Wiederverwendung nutzbar sein. Wir arbeiten darüber hinaus mit Stakeholdern aus verschiedenen Industrien

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

zusammen, um Innovationen in der Verpackungsentwicklung voranzutreiben: Henkel beteiligt sich beispielsweise an der „New Plastics Economy"-Initiative, einem dreijährigen Programm, das von der Ellen MacArthur Foundation initiiert wurde. Wir setzen auf Verpackungsmaterialien, für die öffentliche Recyclingsysteme existieren beziehungsweise die mit den jeweiligen regionalen Sammel- und Recyclingsystemen kompatibel sind. So unterstützen wir zum Beispiel lokale Sammelsysteme wie „Der Grüne Punkt", der es unseren Verbrauchern ermöglicht, Verpackungen auf einfache Weise recyceln zu lassen. Dabei konzentrieren wir uns auf Monomaterialien, die besonders effizient recycelt werden können.

Zudem informieren wir Kunden und Verbraucher über die Recyclingfähigkeit der eingesetzten Materialien, zum Beispiel durch entsprechende Kennzeichnung der Verpackungen. Wir arbeiten zudem eng mit Lieferanten und Industriepartnern zusammen, um die Menge an Sekundärverpackung (Umverpackungen) zu reduzieren – zum Beispiel in Form von wiederverwertbaren Transportcontainern.

Einsatz von recyceltem Papier- und Kartonmaterial oder – wo erforderlich – von Frischfasern, die aus einer nachhaltigen Forstwirtschaft stammen

Als Unterzeichner einer Initiative des Consumer Goods Forum gegen die weltweite Abholzung von Wäldern und für den Schutz der Biodiversität hat Henkel sich verpflichtet, individuell wie auch gemeinsam mit Partnern Maßnahmen zu ergreifen, um die globale Entwaldung zu stoppen und das Ziel „Null Netto-Entwaldung bis 2020" zu erreichen.

Papierbasierte Verpackungen bieten sehr viele Vorteile. Im Hinblick auf das Verpackungsdesign sind sie sowohl strukturell als auch grafisch am vielfältigsten, und sie können für ein sehr breites Produktsortiment verwendet werden. Zudem zeichnen sie sich durch eine hohe Materialfestigkeit aus und sind in Produktion, Vertrieb und Vermarktung einfach zu handhaben. Sie sind kostengünstig und werden von Verbrauchern sehr oft als umweltverträglich wahrgenommen. Der größte Vorteil von papierbasierten Verpackungen ist deren Recyclingfähigkeit; daher spielen sie eine wichtige Rolle für unsere primären, sekundären und tertiären Verpackungen.

Derzeit bestehen unsere Papierverpackungen zu mehr als 60 Prozent aus recyceltem Papier- und Kartonmaterial. Wir streben an, dass die Papierverpackungen unseres gesamten Produktportfolios entweder aus recycelten Materialien bestehen oder – wenn Frischfasern erforderlich sind – aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammen. Dafür arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen.

Entsorgung

Die Verpackungen unserer Markenprodukte werden nach Gebrauch zu Haushaltsabfällen. Um das Abfallaufkommen zu senken, versuchen wir, den Materialeinsatz so weit wie möglich zu reduzieren, und setzen auf Materialien, für die öffentliche Recyclingsysteme bestehen. Allein in Deutschland konnten wir so das Volumen unseres Verpackungsmaterials seit den 1980er Jahren um rund die Hälfte senken.

Transportverpackungen

Transportverpackungen werden so entwickelt, dass Paletten und Container optimal gepackt werden können. Grenzen für die Verringerung der Transport- und Umverpackungen setzen dabei die Anforderungen

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

an Transportsicherheit und -auslastung. Denn um den unbeschadeten Transport unserer Produkte sicherzustellen und unsere Lastkraftwagen und Güterwaggons hinsichtlich Volumen und Gewicht optimal bepacken zu können, ist eine Stabilität des eingesetzten Packmaterials erforderlich. Für industrielle Kunden stehen Mehrwegsysteme zur Verfügung, zum Beispiel wiederverwertbare Transportcontainer und Umverpackungen.

Partnerschaft – vom Abfall zum wertvollen Grundbaustein

Henkel ist Konsortiumspartner des GreenSolRes-Projekts, einer Initiative zur Umwandlung biologischer Abfälle in Stoffe, die bei der Produktion von Klebstoffen und Konsumgütern verwendet werden können. Die so gewonnenen Grundstoffe stellen eine umweltverträgliche Alternative zu Erdölprodukten dar. Ziel des GreenSolRes-Projekts ist die nachhaltige und wettbewerbsfähige industrielle Herstellung von Lävulinsäure, einer vielseitigen chemischen Verbindung, die in wertvolle Grundbausteine für die Produkte von Henkel umgewandelt werden kann. Die Lävulinsäure wird aus lignocellulosehaltigen Abfällen, das heißt landwirtschaftlichen Restprodukten wie Stroh oder Heu, und Brennstoffen aus der Forst- und Landwirtschaft hergestellt. Sie steht daher nicht – wie einige der bisher verwendeten biobasierten Grundbausteine – in Konkurrenz zur Nahrungsmittelherstellung. Ein weiterer Vorteil ist, dass biobasierte Grundbausteine gegenüber vergleichbaren Verbindungen auf fossiler Basis bis zu 70 Prozent Treibhausgasemissionen einsparen.

Wachstumsmärkte

Im Geschäftsjahr 2017 erwirtschaftete Henkel weltweit einen Umsatz von 20.029 Millionen Euro. 40 Prozent des Umsatzes entfielen auf die Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika / Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan). In den Wachstumsregionen beschäftigen wir 54 Prozent unserer Mitarbeiter und beziehen 39 Prozent unseres globalen Einkaufsvolumens aus ihnen. Damit sind wir auch hier wichtiger Arbeitgeber und lokaler Wirtschaftspartner.

Gerade in den Wachstumsregionen rückt die Frage nach dem gesellschaftlichen Mehrwert von Produkten in den Vordergrund. Dabei haben Produkte, die sich an den Bedürfnissen der unteren Einkommensklassen orientieren, nicht nur wirtschaftliches Potenzial. Sie leisten gleichzeitig positive gesellschaftliche Beiträge, zum Beispiel zur Hygiene und Gesundheit im Haushalt. Um den weltweit unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht zu werden, verfolgen wir je nach Marktsituation verschiedene Strategien:

- Global einheitliche Produkte: Sind die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden und Verbraucher einheitlich, bieten wir global einheitliche Produkte an. Beispiele sind die international einheitlichen Anforderungen an einen Sekundenkleber oder an unsere Industrieklebstoffe.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

- Lokal angepasste Produktangebote: Sind die Verbraucherbedürfnisse, die Einkommensverhältnisse oder die Infrastruktur in unseren Märkten unterschiedlich, passen wir Verpackungseinheiten oder Vertriebswege den lokalen Verhältnissen an, um unsere Produkte für eine möglichst breite Bevölkerungsschicht zugänglich zu machen. Verbraucher der untersten Einkommensschicht kaufen zum Beispiel kleine Einheiten, sobald sie hierfür Geld verfügbar haben. Dies berücksichtigen wir bei der Planung von Verpackungsgrößen. In Lateinamerika haben wir beispielsweise das Handspülmittel Pril in einer Packungsgröße von 30 Millilitern, das im Handel für umgerechnet 10 Cent erhältlich ist, auf den Markt gebracht. Gleiches gilt für unser Waschmittel Mas in Mexiko. Auf dem südamerikanischen Markt bieten wir Deocremes und Shampoos in kleinen Verkaufseinheiten von 10 bis 20 Millilitern an.

- Lokal angepasste Produkte: Unterschiedliche regionale Gegebenheiten können auch die Anpassung der Rezepturen unserer Produkte erforderlich machen. In Nordafrika und Lateinamerika beispielsweise stellt Wasser eine knappe und wertvolle Ressource dar. Henkel hat daher in Ägypten und Tunesien sowie in Mexiko einen Weichspüler für die Handwäsche auf den Markt gebracht, dessen spezielle Inhaltsstoffe ein schnelleres Ausspülen des Waschschaums ermöglichen. Ein weiteres Beispiel sind unsere Bautechnik- und Heimwerkerprodukte in Osteuropa. Da sich die lokale Bausubstanz oft sehr von der in Westeuropa unterscheidet, bieten wir lokal angepasste Produkte wie den Fliesenkleber CM9 an.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Adhesive Technologies

Adhesive Technologies

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Wir machen den Unterschied

Unsere hochwirksamen Lösungen und Produkte werden in unzähligen Industrie- und Konsumentenanwendungen eingesetzt. Als Marktführer für Klebstofftechnologien, Dichtstoffe und funktionale Beschichtungen in den unterschiedlichsten Märkten stellen wir uns bewusst der Verantwortung, mit unseren Produkten und Services einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit zu leisten. Wir nutzen unsere globale Präsenz und unser Expertenwissen, um beste Bedingungen für unsere Kunden zu schaffen und unsere Partner in ihrem Nachhaltigkeitsengagement zu unterstützen. Dies tun wir einerseits durch die Entwicklung von Lösungen, die es unseren Kunden ermöglichen, in einem effizienteren und sichereren Prozess selbst nachhaltigere Produkte herzustellen, und andererseits, indem wir gemeinsam mit starken Partnern Fortschritte beim Vorantreiben der Kreislaufwirtschaft erzielen.

Wegbereiter für unsere Kunden

Von der Automobil- und Luftfahrtindustrie über den Maschinenbau bis hin zu Unterhaltungselektronik und Lebensmittelverpackungen helfen unsere Lösungen unseren Kunden, Abfallaufkommen und Emissionen zu verringern, die Energieeffizienz zu steigern sowie die Sicherheit am Arbeitsplatz zu verbessern. Durch die enge Vernetzung mit Innovationsführern und Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette verfügen unsere Experten über ein tiefes Verständnis für die spezifischen Herausforderungen und Technologietrends unserer Märkte. Dies versetzt uns in die einzigartige Lage, unseren Kunden Lösungen anzubieten, die Mehrwert schaffen, Effizienz steigern und Nachhaltigkeit vorantreiben.

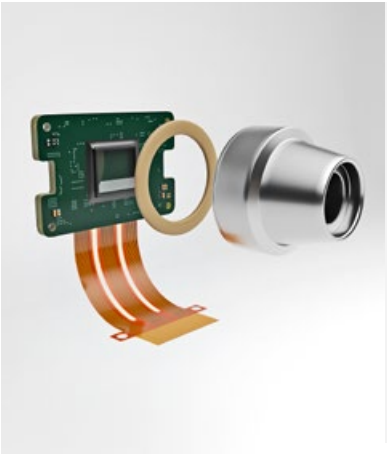
„Wir arbeiten mit Kunden, Lieferanten und weiteren Stakeholdern zusammen, um Fortschritte bei unseren gemeinsamen Nachhaltigkeitszielen zu erreichen. Unser einzigartiges Portfolio sowie unsere globale Präsenz, unsere führende Expertise und innovativen Technologien machen uns dabei zu einem erstklassigen Partner.“

Jan-Dirk Auris
Mitglied des Vorstands und zuständig für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies

Henkel hat unter anderem in der Elektronikindustrie eine Reihe führender Technologien entwickelt, mit denen Hersteller von Smartphones und ähnlichen Geräten die wachsenden Erwartungen an Funktionalität und Leistung erfüllen können. Gleichzeitig ermöglichen unsere Lösungen größere Freiheiten im Designprozess sowie eine Verringerung von Rohstoffverbrauch und Abfallaufkommen.

Gemeinsam mit unseren Kunden haben wir Materialien für die steigenden Anforderungen an Kameramodule in Smartphones entwickelt. Anwender erwarten, dass diese Kameras den gleichen anspruchsvollen Funktionsumfang bieten wie eine professionelle Kamera, obwohl die Kameramodule lediglich Bestandteil eines kompakten, flachen Multifunktionsgeräts sind.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen



Unsere nicht leitfähigen Klebstoffe der Marke Loctite Ablestik werden verwendet, um Komponenten in elektronischen Geräten zu kleben – wie Kameramodule in Smartphones. Die Klebstoffe können bei niedrigeren Temperaturen als herkömmliche Klebstoffe angewendet werden, wodurch unsere Kunden den Energieverbrauch und die damit verbundenen CO_2-Emissionen reduzieren können.

Die speziell für elektronische Komponenten entwickelten nicht leitfähigen Klebstoffe (NCA-Klebstoffe) der Marke Loctite Ablestik sind ein Beispiel dafür, wie wir unsere Kunden beim Erreichen ihrer Leistungs- und Nachhaltigkeitsziele unterstützen. Viele NCA-Klebstoffe von Henkel härten bei deutlich niedrigeren Temperaturen aus als herkömmliche Klebstoffe für kompakte Kameramodule. So können unsere Kunden Energie sparen, indem sie die Temperatur des Aushärteofens für den Montageprozess senken, was den damit verbundenen CO_2-Fußabdruck reduziert.

Wegbereiter für innovatives Design

Da wir bereits in der Entwicklungsphase mit unseren Kunden zusammenarbeiten, eröffnen wir innovative Gestaltungsmöglichkeiten, die einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten. So konnten wir gemeinsam mit einem unserer Kunden eine neue Lösung für leichtere Sperrholzmatten entwickeln, deren Herstellung einfacher und mit einem geringeren CO_2-Fußabdruck verbunden ist. Diese Lösung, die auch gemeinsam mit Maschinenherstellern (OEMs) entwickelt wurde, deckt die Funktionalitäten von Klebstoff und Primer ab und bietet optimierte Prozesse und Ausrüstung.

Die Matten werden als Unterlage für schweres Gerät auf Großbaustellen verwendet. Traditionell werden sie aus Hartholz gefertigt und mit Stahlbolzen befestigt, was sie schwer und arbeitsintensiv in der Herstellung macht. Dank der Lösung, die wir mit unseren Partnern entwickelt haben, können Mattenhersteller auf Schrauben verzichten und die langsam wachsenden und teureren Harthölzer durch preiswerte Weichhölzer, die schnell wachsen, ersetzen. Außerdem enthält der Klebstoff weder Lösemittel noch Formaldehyd, und die geklebten Matten sind leichter, doppelt so stabil und fünfmal steifer als herkömmliche Matten.

Unsere Technologien ermöglichen es unseren Kunden, ihre Herausforderungen bei Design und Fertigung in einer Vielzahl von Industrie- und Produktionsanwendungen zu lösen. Mit unseren Zwei-Komponenten-Hybridklebstoffen können unsere Kunden dank der patentierten Technologie, die alle wesentlichen Eigenschaften von Struktur- und Sofortklebstoffen vereint, einen weiteren Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten. Diese leistungsstarke Kombination aus Klebkraft, Schnelligkeit und Haltbarkeit bietet auf verschiedenen Grundmaterialien eine verbesserte Leistung mit zahlreichen Anwendungsmöglichkeiten. Verglichen mit traditionellen Befestigungsmethoden wie Schrauben und Bolzen verringern unsere Klebstoffe das Gewicht und den gesamten CO_2-Fußabdruck. Die Hybrid-Technologie bietet im Vergleich zu anderen Strukturklebstoffen mehr Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, da Hybride so formuliert sind, dass weniger potenziell entzündliche oder ätzende Inhaltsstoffe enthalten sind. Auf diese Weise ist ein breiterer Einsatz in Herstellungsprozessen möglich.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel-Sustainability#Master® – Loctite EA 9845 LC Aero im Vergleich zum Standard-Schutz vor Blitzeinschlag

Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel	Anwendung	Entsorgung
Leistung					Bessere Lackhaftung und glattere Oberflächen	Einfachere Reparatur und Nachbearbeitung
Gesundheit und Sicherheit					Minimiert den manuellen Schleifprozess	
Gesellschaftlicher /sozialer Fortschritt						
Materialien und Abfall				Weniger Abfall		
Energie und Klima			Verringerter Materialtransport	Einstufiges Verfahren	Gewichtsreduzierung	
Wasser und Abwasser				Härtung ohne Autoklav		

Fußabdruck

Hotspot mit signifikanter Verbesserung

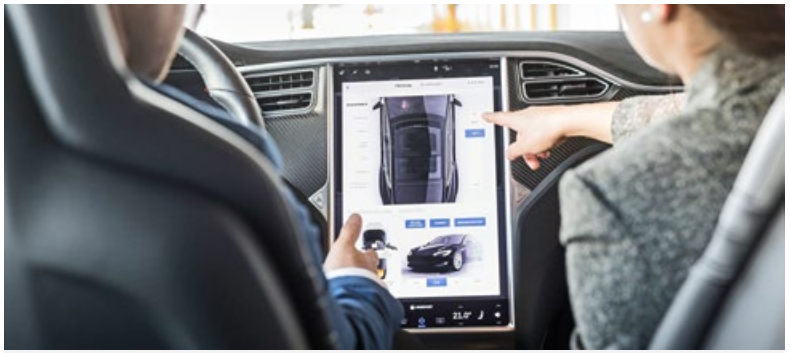
Wegbereiter für Technologietrends

Aufgrund unserer Expertise und globalen Präsenz sind unsere Teams in der Lage, auf technologische und gesellschaftliche Trends nicht nur zu reagieren, sondern sie vorherzusehen. So verwandeln wir Herausforderungen in Wettbewerbsvorteile. Wir arbeiten eng mit führenden Automobil- und Flugzeugherstellern zusammen, um sie dabei zu unterstützen, den steigenden Anforderungen an Sicherheit und Komfort gerecht zu werden und gleichzeitig leichtere Fahrzeuge und Flugzeuge herzustellen, die weniger Kraftstoff verbrauchen und weniger CO_2 ausstoßen.

Um diese Anforderungen zu erfüllen, setzt die Industrie anstelle von Metall verstärkt Verbundmaterialien ein, da sie leichter und robuster sind. Allerdings können diese Materialien die Energie aus Blitzeinschlägen nicht ableiten – ein wichtiger Aspekt für Flugzeughersteller. Das bisherige Verfahren bestand daher aus zwei Stufen: Zuerst wurde eine Klebstoffschicht aufgetragen, gefolgt von einem Kupfer- oder Aluminiumgewebe, um die Energie der Blitze abzuleiten.

Henkel hat Loctite EA 9845 LC Aero entwickelt, einen Oberflächenfilm mit integriertem metallischem Gewebe, der an der Außenseite

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen



Trends in der Automobilindustrie wie Elektrofahrzeuge eröffnen Möglichkeiten, um unsere Kunden in ihren Bestrebungen nach mehr Nachhaltigkeit zu unterstützen.

eines Flugzeugs angebracht wird, um die Verbundmaterialien vor Blitzeinschlägen zu schützen. Im Vergleich zu anderen Oberflächenfilmen ermöglicht dieser außerdem eine 30-prozentige Gewichtseinsparung. Damit können unsere Kunden das Gesamtgewicht, den Kraftstoffverbrauch und die Emissionen der Flugzeuge verringern. Die erste Anwendung auf dem Latitude Business Jet der Textron Aviation ermöglichte den Wechsel von dem beschriebenen zweistufigen zu einem einstufigen Prozess. Der gebrauchsfertige Oberflächenfilm erzeugt eine glatte Oberfläche mit verbesserten aerodynamischen Eigenschaften, ist leichter zu lackieren und vermeidet Abfälle aus Metallgewebe.

→ Erklärung des Henkel-Sustainability#Master®

Wir arbeiten auch mit unseren Kunden zusammen, um Fahrzeugemissionen zu senken und die weltweite Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen zu verringern. Gemeinsam mit Automobilherstellern erforschen wir Lösungen im Markt für Fahrzeuge, die alternative Energien nutzen, wie Hybridfahrzeuge. Diese sind bei den Verbrauchern beliebt und werden jetzt noch leichter und erschwinglicher mit verbesserter Reichweite und Leistung. Zu verdanken ist dies in erster Linie den Innovationen bei wiederaufladbaren Lithium-Ionen-Batterien, die auch für Computer und Mobiltelefone verwendet werden. Henkel unterstützt seine Kunden in der Automobilindustrie mit seinem Angebot an Wärmeleitmaterialien, Struktur- und elektrisch leitfähigen Klebstoffen, gedruckten Heizelementen und funktionalen Beschichtungen, die Batterien kostengünstiger und effizienter machen. Diese Technologien verbessern Leistung und Zuverlässigkeit der Batterien.

Wegbereiter durch Wissensaustausch

Wir bieten Kunden in aller Welt Beratung, Schulung und Service. Wir sind im kontinuierlichen Dialog mit ihnen und schulen sie im sicheren und effizienten Umgang mit unseren Produkten. Wir nutzen unseren engen Kundenkontakt, um sie weiter für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und zu zeigen, wie unsere innovativen Lösungen ihnen helfen können, den eigenen ökologischen Fußabdruck zu reduzieren und die Ressourceneffizienz zu steigern.

In unseren modernen Laboren in Heidelberg, Deutschland, und Yokohama, Japan, arbeiten unsere Experten mit Automobilkunden zusammen, um Komponenten aus Verbundwerkstoffen zu entwickeln und zu testen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere neu eröffnete Testanlage für Verbundwerkstoffe bei Yokohama, Japan, unterstreicht dieses Engagement. Unsere Teams arbeiten mit Automobilherstellern und -erstausrüstern aus ganz Asien zusammen, um Verbundbauteile zu entwickeln und zu testen, die das Fahrzeuggewicht reduzieren und die Leistung steigern. Das neue „Composite Lab“, das ähnlich einer 2016 eröffneten Anlage in Heidelberg aufgebaut ist, ermöglicht es unseren Kunden, ihre Produktionsprozesse durch Tests auf hochmodernen Henkel-Anlagen zu optimieren. Unsere Teams unterstützen die Kunden bei der Gewichtsreduzierung von Pkw und Lkw, um den Kraftstoffverbrauch zu senken und Emissionen zu reduzieren.

Henkel gibt so der Lebensmittel- und Verpackungsindustrie aktuelle Einblicke in die Gesetzeslage und in die Entwicklungen im Bereich Lebensmittelsicherheit. Unsere Wissensplattform „Food Safe Packaging“ bietet Grundlagenpapiere, Webinare und Videos in mehreren Sprachen an. Seit der Einführung im Jahr 2013 tauschten sich auf der Plattform über 5.000 Teilnehmer in mehr als 70 Webinaren direkt mit Henkel-Experten aus. Die Spezialisten von Henkel sorgen dafür, dass die Hersteller bei ihren Lebensmittelverpackungen ein sehr hohes Maß an Sicherheit bieten können. Zentrales Element bei diesem Ansatz ist unser Engagement für Wissensaustausch durch Dialog und Zusammenarbeit mit unseren Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Partnerschaften entlang der Wertschöpfungskette

Bei der Zusammenarbeit im Bereich Nachhaltigkeit ist Henkel aufgrund seines einzigartigen Geschäftsmodells ein starker Partner. Zum einen können wir als Hersteller von schnelllebigen Konsumgütern wie Waschmitteln, Shampoos und Klebestiften unser Know-how einbringen. Zum anderen haben wir als weltweit führender Anbieter von Klebstoffen und anderen fortschrittlichen Technologien für Verpackungsanwendungen ein umfassendes Verständnis der Herausforderungen und möglichen Lösungen im Bereich Verbraucherverpackungen.

Unser Engagement in branchenübergreifenden Initiativen für flexible Verpackungslösungen ist ein gutes Beispiel dafür. Flexible Verpackungen sind aufgrund ihrer hervorragenden Eigenschaften sehr beliebt: Sie schützen die Produkte vor äußeren Einflüssen und verlängern somit ihre Haltbarkeit. Auch in der Logistik bieten sie Vorteile, da sie leicht, robust und platzsparend sind. Allerdings stellen flexible Verpackungen eine Herausforderung in Bezug auf Nachhaltigkeit dar, da sie schwer zu recyceln sind. Der Grund dafür ist, dass 30 Prozent der flexiblen Verpackungen auf dem Markt aus mehreren Folienschichten mit häufig unterschiedlichen Materialien bestehen, die schwer zu trennen sind und nicht zusammen recycelt werden können.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Lebensmittelverpackungen schützen das Produkt vor äußeren Einflüssen und gewährleisten somit dessen Sicherheit und Unversehrtheit. Unsere Teams arbeiten mit Partnern aus verschiedenen Branchen zusammen, um Fortschritte bei nachhaltigen Verpackungen voranzutreiben.

Wir haben daher gemeinsam mit dem Technologieanbieter Saperatec eine Lösung entwickelt, mit der die einzelnen Schichten getrennt und recycelt werden können. Diese wird derzeit in einem Pilotprojekt im Technikum des Unternehmens evaluiert. Angesichts verschärfter gesetzlicher Bestimmungen für das Recycling von Kunststoffen ist dies ein wichtiger Schritt für die Verpackungsindustrie, mit dem wir unsere Kunden und deren eigene Kunden in ihrem Nachhaltigkeitsengagement unterstützen.

Darüber hinaus beteiligen wir uns auch an einer Reihe von Initiativen, die Marktteilnehmer entlang der gesamten Wertschöpfungskette zusammenbringen. Dazu gehört die New Plastics Economy, eine Initiative, die sich für das Prinzip der „Kreislaufwirtschaft“ einsetzt, wobei Materialien nach ihrem Gebrauch gesammelt und immer wieder in neuen Produktionsprozessen verwendet werden können. Wir beteiligen uns auch an CEFLEX, einem aus fast 50 europäischen Unternehmen und Organisationen bestehenden Konsortium, das sich dafür einsetzt, durch bessere Lösungen beim System flexible Verpackungen für die Kreislaufwirtschaft nutzbarer zu machen.

Partnerschaften mit Pionieren

Neben unseren Kooperationen mit Lieferanten und Kunden arbeiten wir auch mit innovativen Partnern außerhalb unserer direkten Wertschöpfungskette zusammen. Wir haben 2017 unsere Partnerschaft mit TerraCycle erweitert, einem US-amerikanischen Unternehmen, das Recycling-Lösungen für üblicherweise nicht recycelbare Materialien anbietet. Unsere Produktentwicklungsteams haben gemeinsam mit TerraCycle Recycling-Lösungen für verschiedene Technologien unserer Marke Loctite entwickelt, wie anaerobe Klebstoffe, lichthärtende Klebstoffe und Cyanacrylate. Die gereinigten Verpackungen unserer Klebstoffe werden zu Pellets verarbeitet. Aus dem recycelten Kunststoff können dann beispielsweise Parkbänke und Gartenmöbel hergestellt werden. Er kann sogar wieder im Flaschenherstellungsprozess eingesetzt werden und soll die Entwicklung eines Kreislaufwirtschaftskonzepts innerhalb der Klebstoffindustrie ermöglichen. Die Partnerschaft besteht derzeit in fünf Ländern: Kanada, USA, Deutschland, China und Australien.

Im Rahmen unserer Partnerschaft mit TerraCycle werden die Verpackungen unserer Klebstoffe zu Pellets verarbeitet, die zur Herstellung neuer Produkte wie zum Beispiel Parkbänke oder Gartenmöbel verwendet werden können.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Partnerschaften für den gesellschaftlichen Fortschritt

Wir wollen zum gesellschaftlichen und sozialen Fortschritt beitragen und zusammen mit lokalen Gemeinschaften und unseren Partnern Mehrwert schaffen. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies nutzt seine starken Marken, um die gesellschaftliche Entwicklung zu fördern. Mit Unterstützung der Fritz Henkel Stiftung hat sich unsere Verbrauchermarke Pritt gemeinsam mit Plan International für den → Bau einer neuen Schule in der ländlichen Region Codó im Nordosten von Brasilien eingesetzt. Eine zweite Schule wurde renoviert und neu ausgestattet. Um die Gemeinden mit einer auch langfristigen Perspektive zu entwickeln, wurden die Lehrer zudem zu Schulungen eingeladen, in denen sie ihre pädagogischen Fähigkeiten vertiefen konnten, während den Kindern und deren Familien in Workshops grundlegende Kinderrechte wie Bildung, Teilhabe, Gesundheit und Ernährung vermittelt wurden. Die Initiative strebt an, die Lernsituation der Schüler zu verbessern und ihnen so die Möglichkeit zu geben, den Kreislauf der Armut zu durchbrechen.

Unsere Initiative „Welcome Home“, ein Programm zur Förderung der gesellschaftlichen Verantwortung, das bedürftigen Familien und Kindern ein sicheres Zuhause bieten will, wurde 2017 im zweiten Jahr fortgeführt. Zusammen mit Hilfsorganisationen bieten Mitarbeiter aus dem Geschäftsfeld Konsumenten, Handwerk und Bau Unterstützung bei der Sanierung und dem Bau von sicherem Wohnraum. Ziel des Programms ist, Menschen eine Grundlage zur Verfügung zu stellen, auf der sie ein besseres Leben aufbauen können. Eines der Schlüsselprojekte im Jahr 2017 war ein einwöchiges Projekt in

Zusammen mit der Organisation Habitat for Humanity haben Henkel-Mitarbeiter aus dem Geschäftsfeld Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau 2017 die Errichtung eines Wohnhauses für Familien in Veles, Mazedonien, unterstützt.

Veles, Mazedonien, in Zusammenarbeit mit Habitat for Humanity. 18 Henkel-Mitarbeiter aus ganz Europa haben gemeinsam mit zwölf lokalen Mitarbeitern aus Serbien, dem Kosovo und Mazedonien ein Wohnhaus für bedürftige Familien errichtet.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Beauty Care +

Beauty Care

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Mehr Lebensqualität schaffen

In unserem Unternehmensbereich Beauty Care möchten wir durch Innovationen und Partnerschaften die Lebensqualität der Menschen verbessern und dazu beitragen, in unserem gesellschaftlichen Umfeld nachhaltig Werte zu schaffen. Bei der Entwicklung neuer Produkte stehen die Verbraucher im Mittelpunkt unseres Handelns. Wir wollen ihnen leistungsstarke und sichere Produkte anbieten, und sie gleichzeitig motivieren, durch ihr Verhalten zum verantwortlichen Umgang mit Ressourcen beizutragen. Darüber hinaus möchten wir messbar zu sozialem Fortschritt beitragen und gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Daher ist das Ziel unserer Initiative „Million Chances", Mädchen und Frauen auf der ganzen Welt dabei zu unterstützen, eine erfolgreiche berufliche und private Zukunft aufzubauen.

Jeder Beitrag zählt

Nachhaltigkeit hat bei der Entwicklung von Produktinnovationen eine zentrale Bedeutung. Unser Anspruch bei Beauty Care ist, dass jede Innovation durch Leistung und Attraktivität auf der einen Seite sowie durch Umweltverträglichkeit, gesellschaftliche und soziale Verantwortung auf der anderen Seite überzeugt.

Henkel verpflichtet sich, durch jedes neue Produkt zu mehr Nachhaltigkeit beizutragen. Deshalb haben wir bei Beauty Care bereits vor zwei Jahren den CO_2-Fußabdruck aller unserer über 165.000 Produktformeln ermittelt und sind zu jedem Zeitpunkt in der Lage, Optimierungen zugunsten eines nachhaltigeren Produktprofils zu analysieren und wenn möglich umzusetzen. Um unsere flächendeckenden Messsysteme noch besser und einfacher nutzbar zu machen, gibt es seit 2017 zu jeder Formel einen sogenannten Nachhaltigkeits-Report in kompakter Form. Dieser fasst standardisiert alle relevanten Informationen zu den Inhaltsstoffen zusammen, wie zum Beispiel den CO_2-Wert, die Menge nachwachsender und leicht biologisch abbaubarer Inhaltsstoffe oder auch die Wassergefährdungsklasse. Die einheitliche Methodik und die Vergleichbarkeit der Reports verschaffen unseren Entwicklern im täglichen Arbeiten einfachen Zugang und jederzeit volle Transparenz über die Nachhaltigkeitsbeiträge unserer Formeln und mögliche Optimierungen zugunsten eines geringeren Fußabdrucks. Im Folgenden einige Produktbeispiele, die sich sowohl durch ihre Leistung als auch durch ihr Nachhaltigkeitsprofil auszeichnen.

„Wir wollen durch nachhaltige Innovationen in unserem Konsumenten- und Friseurgeschäft mehr Wert schaffen. Unser Ziel ist, einen positiven Beitrag zu mehr Lebensqualität zu leisten und zugleich unserer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden."

Jens-Martin Schwärzler
Mitglied des Vorstands und zuständig für den Unternehmensbereich Beauty Care

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Schauma Nature Moments

Das Schauma-Shampoo „Nature Moments“ mit fair gehandeltem Arganöl aus Marokko und Macadamiaöl repariert geschädigtes Haar und pflegt es intensiv. Die leistungsstarke Formel zählt zu unseren mit DERMOCERT gekennzeichneten Kosmetikprodukten, die in speziellen dermatologischen Tests eine hervorragende Verträglichkeit bewiesen haben. Das Shampoo wird ohne zusätzliche Wärme im Produktionsprozess hergestellt, wodurch Energie und CO_2 eingespart werden können. Für die Etikettierung der Flasche wurde ein neuer Prozess eingeführt, der das Recycling der Trägerfolie ermöglicht. Dadurch wird eine erhebliche Menge an Abfall vermieden. Beauty Care wurde dafür mit dem → RafCycle Award ausgezeichnet. Der größte Anteil an CO_2-Emissionen entsteht während der Anwendung des Shampoos. Die Marke Schauma ist daher Teil unserer Initiative → „BeSmarter“, durch die wir unsere Verbraucher für den verantwortungsvollen Umgang mit Wasser und Energie sensibilisieren.

Das Schauma-Shampoo „Nature Moments“ ist nicht nur leistungsstark, sondern auch besonders verträglich und mit DERMOCERT gekennzeichnet. Im Produktionsprozess werden Energie und CO_2 eingespart und das Abfallaufkommen wird dank eines neuen Etikettierungsprozesses verringert.

Got2b-Trockenshampoo

Die neuen Got2b-Trockenshampoos vereinen praktische Haarreinigung und Haarstyling mit signifikanten ökologischen Einsparungen im Vergleich zu herkömmlichen Shampoos, die mit warmem Wasser angewendet werden. Die neuen Produkte enthalten eingefärbte Reisstärke, bei der es nicht zur Trennung von Stärke und Farbpigmenten kommen kann. Hierdurch werden ein Grauschleier auf dem Haar und weiße Rückstände auf der Kleidung vermieden. Als Stylingprodukt angewendet, verleiht es zudem Textur und Volumen für das Haar. Besonders signifikant ist der reduzierte Fußabdruck im Vergleich zum Waschen mit einem herkömmlichen Shampoo: Pro Anwendung können 200 Gramm CO_2 eingespart werden.

Das Got2b-Trockenshampoo hilft, Wasser und Energie zu sparen. Damit helfen wir unseren Verbrauchern, ihren Fußabdruck während der Anwendung unserer Produkte zu senken. Das neue Trockenshampoo verhindert zudem Grauschleier und Rückstände auf Haar und Kleidung.

Gemeinsam mit unseren Verbrauchern

Unser Ziel ist es, die Lebensqualität möglichst vieler Menschen im Einklang mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen zu steigern. Unsere Produkte leisten durch die Pflege von Haar, Haut und Zähnen auch einen sozialen und emotionalen Beitrag zur Lebensqualität. Gleichzeitig haben Lebenszyklusanalysen gezeigt, dass mehr als 90 Prozent des Wasser- und Energieverbrauchs unserer Produkte, die nach der Anwendung ausgespült werden, während des Gebrauchs entstehen. Insgesamt werden in einem Haushalt über 70 Prozent des Warmwassers beim Duschen verwendet. Deshalb nutzt Beauty Care seine Marken, um Kunden und Verbraucher über eine nachhaltige Verwendung zu informieren und Anregungen für den verantwortungs-

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

vollen Einsatz der Ressource Wasser zu geben. Als ein Beitrag für das übergreifende Henkel-Ziel, Verbrauchern dabei zu helfen, 50 Millionen Tonnen CO_2 bis zum Jahr 2020 einzusparen, hat Beauty Care 2016 die Initiative „BeSmarter“ ins Leben gerufen. Informationen auf den Produkten, eine umfassend informierende Website und unterstützende Maßnahmen in den Verkaufsstellen erklären Verbrauchern, wie sie einen Beitrag zur Ressourcenschonung leisten können. Seit Beginn der Initiative sind zehn Marken und 25 Länder an der Umsetzung unseres Ziels beteiligt. Zusätzlich hat Beauty Care zur „World Water Week 2017“ am Standort Düsseldorf gezielt seine Mitarbeiter adressiert und motiviert, ihr Duschverhalten zu prüfen. In Kooperation mit dem Schweizer Start-up Amphiro wurde dazu ein Messgerät vorgestellt, das zwischen Duschkopf und Duschschlauch montiert wird und während des Duschens in Echtzeit den Wasserverbrauch und die verbrauchte Energie misst. Die Ergebnisse des rein durch den Wasserfluss betriebenen Messgeräts helfen Verbrauchern, ihr Duschverhalten besser einzuschätzen und entsprechend zu verändern.

Die Initiative „BeSmarter“ bringt Verbrauchern den verantwortungsvollen Umgang mit der Ressource Wasser näher, vor allem bei der Anwendung unserer Produkte. Inzwischen sind zehn Marken in 25 Ländern aktiv.

Im Jahr 2018 wird der Fokus der Initiative „BeSmarter“ auf dem Thema Recycling liegen. In vielen Ländern gibt es bereits Rücknahme- und Recyclingsysteme für Verpackungen, wie zum Beispiel „Der Grüne Punkt“ in Deutschland. Andere Länder sind beim Abfallmanagement hingegen noch deutlich weniger weit entwickelt. Neben dem Umgang mit Abfällen spielt auch die Recyclingfähigkeit, also die Auswahl von geeigneten Materialien und Materialmischungen, eine wesentliche Rolle. Über die Kommunikation unserer Marken wollen wir möglichst viele Verbraucher zu diesem Thema informieren und sensibilisieren.

Gemeinsam mit dem Start-up-Unternehmen Amphiro informierte Henkel seine Mitarbeiter in Düsseldorf während der „World Water Week“ über Ressourcenschonung beim Duschen.

Partnerschaften für nachhaltige Lösungen

Der Unternehmensbereich Beauty Care setzt seit vielen Jahren auf die Entwicklung von Innovationen, die zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Dazu entwickeln wir Lösungen gemeinsam mit Partnern entlang der Wertschöpfungskette. Ein immer wichtiger werdendes Thema und auch ein Henkel-Ziel ist dabei die Förderung von Kreislaufwirtschaft. Neben grundlegenden Recyclingsystemen in unseren Märkten spielen hierbei auch Verbraucher eine wichtige Rolle. In Partnerschaft mit TerraCycle, einem Unternehmen, das Recycling-Lösungen für üblicherweise nicht recycelbare Materialien anbietet, und ausgewählten Handelskunden in Österreich und Großbritannien konnten Verbraucher 2017 leere Kosmetikverpackungen der Marken Fa und Right Guard in speziellen Sammelcontainern ent-

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

sorgen. Aus den leeren Verpackungen wurden im zweiten Schritt neue Gebrauchsgegenstände wie mobile Fitnessgeräte oder Kinderrutschen produziert. So werden wertvolle Rohstoffe vor der Verbrennung oder Deponierung bewahrt. Gleichzeitig können neue Produkte aus ihnen entstehen.

Engagement unserer Marken

Beauty Care hat die Vision, über seine Produkte hinaus das Leben von Menschen weltweit zu verbessern und zu sozialem Fortschritt beizutragen. Deshalb hat Schwarzkopf 2016 die Initiative „Million Chances“ ins Leben gerufen. Ihr Ziel ist es, weltweit Mädchen und Frauen dabei zu unterstützen, sich eine erfolgreiche Zukunft aufzubauen. In Kooperation mit internationalen Wohltätigkeitsorganisationen und durch das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter konnten seit dem Start der Initiative 44 Projekte umgesetzt und rund 7.500 Frauen erreicht werden. Zum Beispiel bietet die Initiative Hilfe bei einem beruflichen oder privaten Neuanfang an. So wurden in Kolumbien Frauen, die oft keinen Zugang zu Bildung haben, gemeinsam mit Plan International in unternehmerischem Denken und Handeln geschult, um finanziell unabhängig sein zu können.

Die Schwarzkopf-Initiative „Million Chances“ wurde 2016 ins Leben gerufen, um Frauen und Mädchen dabei zu unterstützen, sich eine erfolgreiche Zukunft aufzubauen. Unterstützt wird die Initiative von Wohltätigkeitsorganisationen und durch das ehrenamtliche Engagement von Henkel-Mitarbeitern. Foto: Plan International.

2017 war auch der Start einer → strategischen Partnerschaft mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank. Gemeinsames Ziel ist es, den Plastikabfall in den Ozeanen zu stoppen und gleichzeitig neue Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. Im ersten Schritt werden neue Sammelstellen für Plastikmüll in Haiti errichtet. Die lokale Bevölkerung wird im Austausch gegen das gesammelte Plastik Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen erhalten. Der Plastikabfall wird sortiert, verarbeitet und kann dann wieder der Recycling-Wertschöpfungskette zugeführt werden – als Social Plastic®: Durch die Verifizierung des Materials durch Plastic Bank wird bestätigt, dass die Sammler einen überdurchschnittlichen Preis für den Plastikabfall erhalten haben. In Zukunft sollen auch Verpackungen für Henkel-Produkte unter Einsatz von „Social Plastic®“ erzeugt werden.

Henkel ist 2017 eine Partnerschaft mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank eingegangen. Das gemeinsame Ziel ist, den Plastikabfall in den Ozeanen zu reduzieren und gleichzeitig neue Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. In Haiti kann die lokale Bevölkerung Plastikabfall sammeln, abgeben und gegen Geld oder Sozialleistungen eintauschen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Als weiteres langjähriges Projekt, das Jugendlichen weltweit zu einer gesicherten Zukunft verhelfen soll, bereichert „Shaping Futures“ die Schwarzkopf-Initiative „Million Chances“. Bereits seit 2010 bietet Schwarzkopf Professional in Zusammenarbeit mit Non-Profit-Organisationen Jugendlichen die Möglichkeit, eine Grundausbildung in den Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen und sich so eine Existenzgrundlage aufzubauen. Durch das ehrenamtliche Engagement von Friseuren konnten dank der Initiative „Shaping Futures“ seit ihrer Gründung bereits mehr als 1.900 junge Erwachsene aus 30 Ländern ausgebildet werden. Allein im Jahr 2017 fanden 20 Trainings in 17 Ländern statt. Neu hinzugekommen sind Georgien und Ungarn. In Myanmar konnten wir, neben erstmaligen Trainings, in Kooperation mit der Fritz Henkel Stiftung und weiteren Partnern den Bau eines eigenen Unterrichtsgebäudes und dessen Einrichtung ermöglichen. Junge Frauen sollen hier langfristig eine sechsmonatige Ausbildung zur Kosmetikerin absolvieren können, drei davon mit dem Schwerpunkt Friseurhandwerk.

Die Initiative „Shaping Futures“ von Schwarzkopf Professional ermöglicht es Jugendlichen, eine Grundausbildung in den Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen und sich so eine Existenzgrundlage aufzubauen. Seit der Gründung im Jahr 2010 konnten mehr als 1.900 junge Erwachsene aus 30 Ländern ausgebildet werden.

Beauty Care ist mit „Million Chances“ darüber hinaus Partner des Patientenprogramms „look good feel better“ der DKMS LIFE. Bereits seit 1995 organisiert die gemeinnützige Organisation kostenfreie Kosmetikseminare, um Krebspatientinnen mit neuem Selbstwertgefühl und Lebensmut während der Krebstherapie zu stärken. Seit acht Jahren richtet Beauty Care gemeinsam mit DKMS LIFE den Düsseldorfer Charity Ladies’ Lunch aus, um das Engagement für Krebspatientinnen zu fördern.

Bis 2020 wollen wir unter dem Dach von „Million Chances“ insgesamt 140.000 Frauen und Mädchen erreichen.

Beauty Care unterstützt das Patientenprogramm „look good feel better“ der DKMS LIFE, das kostenfreie Kosmetikseminare für Krebspatientinnen organisiert. Im Gespräch: Schwarzkopf-Haarexperte Armin Morbach mit Schirmherrin Marina Ruperti.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel-Sustainability#Master® – Barnängen All Over Intensive Body Balm

Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel	Anwendung	Entsorgung
Leistung	Auf Basis natürlicher Inhaltsstoffe				Besonders gute Pflegeleistung	
Gesundheit und Sicherheit					Besonders hautverträglich	
Gesellschaftlicher /sozialer Fortschritt	Bienenwachs aus „Guter Imkerlicher Praxis“					
Materialien und Abfall	70 % nachwachsende Rohstoffe		Leichter Kunststofftiegel			Keine Produktrückstände im Tiegel
Energie und Klima	Keine Aluminiumversiegelung des Tiegels					
Wasser und Abwasser						

Fußabdruck

Hotspot mit signifikanter Verbesserung

Der „Henkel-Sustainability#Master®“ zeigt das Nachhaltigkeitsprofil des neuen Barnängen All Over Intensive Body Balms. Seine Formel beruht auf der seit der Antike bekannten „Cold Cream“, einer Emulsion basierend auf ausgewählten natürlichen Inhaltsstoffen, die zusätzlich mit den Wirkstoffen Allantoin und Kamille kombiniert wurde. Insgesamt besteht die Formel zu 70 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen. Die zum Patent angemeldete Rezeptur enthält feuchtigkeitsspendendes Bienenwachs, das nach dem Standard der „Guten Imkerlichen Praxis“ gewonnen wurde. Die reichhaltige Creme zeichnet sich durch eine besonders hohe Pflegeleistung bei gleichzeitig hervorragendem Einziehverhalten aus. Das Produkt ist in einem leichten Kunststofftiegel verpackt, sodass gewichtsbedingte Transportemissionen vermieden werden. Die Verpackung kommt darüber hinaus ohne eine zusätzliche Aluminiumversiegelung für die Produkthygiene aus. Die Auswahl eines Tiegels anstelle anderer Verpackungsformate ermöglicht den Verbrauchern außerdem eine leichte und vollständige Entleerung.

→ Erklärung des Henkel-Sustainability#Master®

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Laundry & Home Care

Laundry & Home Care

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Gemeinsam Ressourcen schonen

Der Anspruch der Verbraucher ist gleichzeitig unser Ziel: Unsere Produkte sollen die Kriterien Qualität, Umweltverträglichkeit und gesellschaftliche Verantwortung erfüllen. Denn diesen Dreiklang verstehen wir als Motor für Innovationen und Basis für unsere zukünftige Wettbewerbsfähigkeit. Die Forschungs- und Entwicklungsstrategie des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care verbindet daher Innovation mit Nachhaltigkeit und setzt auf ressourceneffiziente Technologien und Produkte: Jedes neue Produkt muss mindestens in einem der sechs Fokusfelder von Henkel zum nachhaltigen Wirtschaften beitragen.

Fokus auf die Anwendungsphase

Ein wichtiges Ziel ist die Förderung eines ressourcenschonenden Konsums. Hier sind unsere Produkte der Schlüssel: Sie kommen täglich millionenfach in Haushalten zum Einsatz und benötigen in der Gebrauchsphase häufig Wasser und Energie. So entstehen bis zu 80 Prozent des ökologischen Fußabdrucks unserer Produkte während der Anwendung. Daher konzentrieren wir uns auf die Entwicklung von Produkten, die einen effizienten Einsatz von Ressourcen ermöglichen. Gleichzeitig versuchen wir, durch gezielte Verbraucherinformation ein verantwortungsbewusstes Verhalten während der Produktan wendung zu fördern. Mit einer zielgruppengerechten Kommunikation verdeutlichen wir die Vorteile unserer Produkte und leiten zu ressourcenschonender Anwendung an. Ein Beispiel ist der Persil-Waschrechner, der die Verbraucher im Internet über ressourcenschonendes Waschen informiert.

„Es hat für uns absolute Priorität, dass all unsere Produkte die Kriterien Qualität und Umweltverträglichkeit erfüllen. Darüber hinaus ist unser Ziel, dass sie auch einen Beitrag zu unserer Verantwortung für das Wohlergehen der Verbraucher, für die Umwelt sowie für die Gesellschaft leisten.“

Bruno Piacenza
Mitglied des Vorstands und zuständig für den Unternehmensbereich Laundry & Home Care

Auch die Zusammenarbeit mit Handelspartnern ist für uns wichtig, um gemeinsam einen nachhaltigen Konsum voranzutreiben. Im Rahmen der Vertriebsinitiative „Say yes! to the future“ schulen wir unsere Mitarbeiter zu vertriebsrelevanten Nachhaltigkeitsthemen.

Mit nachhaltigen Innovationen mehr Wert schaffen

Die Innovationsrate des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care lag im Jahr 2017 bei rund 45 Prozent, das heißt, der Unternehmensbereich generiert rund 45 Prozent seines Umsatzes mit Produkten, die jünger als drei Jahre sind. Dabei setzt Henkel seit Jahrzehnten Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe ein. Im Jahr 2017 basierten beispielsweise rund 30 Prozent der organischen Inhaltsstoffe unserer Wasch- und Reinigungsmittel auf nachwachsenden Rohstoffen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Industrie trifft Wissenschaft

Laundry & Home Care fokussiert sich in seinem Innovationsmanagement verstärkt auf Forschungskooperationen und „Open Innovation", das heißt auf die Einbindung externer Innovationspartner wie Universitäten, Forschungsinstitute, Lieferanten oder Kunden. Um die Bedürfnisse der Kunden und Verbraucher genau zu verstehen und erstklassige Innovationen entwickeln zu können, beginnt die Zusammenarbeit in vielen Fällen bereits vor der eigentlichen Produktentwicklung.

Der Einsatz nachwachsender Rohstoffe ist ein bedeutender Aspekt nachhaltiger Wasch- und Reinigungsmittel. Beim „Henkel Innovation Campus for Advanced Sustainable Technologies" – kurz HICAST –, einer Kooperation zwischen Henkel und der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen, konnten vielversprechende Fortschritte bezüglich nachhaltiger Rohstoffbasen erzielt werden, die zudem in diesem Jahr mit dem „Laundry & Home Care Research Award 2017" ausgezeichnet wurden. Der Preis ging an Dr. Peter Hausoul für seine Forschungen hinsichtlich Syntheserouten für neue leistungsstarke waschaktive Substanzen, sogenannte Tenside, auf Basis von Biomasse. Diese könnten in Zukunft zur verbesserten CO_2-Bilanz von Waschmitteln führen. Dr. Hausoul hat auf Basis von Biomasse gewonnene Zwischenprodukte als Bausteine verwendet, um daraus neuartige Tenside zu entwickeln. Mehrere Substanzen konnten bereits zum Patent angemeldet werden. Gemeinsam mit den Forschern von Henkel konnte er zeigen, dass die neuen Tenside in der Praxis funktionieren. Die Arbeiten von Dr. Hausoul belegen, dass katalytische Verfahren den Zugang zu neuen biobasierten Tensiden ermöglichen, die langfristig heutige Rohstoffe in Waschmitteln ersetzen können. Diese Erkenntnisse sind ein wichtiger Baustein für die Weiterentwicklung ressourcenschonender und klimaneutraler Produkte.

Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum (links), Leiter der globalen Forschung und Entwicklung im Unternehmensbereich Laundry & Home Care, und Dr. Michael Dreja (rechts), Leiter der globalen Forschung im Unternehmensbereich Laundry & Home Care, überreichten den „Laundry & Home Care Research Award 2017" an Dr. Peter Hausoul.

Somat Gold erneut ausgezeichnet

Im deutschen Maschinengeschirrspülmittel-Test der Stiftung Warentest wurde Somat zum siebten Mal Testsieger. Da die Produkte auch in Niedrigtemperatur-Programmen und ohne Vorspülen ihre volle Leistung entfalten, konnte bereits in der Vergangenheit ein großer Beitrag zur Senkung des Energie- und Wasserverbrauchs erreicht werden. Henkel verzichtet bei seiner Geschirrspülmarke Somat, die in einigen Ländern auch unter der Marke Pril geführt wird, seit April 2016 in allen europäischen Geschirrspülprodukten auf Phosphate, die Salze der Phosphorsäure, und setzt stattdessen auf die Kraft der Zitronensäure. Somit erfüllte Henkel als eines der ersten Markenartikelunternehmen neun Monate vor Inkrafttreten einer Änderung der EU-Detergenzienverordnung die Anforderung, nach der Reinigungsmittel für Haushaltsspülmaschinen seit Januar 2017 nahezu frei von Phosphor sein müssen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Waschmittelinnovation: Persil Sauber & Glatt

Laundry & Home Care hat im April 2017 Persil Sauber & Glatt auf den Markt gebracht. Die Waschmittelinnovation schützt die Kleidung bereits in der Waschmaschine vor Falten und vereinfacht das Bügeln der trockenen Kleidung. Mittlerweile ist das Produkt in Belgien, Deutschland, Griechenland, Italien, Spanien und Zypern erhältlich. Durch weniger Bügeln wird seitens der Verbraucher weniger Energie benötigt. Jedes Jahr können auf diese Weise weltweit mehr als 100.000 Tonnen CO_2 eingespart werden.

Laundry & Home Care hat 2017 die Innovation Persil Sauber & Glatt auf den Markt gebracht. Sie schützt Kleidung bereits in der Waschmaschine vor Falten und vereinfacht das Bügeln. Chemielaborantin Ingrid Gattner (links) und Produktentwicklerin Dr. Martina Seiler überprüfen das Knitterbild der trockenen Wäsche.

Flüssigwaschmittel haben im Vergleich zu Pulverwaschmitteln einen höheren Anteil an Inhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe, sparen bis zu 80 Prozent Energie im Produktionsprozess und leisten damit einen Beitrag zur Nachhaltigkeit. Da sich Flüssigwaschmittel sofort durch den Kontakt mit Wasser auflösen, steigt zudem bei Verbrauchern die Bereitschaft, die Waschtemperatur zu verringern und so ebenfalls zur Ressourcenschonung beizutragen. Wenn beispielsweise für alle Maschinenwäschen mit Henkel-Waschmitteln für bunte und synthetische Textilien die Temperatur 30 statt 40 Grad Celsius gewählt werden würde, könnten insgesamt rund zwei Millionen Tonnen CO_2 jährlich eingespart werden. Dies entspricht umgerechnet der jährlichen CO_2-Aufnahme von mehr als 40 Millionen Bäumen. Auf solche Einsparungspotenziale wird Persil Verbraucher mit einem neuen Logo unter dem Motto „sei nachhaltig – wasche kalt“ aufmerksam machen.

Mit dem Logo „sei nachhaltig – wasche kalt“ wird Henkel auf seinen Waschmittelverpackungen auf das Thema Energiesparen beim Waschen aufmerksam machen. Durch eine Verringerung der Waschtemperatur kann seitens der Verbraucher Energie und somit CO_2 eingespart werden.

Nachhaltige Verpackungslösungen

Wichtige Ziele der Henkel-Verpackungsentwickler sind die Reduzierung und die Wiederverwendung von Verpackungsmaterial sowie der gesteigerte Einsatz von recycelten Materialien. In der wiederverwendbaren Persil-Box für Flüssigwaschmittelkapseln beispielsweise konnten 40 Prozent der Verpackungsrohstoffe gegenüber der Vorgängerbox eingespart werden. Das entspricht einer jährlichen Ersparnis von 1.350 Tonnen Kunststoffmaterial. Durch die Trennung von Papier- und Kunststoffverpackungsmaterial kann zudem die Recyclingfähigkeit auf 100 Prozent erhöht werden. Ein weiteres Beispiel ist die Flasche von Persil Sauber & Glatt: In Deutschland wurden im Jahr 2017 erstmals Flaschen hergestellt, die 20 Prozent recyceltes Polypropylen (PP) aus Industrieprozessen enthalten.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Da der Großteil der Verpackungen nach Gebrauch zu Haushaltsabfällen wird, suchen wir kontinuierlich nach intelligenten Verpackungslösungen, die das Abfallaufkommen auf Verbraucherseite verringern. Die Recyclingfähigkeit der wiederverwendbaren Persil-Box liegt bei 100 Prozent.

Pro Nature – Produkte mit hohen Ansprüchen

Die Pro Nature-Reihe von Henkel mit Produkten von Pril und Sidolin erfüllt die Kriterien für die Vergabe des „Blauen Engels“. Als Umweltzeichen des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit kennzeichnet „Der Blaue Engel“ Produkte, die hohe Ansprüche an Umwelt-, Gesundheits- und Gebrauchseigenschaften erfüllen und somit umweltverträglicher sind als vergleichbare, konventionelle Produkte. Für die Formel von Pril Pro Nature Sensitive beispielsweise wurde gezielt ein Tensid gewählt, das zu 100 Prozent auf nachwachsenden Rohstoffen basiert. Darüber hinaus verhindern die neuen Verschlusskappen der Pril-Flaschen die Ablagerung von Spülmittelresten an der Außenseite und ermöglichen eine genauere Dosierung. Auch beim Flaschenmaterial mit einem Rezyklatanteil von derzeit 25 Prozent konnte das Gewicht durch weniger Kunststoffeinsatz weiter reduziert werden. Der gesamte Beitrag zur Ressourcenschonung liegt hier bei mehr als 1,3 Millionen Kilogramm Kunststoff pro Jahr. Ein weiterer Beitrag zur Nachhaltigkeit sind praktische Nachfüllbeutel bei den Reiniger-Produkten Biff und Sidolin, mit denen Verbraucher Verpackungsmüll einsparen und somit zu einem nachhaltigen Konsum beitragen können.

Pril Pro Nature Sensitive erfüllt die Kriterien des „Blauen Engels“. Es enthält Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe und ist wegen seiner pH-neutralen Formel schonend zur Haut. In einem Wettbewerb des deutschen Magazins „Lebensmittelpraxis“ wurde es von Verbrauchern zum „Produkt des Jahres 2018“ gewählt.

Vernel Suprême – Wäschepflege de luxe

Der besonders pflegende Weichspüler sorgt für weiche Wäsche und einen edlen Duft. Die cremige Formel pflegt und schont die Fasern der Kleidung und leistet durch ihre höhere Konzentrierung zudem einen Beitrag zur Ressourceneffizienz mit einer Einsparung von 11.100 Tonnen Weichspüler pro Jahr im Vergleich zu herkömmlichen Weichspülern. Das entspricht dem Inhalt von über 18 Millionen Flaschen inklusive der Rohstoffe, der Herstellung, der Logistik und der Entsorgung des Plastikmaterials.

Die Produktinnovation Vernel Suprême sorgt nicht nur für weiche Wäsche und einen edlen Duft. Der Weichspüler leistet auch einen Beitrag zur Ressourceneffizienz. Durch die höher konzentrierte Formel können 11.100 Tonnen Weichspüler pro Jahr eingespart werden.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Gemeinsam Plastikabfall in Ozeanen reduzieren

Als erstes globales Konsumgüterunternehmen geht Henkel eine → Partnerschaft mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank ein. Gemeinsames Ziel ist, den Plastikabfall in den Ozeanen zu stoppen und gleichzeitig neue Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. Im Rahmen der Partnerschaft werden neue Plastik-Sammelcenter in Haiti errichtet. Die lokale Bevölkerung kann dort gesammelten Plastikabfall abgeben und gegen Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen eintauschen. Aus Plastik wird so Wert geschaffen, bevor der Abfall in Gewässer oder Ozeane gelangen kann. Außerdem arbeitet Henkel daran, das recycelte Plastik in Zukunft in seinen eigenen Produktverpackungen einzusetzen. Die Partnerschaft wird unter anderem von führenden Marken des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care getragen. Hier werden wir die Partnerschaft mit den ProNature-Varianten der Marken Pril, Sidolin und Biff und mit der neu entwickelten Produktserie Lovables verknüpfen.

Henkel ist 2017 eine Partnerschaft mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank eingegangen. Das Ziel ist, den Plastikabfall in den Ozeanen zu reduzieren und gleichzeitig neue Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. Im Rahmen der Partnerschaft werden neue Plastik-Sammelcenter in Haiti errichtet.

A.I.S.E.-Charta und weitere Initiativen auf Verbandsebene

Der Internationale Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelverband A.I.S.E. trägt seit vielen Jahren dazu bei, dass die europäische Wasch- und Reinigungmittelindustrie eine führende Rolle im Bereich der Nachhaltigkeit einnimmt. Henkel ist langjähriges Mitglied und hat 2005 als erstes Unternehmen die Kriterien der „A.I.S.E.-Charta Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ erfolgreich erfüllt. Im Rahmen ihrer Weiterentwicklung wurde die Charta im Jahr 2010 um die wichtige Dimension „Produkte“ ergänzt. So kann gezeigt werden, dass ein Produkt nicht nur von einem nachhaltig wirtschaftenden Unternehmen hergestellt wird, sondern auch selbst ein fortschrittliches Nachhaltigkeitsprofil aufweist. Für die Kategorie „Waschmittel“ beispielsweise sind dabei vier Kriterien von besonderer Bedeutung: Umweltsicherheit der Inhaltsstoffe, Ressourceneffizienz hinsichtlich Dosiermengen und Verpackungsmaterial, Waschleistung bei niedrigen Temperaturen sowie Verbraucherinformation. Erfüllt ein Produkt alle Anforderungen, darf das 2011 eingeführte A.I.S.E.-Charta-Logo auf der Verpackung abgebildet werden. Inzwischen liegen Kriterien für Flüssig- und Pulverwaschmittel, Weichspüler, maschinelle Geschirrspülmittel, Handgeschirrspülmittel, Allzweckreiniger, Spezialsprühreiniger und WC-Reiniger vor, denen unsere Produkte entsprechen.

Im Jahr 2017 hat Henkel intensiv an der Aktualisierung der A.I.S.E.-Online-Aufklärungsinitiative „Keep Caps from Kids“ („Caps weg von Kindern“) mitgewirkt, die Henkel bereits seit 2014 unterstützt. Sie informiert darüber, warum es so wichtig ist, Flüssigwaschmittel-Kapseln von Kindern fernzuhalten. Auf der in allen EU-Landessprachen verfügbaren Internetseite www.keepcapsfromkids.eu wird veranschaulicht, wie Flüssigwaschmittel-Kapseln sicher aufbewahrt und verwendet werden können.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel-Sustainability#Master® – Persil Sauber & Glatt im Vergleich mit Persil Universal Flüssigwaschmittel

Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel	Anwendung	Entsorgung
Leistung			Effiziente Beladung		Reinigungs-leistung	
Gesundheit und Sicherheit					Reduziertes Anwenderrisiko	
Gesellschaft-licher / sozialer Fortschritt				Lösungsangebot für Verbraucher-bedürfnisse	Zeitersparnis	
Materialien und Abfall	Smarter Chemistry				Weniger Hilfsmittel	Recycelbare Plastikverpackung
Energie und Klima		Energieeffiziente Produktion	Optimierter Transport		Kürzere Bügelzeiten	
Wasser und Abwasser						

Fußabdruck

Hotspot mit signifikanter Verbesserung

Laundry & Home Care konnte für Persil Sauber & Glatt eine innovative Formel entwickeln, die bereits während des Waschens vor Knitterbildung schützt, indem sie die Gewebefasern in Form hält und so bei trockener Wäsche perfekte Bügelergebnisse mit weniger Aufwand ermöglicht – bei einer erhöhten Reinigungsleistung. Durch die Verkürzung der Bügelzeiten können Verbraucher sowohl Zeit als auch Energie sparen. Die Verbraucher benötigen zudem weniger Hilfsprodukte und verringern ihr Verletzungsrisiko beim Bügeln. Gleichzeitig leistet das Produkt positive Nachhaltigkeitsbeiträge durch die energieeffiziente Produktion, den optimierten Transport, eine effizientere Beladung und eine recyclierbare Kunststoffverpackung.

→ Erklärung des „Henkel-Sustainability#Master®“

Mitarbeiter

- → Unser globales Team stärken
- → Mitarbeiterentwicklung
- → Vergütung und weitere Leistungen
- → Diversity & Inclusion
- → Dialog und Kultur
- → Gesundheit und Vitalität
- → Arbeitssicherheit

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Mitarbeiter

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Unser globales Team stärken

Henkel will mit seinen Geschäftsaktivitäten nachhaltig Werte schaffen. Dieser Unternehmenszweck verbindet alle Mitarbeiter und geht einher mit unseren Unternehmenswerten, die unsere Entscheidungen und unser Handeln leiten. Um weiterhin erfolgreich zu sein, wollen wir die besten Talente für Henkel gewinnen, weiterentwickeln und halten. Wir bieten ein inspirierendes und herausforderndes Arbeitsumfeld, das von digitalem und flexiblem Arbeiten sowie von einem werteorientierten Führungsstil geprägt ist. Unsere Leistungskultur basiert auf kontinuierlichem und offenem Feedback sowie auf der Anerkennung hervorragender Leistungen – sowohl durch eine attraktive Vergütung als auch durch individuelle und langfristige Weiterentwicklungsmöglichkeiten. Wir stärken unser globales Team, indem wir die Vielfalt und kulturellen Hintergründe wertschätzen, offen und konstruktiv miteinander umgehen und für die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter sorgen. So schaffen wir ein motiviertes und engagiertes Team, das mit seinen individuellen Fähigkeiten und Erfahrungen maßgeblich zu unserem internationalen Unternehmenserfolg beiträgt.

Nachhaltigkeit ist einer unserer fünf Unternehmenswerte und bedeutet, dass wir eine Balance zwischen den Ansprüchen der Gesellschaft, der Verantwortung für die Umwelt und wirtschaftlichem Erfolg anstreben. Um dieses Verständnis bei allen unseren Mitarbeitern zu verankern, hat Henkel vor fünf Jahren das → Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm ins Leben gerufen. Ziel des Programms

„Wir haben bis Ende 2017 mehr als 50.000 Mitarbeiter zu Nachhaltigkeitsbotschaftern trainiert. Darauf sind wir besonders stolz. Damit haben wir unsere Verpflichtung zu nachhaltigem Handeln noch fester in unserer Unternehmenskultur verankert.“

Kathrin Menges
Mitglied des Vorstands und zuständig für den Unternehmensbereich Personal / Infrastruktur-Services

ist, den Mitarbeitern unsere Motivation, Strategie und Verpflichtungen in Bezug auf Nachhaltigkeit zu vermitteln. Wir möchten sie in ihrer Rolle als Botschafter motivieren, ihr Wissen rund um Nachhaltigkeit weiterzugeben und andere dafür zu begeistern – in ihrem Arbeitsumfeld sowie privat. Wir haben uns das Ziel gesetzt, alle unsere Mitarbeiter zu Nachhaltigkeitsbotschaftern auszubilden. Mit vereinten Kräften und einem zielgruppenspezifischen Trainingsansatz haben wir bis Ende 2017 mehr als 50.000 Mitarbeiter erreicht. Mitarbeiter, die gerne individuell lernen und einen PC-Zugang haben, konnten sich die Inhalte im Onlinetraining zeitlich flexibel aneignen. Alternativ dazu organisierten wir für Mitarbeiter, die lieber in Gruppen lernen, sowie für Mitarbeiter ohne PC-Zugang zahlreiche Gruppentrainings. Das dafür notwendige Trainingsmaterial stellten wir in

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

mehr als 30 verschiedenen Sprachen bereit, um mögliche sprachliche Barrieren zu überwinden und den Zugang zum Training zu erleichtern. Alle Trainings enden mit einem Fragebogen, nach dessen erfolgreicher Beantwortung die Teilnehmer ein Zertifikat erhalten. Mit der Qualifikation zum Nachhaltigkeitsbotschafter ist jedoch nur der erste Schritt getan: Wir ermutigen alle Botschafter, mit ihren Fähigkeiten und Kenntnissen eigene Beiträge zu leisten und → sich aktiv für Nachhaltigkeit zu engagieren.

Diese Henkel-Mitarbeiter aus dem Unternehmensbereich Beauty Care haben die Qualifikation zum Nachhaltigkeitsbotschafter erfolgreich abgeschlossen und halten ihr Zertifikat in den Händen.

Mitarbeiterentwicklung

Es ist unser Anspruch, ein wertschätzendes Umfeld zu schaffen, in dem sich alle Mitarbeiter bei Henkel langfristig weiterentwickeln und ihr Bestes geben können. Hierbei fördern wir ihre Fähigkeiten und Kenntnisse und helfen ihnen damit, ihr volles Potenzial zu entfalten. Regelmäßiges und transparentes Feedback zu Leistung und Potenzial dient als Ausgangspunkt für ihre Entwicklung. So können individuelle Fortbildungsmaßnahmen festgelegt werden, die auf Anforderungen des Unternehmens und Potenziale der Mitarbeiter eingehen. Um die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter noch gezielter bedienen zu können, haben wir insbesondere unsere → digitalen Lernangebote weiter ausgebaut. Darüber hinaus verstärken wir die Entwicklung digitaler Kompetenzen, um die Chancen der Digitalisierung erfolgreich nutzen zu können.

Meilenstein: 50 Jahre Jost-Henkel-Ausbildungszentrum
Im Jahr 1966 legte Konrad Henkel den Grundstein des Jost-Henkel-Ausbildungszentrums, das alle Bildungs- und Ausbildungseinrichtungen auf dem Werkgelände in Düsseldorf unter einem Dach zusammenfasst. Heute bietet Henkel in Deutschland 27 Ausbildungs- und duale Studiengänge an, die gegenwärtig von insgesamt mehr als 500 Auszubildenden und Studierenden besucht werden. Im Jahr 2017 begannen 165 neue Auszubildende und Studierende.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Beurteilung und Feedback

Zur gezielten Förderung unserer Mitarbeiter setzen wir auf regelmäßige Entwicklungsgespräche und eine individuelle Entwicklungsplanung. Auf diese Weise können wir Talente im Unternehmen systematisch identifizieren, entwickeln und eine interne Nachfolgeplanung ermöglichen.

- **Für unsere Tarifmitarbeiter** verwenden wir lokal angepasste Beurteilungs- und Entwicklungssysteme. In vielen Ländern beurteilen die Vorgesetzten ihre Mitarbeiter auf Grundlage der erbrachten Leistungen und führen mit ihnen vertrauliche Feedbackgespräche. Unsere Mitarbeiter können so erkennen, was von ihnen erwartet wird und worin Stärken, Schwächen sowie Entwicklungspotenziale bestehen. An diese Gespräche schließen sich konkrete Entwicklungsmaßnahmen an. Dazu gehören Fortbildungsmaßnahmen am Arbeitsplatz, zum Beispiel durch Seminare und Workshops, sowie die Aufgabenerweiterung, beispielsweise durch die Übernahme von Führungsaufgaben.

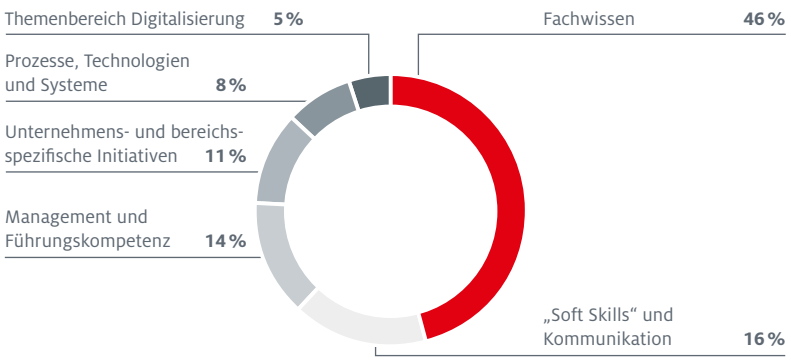
- **Unsere Führungskräfte** sowie ausgewählte Tarifmitarbeiter bewerten wir jedes Jahr im global einheitlichen „Talent Management Cycle“. Im ersten Schritt können die Mitarbeiter eine Selbsteinschätzung ihrer erbrachten Leistung und ihres Potenzials an ihre Vorgesetzten geben. Danach diskutieren mehrere Vorgesetzte eines Bereichs gemeinsam über Leistung und Potenzial ihrer Mitarbeiter, um eine ausgewogene Beurteilung sicherzustellen. Die Bewertung erfolgt nach einheitlichen Grundsätzen und klar definierten Kriterien für Leistung, zum Beispiel Kundenorientierung, und Potenzial, zum Beispiel Überzeugungskraft. In persönlichen Feedbackgesprächen besprechen die Vorgesetzten mit ihren Mitarbeitern die Beurteilung und vereinbaren gemeinsam individuelle Entwicklungsmaßnahmen. Diese Gespräche fördern nicht nur die berufliche und persönliche Weiterentwicklung, sondern ermöglichen auch eine gezielte und langfristige Karriereplanung. Im Jahr 2017 wurden mehr als 1.300 Führungskräfte befördert.

Lebenslanges Lernen

Lebenslanges Lernen ist für uns ein zentrales Element der Weiterentwicklung, insbesondere weil Wissen heute viel schneller veraltet als noch vor einigen Jahren. Maßgeblich ist bei uns das Lernen im betrieblichen Alltag und durch ein abwechslungsreiches Aufgabenfeld. Dies fördert Henkel insbesondere durch die Möglichkeit, neue Aufgaben im In- und Ausland wahrzunehmen. Wir lernen täglich von Vorgesetzten, Teammitgliedern und anderen Kollegen. Digitale Kommunikationskanäle nutzen wir verstärkt, um den internen Wissensaustausch zu unterstützen. Auch unsere Trainings haben wir um neue digitale und modulare Formate erweitert, die sich stärker in den Arbeitsalltag integrieren lassen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Trainingskategorien 2017



- Wir strukturieren **Lerninhalte** so, dass wir immer schneller und individueller auf neue Wissensbedürfnisse innerhalb der Organisation reagieren können. Über unser globales Intranet haben unsere Mitarbeiter Zugang zur „Henkel Global Academy“, die alle formalen Trainingsangebote bündelt. Diese umfassen grundlegende Kenntnisse, wie Management-, Prozess- und Softwaretraining, sowie unternehmensbereichsspezifische Inhalte. Vor dem Hintergrund der Digitalisierung bieten wir seit 2017 einen Lernpfad „Digital Upskilling“ an, der die Teilnehmer durch die gesamte Bandbreite von digitalem Wissen führt. So unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, sich effizient im Zeitalter der Digitalisierung zu bewegen und damit verbundene Chancen zu nutzen. Zudem stellen Führungskompetenzen einen zentralen Lerninhalt dar. Wir wollen einen globalen, → werteorientierten Führungsstandard fördern, der unterschiedliche regionale und kulturelle Aspekte berücksichtigt. Die Inhalte vermitteln wir zum Beispiel über ein Trainingsprogramm, mit dem wir unsere Nachwuchsführungskräfte gezielt und schrittweise auf ihre Führungsverantwortung vorbereiten.

- **Digitale Lernformate** spielen für uns eine zunehmend wichtige Rolle, um Weiterbildungsmöglichkeiten weltweit flexibel zur Verfügung zu stellen. Allgemeine Präsenzschulungen ergänzen wir verstärkt durch interaktive E-Learnings sowie Videos und Webinare. Seit 2017 können alle Mitarbeiter mit PC-Zugang im Rahmen einer Partnerschaft zwischen Henkel und Lynda.com auf mehr als 9.500 Online-Kurse in deutscher, englischer und spanischer Sprache zugreifen. Lynda.com gehört zum Berufsnetzwerk LinkedIn und ist eine führende Online-Schulungsplattform, die ebenfalls über die „Henkel Global Academy“ zur Verfügung steht. Sie unterstützt bei der Erweiterung und Vertiefung von Software-, Kreativ- und Business-Kompetenzen und hilft so bei der Umsetzung beruflicher und persönlicher Ziele. Über digitale Formate können unsere Mitarbeiter ihre Lerninhalte zunehmend selbst bestimmen und die Trainings zeitlich flexibel umsetzen. Das kommt den Bedürfnissen unserer Mitarbeiter entgegen. Das digitale Lernangebot verringert zudem die Notwendigkeit von Reisetätigkeiten.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Digitales Arbeiten

Die Digitalisierung verändert die Geschäftswelt fundamental. Sie schafft neue Möglichkeiten und Herausforderungen in der Art und Weise, wie Mitarbeiter zusammenarbeiten, kommunizieren und zum Unternehmenserfolg beitragen. Wir nutzen digitale Kommunikationskanäle, um den unternehmensweiten Wissensaustausch zu fördern. Ein Beispiel dafür ist unser soziales Netzwerk Yammer, das genutzt wird, um sich in themenspezifischen Gruppen auszutauschen und sich gegenseitig zu inspirieren. Insbesondere dadurch, dass Mitarbeiter aus unterschiedlichen Bereichen miteinander in Kontakt treten, können wir das interdisziplinäre Denken stärken und so unser bestehendes Wissenspotenzial besser ausschöpfen. Digitale Lösungen helfen uns nicht nur dabei, voneinander zu lernen, sondern auch dabei, effizienter zusammenzuarbeiten. So ist auch die Projektarbeit und Zusammenarbeit von Teams immer stärker digital gestützt. Das ermöglicht uns, schnell und flexibel an Projekten zu arbeiten und in einem virtuellen Rahmen in einen schnellen und persönlichen Austausch zu treten.

Bei der „Digital Challenge“ riefen Rahmyn Kress, Chief Digital Officer (links), und Joachim Jaeckle, Leiter Integrated Business Solutions (Mitte), Mitarbeiter auf, kreative Ideen zu generieren, wie Digitalisierung den Erfolg von Henkel nachhaltig beeinflussen kann.

Flexibles Arbeiten

Bei Henkel messen wir Leistung am Ergebnis und nicht an der Präsenz. Daher fördern wir bereits seit Jahren flexible Arbeitsmodelle. Basierend auf einer Vertrauenskultur sind Teilzeit, flexible Arbeitszeiten, neue Arbeitsplatzkonzepte und mobiles Arbeiten für uns selbstverständlich. Zeit- und ortsunabhängig arbeiten zu können verbessert die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf. Das Vertrauen, das wir unseren Mitarbeitern entgegenbringen, stärkt deren Motivation. Unsere Führungskräfte sind angehalten, die Möglichkeiten flexiblen Arbeitens vorzuleben und aktiv zu unterstützen. Mit der Unterzeichnung unserer globalen „Work-Life Flexibility“-Charta im Jahr 2012 hat unser Vorstand die Relevanz dieses Themas bereits früh verdeutlicht.

An verschiedenen Standorten können unsere Mitarbeiter selbst entscheiden, welches der neuen Raum-Module sie nutzen, um ihre Aufgaben im Wechsel von Team- und Einzelarbeit erfolgreich erfüllen zu können.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Um die Arbeitsprozesse effektiver und kreativer zu gestalten, haben wir an verschiedenen Standorten in Europa, Nordamerika und Asien aktivitätsbasierte Raumkonzepte errichtet. Ähnlich wie in Start-up-Unternehmen entsteht auf jeder Etage ein durchdachtes Nebeneinander unterschiedlicher Räume zur Einzel- und Teamarbeit, zur Durchführung von Meetings oder zum informellen Zusammenkommen. Die Mitarbeiter wählen einfach das Arbeitsumfeld aus, das ihre aktuelle Aktivität am besten unterstützt. Auch der moderne Schreibtisch, die sogenannte „Flexible Workstation“, wird wie alle anderen Raummodule bedarfsorientiert und flexibel genutzt.

Vergütung und weitere Leistungen

Die ganzheitliche Wertschätzung unseres globalen Teams ist ein wichtiger Teil unserer → Unternehmenskultur, um den langfristigen und nachhaltigen Geschäftserfolg von Henkel sicherzustellen. Deswegen ist es uns wichtig, dessen Leistung auch durch eine angemessene und marktgerechte Vergütung anzuerkennen. Wir nutzen leistungsabhängige Vergütungsbausteine, um individuelle Beiträge zu belohnen. Im Unterschied zu dem weltweit einheitlichen Vergütungssystem für unsere Führungskräfte basieren die Vergütungssysteme für unsere Tarifmitarbeiter auf lokalen Anforderungen und bestehenden Tarifverträgen. Für uns ist es selbstverständlich, dass keine systematischen Unterschiede bei der Vergütung von männlichen und weiblichen Mitarbeitern bestehen. Neben fixen und leistungsabhängigen Gehaltskomponenten umfasst unser Vergütungssystem auch Sachbezüge sowie Bausteine zur sozialen Absicherung.

Ein Vergütungssystem, das individuelle Leistung belohnt

Der Grundbaustein unseres Vergütungssystems ist ein angemessenes und wettbewerbsfähiges Basisgehalt, das alle Mitarbeiter entsprechend den Marktbedingungen und bestehenden Tarifvereinbarungen erhalten. Es richtet sich nach den Anforderungen der Stelle, den Bedingungen des lokalen Markts, der individuellen Leistung und dem Entwicklungspotenzial des Mitarbeiters. Neben dem Basisgehalt sind wir bestrebt, die persönliche Leistung unserer Mitarbeiter mit attraktiven Leistungsanreizen zu honorieren:

- **Für unsere Tarifmitarbeiter** nutzen wir lokal angepasste Vergütungsbausteine, um ihre Leistungen und ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg zu honorieren. So gibt es je nach Einsatzbereich und Region verschiedene Bonussysteme für Mitarbeiter im Vertrieb, in der Forschung oder in der Produktion. Mit diesen Systemen decken wir fast alle Tarifangestellten weltweit ab.

- **Für unsere Führungskräfte** verwenden wir kurzfristige variable Vergütungsbausteine, um persönliche Beiträge zum Unternehmenserfolg zu belohnen. Das auf Jahresbasis ausbezahlte „Short Term Incentive“ (STI) berücksichtigt sowohl unsere mittelfristigen Finanzziele als auch die individuelle Leistung jedes Einzelnen. Ein Teil unserer außertariflichen Mitarbeiter und leitenden Angestellten mit unmittelbarer Vertriebsverantwortung erhält anstelle des STI separate Bonusregelungen, die auf den Verkaufserfolg abzielen. Unsere Top-Manager sind ausschließlich STI-berechtigt.

- **Für unser Top-Management** gibt es zusätzlich zum jährlichen STI ein „Long Term Incentive“ (LTI). Mit einer Laufzeit von vier Jahren fördern wir damit ein vorausschauendes Verhalten, das unseren

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Unternehmenswert steigert und die Erreichung von langfristigen Zielen honoriert.

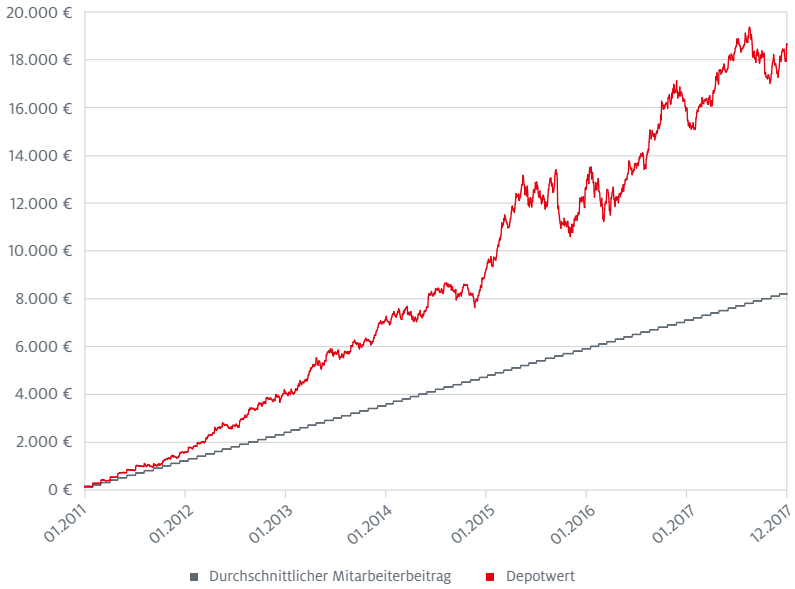
- **Für unseren Vorstand** nutzen wir sowohl eine jährliche als auch eine auf den langfristigen Unternehmenserfolg bezogene variable Vergütung. Details hierzu enthält der Vergütungsbericht im Geschäftsbericht, Seiten 46 bis 57.

Wir beurteilen die Leistung unserer Mitarbeiter stets im Kontext unserer Vision und Unternehmenswerte. In einem unserer fünf Werte verpflichten wir uns, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit auszubauen. Dementsprechend sind Beiträge zur Henkel-Nachhaltigkeitsstrategie und zu deren Zielen Teil der ganzheitlichen jährlichen → Leistungsbeurteilung, welche die variable Vergütung beeinflusst. Wo konkrete Aspekte unserer Nachhaltigkeitsleistung, wie die Reduktion des Energieverbrauchs und der Abfallmengen, in den Einflussbereich von Mitarbeitern fallen und geschäftsrelevant sind (zum Beispiel bei Standortleitern), fließen diese in die individuelle Leistungsbeurteilung dieser Mitarbeiter ein. Darüber hinaus muss nahezu jede Führungskraft im Rahmen der jährlichen Beurteilung die Einhaltung der Henkel-Standards schriftlich bestätigen. Dazu gehören unser Code of Corporate Sustainability sowie die SHE- und Sozialstandards.

Unser Mitarbeiter-Aktienprogramm

Uns ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter am Geschäftserfolg teilhaben können. Dies stärkt nicht nur die Motivation, sondern auch die Verbundenheit mit dem Unternehmen. Seit 2001 bietet Henkel ein Aktienprogramm für seine Mitarbeiter an. Damit wollen wir die Interessen des Unternehmens und unserer Mitarbeiter noch enger miteinander verknüpfen sowie eine attraktive Möglichkeit zur individuellen Altersvorsorge und Zukunftssicherung bereitstellen. Jeden investierten Euro eines Mitarbeiters (bis zu maximal 4 Prozent des Gehalts oder maximal 4.992 Euro pro Jahr) hat Henkel 2017 mit 33 Eurocent gefördert. Rund 11.600 Mitarbeiter in 54 Ländern kauften 2017 im Rahmen des Programms Henkel-Vorzugsaktien. Insgesamt hielten rund 14.600 Mitarbeiter zum Jahresende rund 2,4 Millionen Stück und damit rund 1,4 Prozent der Vorzugsaktien. Die Haltefrist für neu erworbene Aktien beträgt drei Jahre.

Die Entwicklung eines Mitarbeiteraktiendepots bei einem monatlichen Investment von 100 Euro seit Januar 2011



Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Unser Beitrag zur sozialen Absicherung

Unsere Mitarbeiter profitieren weltweit von einem hohen Maß an sozialer Absicherung durch Henkel. In vielen Ländern, in denen kein staatliches Sozialsystem besteht oder dieses lediglich eine elementare Grundversorgung gewährleisten kann, ergänzen wir die staatlichen Leistungen durch eigene Maßnahmen und Initiativen. In den USA zum Beispiel sichern wir unsere Mitarbeiter nahezu vollständig mit einer privaten Krankenversicherung ab. Darüber hinaus bietet Henkel in vielen Ländern, in denen dies marktüblich ist, Leistungen zur betrieblichen Altersversorgung an.

In Deutschland haben wir gemeinsam mit der Allianz Versicherungsgruppe ein einzigartiges Leistungspaket zur Gesundheitsvorsorge für alle Mitarbeiter eingeführt. Der Umfang dieses Angebots geht weit über das der gesetzlichen Versicherungen hinaus und ist unabhängig vom Lebensalter. Es ermöglicht unseren Mitarbeitern seit Oktober 2017 ausgewählte Vorsorgeuntersuchungen als Privatpatient, bei freier Arztwahl und ohne finanzielle Eigenleistung. Den Versicherungsbeitrag zahlt Henkel zu 100 Prozent. Zu den vielen Leistungsfeldern zählen Herz- und Gefäßvorsorge, Schwangerenvorsorge, erweiterte Krebsvorsorge, Sportlervorsorge und ergänzende Gesundheitsvorsorge. Selbstverständlich verbleiben alle medizinischen Ergebnisse ausschließlich bei den Mitarbeitern und den Ärzten ihres Vertrauens ohne Einbezug von Henkel.

Wir wollen unsere Mitarbeiter dazu anregen, mehr über ihre → Gesundheit nachzudenken und frühzeitig etwas zu tun, indem wir ihnen Zugang zu optimaler Prävention ermöglichen. Dies adressiert eine neue Sozialleistung von Henkel, die ein einzigartiges Leistungspaket zur Gesundheitsvorsorge für alle Mitarbeiter in Deutschland beinhaltet.

Diversity & Inclusion

Die Vielfalt unserer Mitarbeiter mit ihren individuellen Unterschieden und Perspektiven ist ausschlaggebend für unsere Stärke und Innovationskraft. Daher steht das Thema „Diversity & Inclusion“ bei Henkel seit zehn Jahren im Fokus. Wir wollen ein integratives Arbeitsumfeld schaffen, in dem jeder Mitarbeiter wertgeschätzt wird und individuelle Leistungen anerkannt werden. Mit zahlreichen Programmen sowie Trainings und Workshops stärken wir das Verständnis für Vielfalt und wertschätzendes Verhalten. Zusätzlich tragen unsere → flexiblen Arbeitsmodelle dazu bei, dass unsere Mitarbeiter in verschiedenen Lebensphasen ihre Arbeitskraft bestmöglich einsetzen können.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Unser Verständnis von Diversity & Inclusion

Es ist unser Selbstverständnis, dass wir unsere Stellen ausschließlich nach Kompetenz, Potenzial und Leistung besetzen. Weder bei der Einstellung neuer Mitarbeiter noch im alltäglichen Umgang miteinander dulden wir diskriminierendes Verhalten. Wir haben den Anspruch, das volle Potenzial unserer Mitarbeiter unabhängig von externen Rahmenbedingungen entfalten zu lassen. Dazu wollen wir Barrieren in unserem Denken und in unseren Prozessen identifizieren und beseitigen.

Wir sind davon überzeugt, dass eine vielfältige Belegschaft sowie eine offene und wertschätzende Unternehmenskultur wichtige Erfolgsfaktoren in einer globalisierten Welt sind. Mit unserer globalen Richtlinie „Global Diversity & Inclusion“ haben wir uns verpflichtet, Vielfalt und wertschätzendes Verhalten bei Henkel weiter zu stärken.

Um unsere Vielfalt zu schätzen und den Zusammenhalt weltweit zu stärken, hat Henkel – inspiriert von einem dänischen Werbespot – ein kleines Video-Experiment umgesetzt: Wir stellten unseren Mitarbeitern persönliche Fragen und fanden so heraus, was uns alle verbindet. Das Ergebnis zeigt, dass unsere durch Vielfalt geprägte Belegschaft einzigartig ist und dass wir trotzdem viele Gemeinsamkeiten haben.

„Global Diversity Week – Diverse minds, agile teams“
Im September 2017 fand zum fünften Mal in Folge die „Global Diversity Week“ statt. Mit dem Ziel, engagierte und agile Teamarbeit zu fördern, gab es jeden Tag ein umfassendes Aktivitätsprogramm mit verschiedenen Schwerpunkten. Der erste Tag stand im Zeichen der bewussten Wahrnehmung, gefolgt von den Themen Generationen, → Flexibles Arbeiten, Agiles Denken und Wertschätzung.

Wir wollen ein integratives Arbeitsumfeld schaffen, das alle Dimensionen der Vielfalt fördert. Wir verfolgen einen ganzheitlichen Ansatz, der individuelle persönliche Merkmale sowie Erfahrungen, Kenntnisse und Fähigkeiten umfasst. Beispiele sind:

- **Generationen:** Grundsätzlich fördern wir über alle Generationen hinweg → lebenslanges Lernen durch individuelle Weiterbildungsmaßnahmen. Ganz konkret nutzen wir Mentoring in unterschiedlichen Unternehmensbereichen und Ländern, um den Wissenstransfer und einen Perspektivenwechsel zwischen erfahreneren und weniger erfahrenen Mitarbeitern zu fördern. Gesellschaftliche Veränderungen, wie die alternde Bevölkerung in den Industriestaaten, stellen hohe Anforderungen an Unternehmen. Um dieser demografischen Entwicklung zu begegnen, hat Henkel in Zusammenarbeit mit der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen einen → „Demografieradar“ entwickelt, mit dem wir die zukünftige Altersstruktur unserer Belegschaft in Deutschland unter bestimmten Rahmenbedingungen simulieren können. Auf Basis dieser Informationen können wir den Herausforderungen demografischer Entwicklungen besser begegnen. Darüber hinaus bieten wir für unsere Mitarbeiter umfangreiche Programme zur → Erhaltung der Gesundheit an.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Altersteilzeit bei Henkel
Mit unserem Konzept TANDEMS („Teilzeit und Ausbildung Normalisieren DEMografie im Schichtbetrieb“) wollen wir den demografischen Wandel bei Henkel aktiv mitgestalten. Das Altersteilzeitmodell ermöglicht unseren Mitarbeitern im Schicht- und Feuerwehrdienst an allen deutschen Standorten einen früheren Ausstieg aus dem mit der Zeit zunehmend belastenden Schichtdienst. Gleichzeitig fördern wir die zielgerichtete Aus- und Weiterbildung von qualifiziertem Nachwuchs, indem die Auszubildenden von den erfahrenen Kollegen direkt auf einen konkreten Arbeitsplatz vorbereitet werden. Auf diese Weise bleibt das langjährige Wissen im Unternehmen erhalten und stärkt die Zukunftsfähigkeit von Henkel.

- **Gender:** Wir haben das Ziel, den Frauenanteil im Unternehmen auf allen Ebenen kontinuierlich zu erhöhen. Dazu nutzen wir gezielte Maßnahmen bei der Mitarbeitergewinnung und -förderung. Wir unterstützen die berufliche Entwicklung von Frauen in allen Führungsebenen weltweit. Der Anteil von Frauen in Führungspositionen lag im Jahr 2017 bei 34,5 Prozent.

- **Kulturen:** Internationale Mitarbeiter mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen sind in einem global agierenden Unternehmen wie Henkel sehr wichtig, um ein entsprechendes Marktverständnis zu schaffen. Um den Herausforderungen gemischter Teams begegnen zu können, bieten wir interkulturelle Trainings und Workshops an. Ziel dieser Angebote ist, ein erhöhtes Bewusstsein für unterschiedliche Wertesysteme und deren Einfluss auf das tägliche Handeln zu schaffen. Außerdem fördert Henkel internationale Einsätze in der beruflichen Laufbahn. Die hierbei gesammelten Erfahrungen eröffnen neue Denkweisen und Perspektiven. Mit Mitarbeitern aus insgesamt 120 Nationen ist kulturelle Vielfalt bei Henkel gelebter Unternehmensalltag. Allein am Hauptsitz in Düsseldorf sind 66 Nationen vertreten.

- **Lebensphasen:** Ausbildung, Karrierewege und soziale Beziehungen prägen unsere Mitarbeiter in ihren unterschiedlichen Lebensphasen. Die daraus entstehenden Aktivitäten und Verpflichtungen stellen sie vor die Herausforderung, Lebens- und Arbeitswelt sinnvoll zu verbinden. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter, indem wir → flexible Arbeitsmodelle anbieten. Darüber hinaus helfen wir Familien tatkräftig bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, zum Beispiel durch das Angebot von Kinderbetreuung und unsere → sozialen Dienste.

Für berufstätige Eltern ist eine verlässliche Kinderbetreuung entscheidend, um Familie und Beruf vereinen zu können. Henkel bietet seinen Mitarbeitern, die aus der Elternzeit in den Beruf zurückkehren, in vielen Ländern Beratung und Unterstützung bei der Suche nach einer passenden Kinderbetreuung. Am Standort in Düsseldorf gibt es 240 Betreuungsplätze in drei Betriebskindergärten. 2015 wurde in Bratislava, Slowakei, der erste Henkel-Betriebskindergarten außerhalb Deutschlands eröffnet. Hier wurden Betreuungsplätze für 100 Kinder im Alter ab zwei Jahren geschaffen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Menschen mit Behinderung integrieren

Bei Henkel fördern wir eine integrative Kultur, die den Fokus auf die Fähigkeiten und individuellen Talente von Menschen mit Behinderung legt. Über gezielte Programme wollen wir die Anzahl von Mitarbeitern mit Behinderung erhöhen – auch in unseren Wachstumsmärkten.

Seit Anfang 2016 hat unser Shared Service Center (SSC) in Manila, Philippinen, Sensibilisierungsgespräche und ein E-Learning entwickelt, die sich auf die Arten von Behinderungen, die Rechte von Menschen mit Behinderung sowie auf die Vorteile ihrer Beschäftigung für das Unternehmen konzentrieren. Im Jahr 2017 hat das SSC Manila sein Integrationsprogramm vollständig umgesetzt. Hier werden derzeit sechs Mitarbeiter mit Behinderung in unterschiedlichen Prozessen beschäftigt. Das Programm beinhaltet einen ganzheitlichen Ansatz bezüglich der Identifizierung, Beschäftigungsmöglichkeiten, Einstellung und Eingliederung von Menschen mit Behinderungen. Das SSC Manila nahm im Jahr 2017 auch an verschiedenen Foren teil, bei denen Henkel seine Erfahrungen bei der Integration von Menschen mit Behinderungen mit anderen Unternehmen austauschte.

Dialog und Kultur

Wir haben den Anspruch, mit unseren Mitarbeitern und ihren Vertretern offen zu kommunizieren und einen konstruktiven Dialog zu führen. Das Ziel ist, sie frühzeitig über wichtige Themen zu informieren und einzubinden. Auf diese Weise sind wir in der Lage, Herausforderungen und Umbrüche in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik erfolgreich anzunehmen, um auch in Zukunft wettbewerbs- und zukunftsfähig zu bleiben.

Unsere Führungskultur

Unseren Führungskräften kommt eine besondere Bedeutung im Mitarbeiterdialog zu, da sie unsere Werte und Unternehmenskultur in der Belegschaft verankern. Ein wertschätzender Führungsstil, bei dem Fähigkeiten und Ansichten jedes Mitarbeiters berücksichtigt werden, ist uns wichtig. So wollen wir eine Kultur schaffen, in der jeder eine Stimme hat und weiß, dass diese Stimme geschätzt und respektiert wird. Auf persönliches Feedback für unsere Mitarbeiter legen wir im Rahmen der aktiven Feedbackkultur besonderen Wert. Dazu gehören → Beurteilungs- und Entwicklungsgespräche sowie Feedback in der täglichen Arbeit. Dies wird durch regelmäßige Teammeetings, Belegschaftsversammlungen und unsere → digitalen Kommunikationskanäle ergänzt.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Kommunikation unserer strategischen Prioritäten

Im Jahr 2016 hat Henkel die neuen Ambitionen und strategischen Prioritäten „Henkel 2020+“ vorgestellt, die das Unternehmen bis 2020 und darüber hinaus prägen werden. Im Jahr 2017 haben wir ein neues, interaktives Format eingeführt, um das Verständnis unserer Schlüsselinitiativen und Unternehmenswerte weiter zu vermitteln und zu vertiefen. Die „Henkel 2020+“-Talks sind eine Veranstaltungsserie, die sich mit starken Ideen zu einer Vielzahl von Themen rund um unsere strategischen Prioritäten, Projekte und Werte auseinandersetzt. Anhand von konkreten Beispielen und persönlichen Anekdoten geben ausgewählte Führungskräfte einen vertieften Einblick in die wichtigsten Themen für Henkel. In den Talks bringen die Redner die Themen auf den Punkt und führen anschließend einen offenen und interaktiven Dialog mit den Mitarbeitern – entweder persönlich oder über Skype. Nach erfolgreichen Auftaktveranstaltungen in Düsseldorf mit internationaler Beteiligung wurden die Talks in Stamford und Rocky Hill, Connecticut, USA, durchgeführt und weltweit übertragen.

Mit den „Henkel 2020+“-Talks inspirierten wir mehr als 5.000 Mitarbeiter, wie sie die strategischen Prioritäten, Projekte und Werte von Henkel dauerhaft in ihrem Berufsalltag umsetzen können.

Umfrage zu „Henkel 2020+“

Rund ein halbes Jahr nach der Einführung von „Henkel 2020+“ haben wir unsere Führungskräfte zur Teilnahme an einer Umfrage eingeladen. Ziel war es, das Verständnis unserer strategischen Prioritäten und Ambitionen zu messen, um anschließend unsere Kommunikation und Aktivitäten zur Förderung ihres Engagements basierend darauf weiter zu verbessern. Die Rücklaufquote lag bei 45 Prozent mit insgesamt sehr positiven Ergebnissen. Das Verständnis und die Überzeugung in Bezug auf alle Bestandteile unserer Strategie lag deutlich über 90 Prozent und übertraf externe Vergleichswerte. Auch die Tatsache, dass 80 Prozent aller antwortenden Führungskräfte ihren persönlichen Beitrag ausführlich beschrieben haben, ist ein Beleg für dieses klare Verständnis. Eine sehr wichtige Erkenntnis war die Effektivität der persönlichen Kommunikation: Die meisten teilnehmenden Führungskräfte erfuhren von „Henkel 2020+“ in Townhall-Meetings des Vorstands oder bei Management-Konferenzen. Das unterstreicht die unveränderte Bedeutung der persönlichen Kommunikation parallel zum Trend zur Digitalisierung und zu neuen Medienformaten.

Mitarbeitervertretung

Unsere verschiedenen Arbeitnehmergremien nehmen eine zentrale Rolle ein. Ein intensiver Austausch und Beratungen mit der Geschäftsführung finden sowohl auf der betrieblichen Ebene, zum Beispiel mit den lokalen Betriebsräten, als auch überbetrieblich mit der Gewerkschaft statt. Wir informieren unsere Mitarbeitervertreter regelmäßig, zeitnah und so detailliert wie möglich, zum Beispiel über die Strategie oder Akquisitionen unseres Unternehmens. In Ländern, in denen keine betrieblichen Vertretungen vorgesehen oder etabliert sind, gewährleistet der soziale Dialog mit der jeweiligen Geschäftsleitung als freiwilliges und informelles Instrument den engen Austausch. Auf diese Weise können wir die Kommunikation mit unseren Mitarbeitern verbessern, deren Perspektiven frühzeitig einbeziehen und gemeinsam Zukunftsthemen gestalten. Das hilft Henkel, Interessenkonflikte zu vermeiden, und stärkt die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Die Mitarbeitervertretung spielt in Europa eine besondere Rolle. So hat Henkel im Jahr 1995 als eines der ersten deutschen Unternehmen auf freiwilliger Basis das Europäische Arbeitnehmergremium (EAG) geschaffen, um die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Führungskräften und Arbeitnehmervertretern auf europäischer Ebene fortzusetzen. Im EAG informiert Henkel die Vertreter aus seinen europäischen Unternehmen beispielsweise über die wirtschaftliche Lage, über grenzüberschreitende Initiativen des Unternehmens wie Restrukturierungsprogramme oder Reorganisationen, über Sicherheit, Gesundheit und Umwelt oder über Schulungs- und Entwicklungsprogramme.

In Deutschland werden bei mitbestimmungspflichtigen Entscheidungen und in vielen Fällen auch darüber hinaus von Henkel die Arbeitnehmervertretungen eingebunden. Im Mai 2017 feierte der Betriebsrat von Henkel in Düsseldorf sein 100-jähriges Bestehen. Ergebnisse dieser jahrzehntelangen, offenen und konstruktiven Zusammenarbeit zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmervertretung sind zum Beispiel eine bessere → Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Arbeits-, Schicht- und Pausenzeiten, → Unfallverhütung und → Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz, → betriebliche Altersversorgung und Altersvorsorge bis hin zur → Gesundheitsprävention. In der engen Zusammenarbeit zwischen Henkel und dem Betriebsrat geht es uns darum, die Menschen zu begleiten und zu unterstützen, die hinter dem Erfolg von Henkel stehen, um gemeinsam neue Herausforderungen erfolgreich zu meistern.

Zum 100-jährigen Bestehen der Mitarbeitervertretung standen Betriebsratsvertreter eine Woche lang während der Mittagszeiten in den Kantinen am Standort Düsseldorf spontan und ohne Terminvereinbarung zum Gespräch zur Verfügung, um sich mit den Mitarbeitern auszutauschen.

Umgang mit strukturellen Veränderungen

Der Erhalt von Arbeitsplätzen und der verantwortungsvolle Umgang mit notwendigen strukturellen Veränderungen sind uns wichtig. Um die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu gewährleisten, passen wir unsere Strukturen kontinuierlich an die Marktgegebenheiten an. Sofern Arbeitsplätze hiervon betroffen sind, treten wir mit den Mitarbeitervertretungen in einen lösungsorientierten Dialog, bevor Maßnahmen getroffen werden. Selbstverständlich beachten wir dabei die geltenden Mitbestimmungsgesetze und wenden je nach Maßnahme die vorgeschriebenen Verfahren an. Es ist unser Ziel, Vereinbarungen mit sozialverträglichen Regelungen für die jeweiligen Mitarbeiter zu treffen. Bislang haben wir auf diesem Weg notwendige Restrukturierungen in fairen Interessenausgleichen regeln können. Die Maßnahmen reichen dabei über vorzeitige Pensionierungen bis hin zur Unterstützung bei der beruflichen Qualifizierung und Neuorientierung.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Gesundheit und Vitalität

Wir stärken die Gesundheit und Vitalität unserer Mitarbeiter als Basis für eine agile und leistungsfähige Organisation. Dazu setzen wir auf weltweit einheitliche Standards zum Gesundheitsschutz und bieten gezielte Gesundheits- und Vorsorgeprogramme an. Auf diese Weise beugen wir arbeitsplatzbedingten Risiken vor, die zu Erkrankungen führen können. Unser breites Gesundheitsangebot an den Standorten adressiert sowohl die Förderung der physischen Gesundheit unserer Mitarbeiter, beispielsweise über Nichtraucher-Seminare, → Vorsorgeuntersuchungen und Aids-Prävention, als auch den Erhalt ihrer mentalen Vitalität, zum Beispiel durch Stressmanagement. Wichtige gesellschaftliche Trends wie den demografischen Wandel nehmen wir erfolgreich mit unserem Programm zum Erhalt der Arbeitsfähigkeit auf. Neben einer Vielzahl von regionalen und lokalen Programmen planen wir seit 2016 weltweit mit allen Standorten jedes Jahr eine große gemeinsame Gesundheitskampagne. Henkel hat sich zum Ziel gesetzt, mit jeder globalen Gesundheitskampagne im Umsetzungsjahr mehr als 90 Prozent der Organisation weltweit zu erreichen.

Globales Gesundheitsmanagement

Um an allen Standorten eine ganzheitliche Gesundheitsversorgung sicherzustellen, arbeiten wir kontinuierlich an der Etablierung einheitlicher Grundsätze im weltweiten Gesundheitsmanagement bei Henkel. Ein wichtiger Schritt war 2014 die Einführung von globalen Kennzahlen zum Gesundheitsschutz: Verfügbarkeit von Ersthelfern und medizinischer Notfallversorgung, Durchführung arbeitsmedizinischer Vorsorgeuntersuchungen sowie die Zahl der Fälle von Berufskrankheiten. Sie werden von allen Henkel-Standorten weltweit in jedem Quartal berichtet.

Als Bekenntnis zu unserer umfassenden Vorsorgephilosophie trat Henkel bereits im März 2002 dem betrieblichen Netzwerk „Unternehmen für Gesundheit“ bei. In diesem Zusammenhang unterzeichnete Henkel die „Luxemburger Erklärung zur Gesundheitsförderung in der Europäischen Union“ aus dem Jahr 1997.

Die 2015 eingeführte „Health Procedure“ beschreibt globale Mindeststandards zu Gesundheitsschutz und Gesundheitsförderung. Bei der Umsetzung der internen Richtlinien, Programme und gesetzlichen Vorgaben unterstützen regionale Manager für Gesundheit, Arbeitsschutz und Sicherheit die Standorte als erste Ansprechpartner und im Rahmen regelmäßiger Besuche und Trainings. In mehreren Regionen stehen zusätzlich lokal beschäftigte Ärzte als Gesundheitsmanager mit ihrem fachlichen Wissen, ihrer Kenntnis lokaler Gegebenheiten sowie in der Landessprache zur Seite. In Abhängigkeit von lokalen Anforderungen setzen unsere Standorte bei der Programmgestaltung unterschiedliche Schwerpunkte.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Um das betriebliche Gesundheitsmanagement kontinuierlich zu verbessern, findet jährlich ein Erfahrungsaustausch zwischen den Werksärzten aller deutschen Henkel-Standorte statt. Die globale Leitung des Gesundheitsmanagements in Düsseldorf steht in wöchentlichem Kontakt mit Kollegen in den Regionen. Wesentliche Erkenntnisse werden den Standorten weltweit zur Verfügung gestellt. Durch eine jährliche Abfrage aller Henkel-Standorte zu den Gesundheitsangeboten und den lokalen Anforderungen bekommen wir regelmäßig einen Überblick über das weltweite Gesundheitsmanagement. Dies ist Grundlage für die globale und regionale Koordination sowie für die Planung der Standorte.

Bereits seit 1910 kümmern sich Krankenschwestern um die Gesundheit der Mitarbeiter in der werkseigenen „Krankenstube“ als medizinischer Versorgungseinrichtung. Im Juli 1940 nahm dann offiziell der Werksärztliche Dienst seine Arbeit mit drei angestellten Betriebsärzten auf.

Mentale Vitalität und eine gesunde Unternehmenskultur

In unserer komplexer und dynamischer werdenden Welt mit ständig wachsenden Anforderungen werden betriebliche Maßnahmen zur Erhaltung der mentalen Vitalität immer wichtiger. Hierzu bietet Henkel seinen Mitarbeitern Unterstützung an, zum Beispiel über Beratung zu den Themen Zeit-, Stress- und Konfliktmanagement sowie über Coaching als Präventiv-, Entwicklungs- und Bewältigungsangebot. Weiterhin bestehen maßgeschneiderte Versorgungsangebote zur frühzeitigen medizinischen Behandlung von Gesundheitsstörungen. Zudem ist es uns wichtig, unseren Führungskräften bewusst zu machen, dass sie eine Vorbildfunktion für ihre Mitarbeiter und Teams haben. In Führungskräfte-Webinaren vermitteln wir ihnen, dass sie zu mehr Motivation und einer besseren Arbeitsatmosphäre verbunden mit höheren Leistungen beitragen können – bei einer gleichzeitig geringeren Zahl von Krankheitsfällen.

Entspannung als Ausgleich
Bewusste Entspannung kann in schnelllebigen Zeiten entscheidend zur Gesundheit beitragen. Dieses Thema adressierte Henkel im Rahmen der Gesundheitsaktion → „Active Life“. So konnten Mitarbeiter am Unternehmenssitz in Düsseldorf, Deutschland, verschiedene Bewegungs- und Entspannungsmethoden testen und herausfinden, welche bei ihnen am effektivsten ist. Dazu gehörten Yoga, das gleichzeitig auch Fitness und Beweglichkeit trainiert, progressive Muskelentspannung zur Lösung von Verspannungen sowie Meditationen mit gezielten Achtsamkeits- und Konzentrationsübungen für Ruhe und Zufriedenheit.

An allen deutschen Standorten spielt das Angebot unserer Sozialen Dienste ebenfalls eine wichtige Rolle, um unsere Mitarbeiter in allen Lebenslagen professionell zu unterstützen. Es umfasst neben der psychosozialen Einzelfallberatung sowie einem betrieblichen Eingliederungsmanagement auch Unterstützung bei der → Vereinbarkeit von Familie und Beruf, zum Beispiel bei der Suche nach Kinderbetreuung oder bei pflegebedürftigen Angehörigen. An anderen Standorten unterstützen externe Serviceangebote entsprechend den lokalen Anforderungen die Bedarfslagen der Mitarbeiter. Auch unsere Initiativen zur → flexiblen Arbeitszeitgestaltung sollen helfen, die Balance zwischen Arbeit und Privatleben zu verbessern und Stressfaktoren zu reduzieren.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Demografieprogramm zum Erhalt der Gesundheit und Arbeitsfähigkeit
Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels stellt sich die Frage, was Henkel und seine Mitarbeiter tun können, um längerfristige Beschäftigungsfähigkeit bis zum 67. Lebensjahr zu realisieren. An unserem Hauptsitz in Düsseldorf setzen wir seit 2013 nach erfolgreicher Pilotphase ein Demografieprogramm um. Das ganzheitliche Konzept beinhaltet eine Kombination aus arbeitsmedizinischer Vorsorge mit allgemeinem Gesundheits-Check, Workability Index und Mitarbeiter-Interviews. Daraus folgend lassen sich Stärken- und Schwächenprofile sowohl für den einzelnen Mitarbeiter als auch für die jeweilige Organisationseinheit ableiten. Mitarbeiter können so über ihren individuellen Bedarf an Maßnahmen für die Verbesserung und Erhaltung ihrer Gesundheit und Leistungsfähigkeit informiert werden. Betriebsleitern wird der Bedarf an betrieblichen Maßnahmen im Hinblick auf Arbeitsplatzgestaltung, Fortbildung, Optimierung der Arbeitsorganisation und des Betriebsklimas aufgezeigt. Das unterstützt sie bei der Weiterentwicklung ihrer Organisationseinheit. Seit 2016 wiederholen die Betriebe das Programm. Hierdurch können die Entwicklung und der Erfolg der Maßnahmen bewertet werden. Es zeigten sich deutliche positive Effekte beim Erhalt der Arbeitsfähigkeit und der Entwicklung eines gesünderen Lebensstils. Identifizierte zentrale Themen wie Bewegungsmangel und Präventionsaktivitäten wurden mit „Active Life“ und dem neuen deutschlandweiten → Vorsorgeangebot aufgegriffen.

Zweite globale Gesundheitsaktion „Active Life“

Nach unserer ersten globalen Gesundheitsaktion „Rette ein Leben“ widmete sich im Jahr 2017 die zweite Aktion der Förderung eines gesunden Lebensstils. Unter dem Namen „Active Life“ legte das weltweite Bewegungs-Programm verschiedene Schwerpunkte fest: Im ersten Quartal war es die Integration von mehr gesunden Aktivitäten in den Alltag, gefolgt von der gezielten Stärkung des Herz-Kreislauf-Systems, der Muskulatur und der inneren Balance in den Folgequartalen. Wir

Mitarbeiterinnen von Henkel Ukraine nutzten im Frühjahr 2017 die Gelegenheit, den Nationalpark „Meschyhirja“ auf Fahrrädern zu erkunden und dabei etwas für ihre Gesundheit zu tun.

kommunizierten Konzept und Inhalte der Gesundheitsaktion über unsere lokalen Ansprechpartner und luden die Mitarbeiter über verschiedene globale Kanäle zur aktiven Teilnahme ein. Auf diese Weise haben wir mit „Active Life“ mehr als 90 Prozent der Organisation erreicht. Für jede Aktivität konnten die Mitarbeiter Punkte im Aktionsportal „Active Life Point“ verbuchen. Dieses fungierte auch als Online-Treffpunkt, bei dem sich Mitarbeiter weltweit miteinander austauschen und an ihrem Standort zum Training verabreden konnten, denn Teamaktivitäten erhielten eine doppelte Wertung. Möglichst viel Bewegung im Jahr 2017 zahlte sich nicht nur nachhaltig für die Fitness unserer Mitarbeiter aus, sondern ermöglichte auch eine Spende, die Henkel nach Aktionsende der Organisation „Special Olympics“ zugute kommen ließ.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Arbeitssicherheit

Arbeitssicherheit innerhalb des Unternehmens und entlang der Wertschöpfungskette hat bei uns höchste Priorität. An unserem langfristigen Ziel „Null Unfälle“ halten wir fest. Als Zwischenziel wollen wir unsere weltweite Unfallrate bis Ende 2020 um 40 Prozent im Vergleich zum Basisjahr 2010 senken. Dazu arbeiten wir kontinuierlich an der Verbesserung unserer Arbeitssicherheit durch bewusstseinsfördernde Schulungen und investieren in die Erhöhung der technischen Sicherheit. Wir überprüfen regelmäßig, ob unsere Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE) strikt eingehalten werden. Wir möchten auch die Arbeitssicherheit bei unseren Lohnherstellern sowie bei den an unseren Standorten tätigen Mitarbeitern externer Firmen verbessern.

Schwerpunkt: Sicherheitstrainings

Ein erhöhtes Sicherheitsbewusstsein ist für uns eine Grundvoraussetzung dafür, dass unsere Mitarbeiter Unfallrisiken in ihren Aufgaben erkennen und ausräumen können. Daher finden an allen Standorten regelmäßig Schulungen statt, um die Mitarbeiter zu sensibilisieren und zu sicherem Verhalten anzuleiten. Unsere Trainings richten sich auch an Mitarbeiter externer Firmen, die an unseren Standorten tätig sind. Immer mehr nutzen wir dabei Synergien über unsere Unternehmensbereiche hinweg und erweitern die bereits in einzelnen Bereichen etablierten Programme auf das gesamte Unternehmen. Seit 2017 planen wir verstärkt unternehmensweite globale Sicherheitskampagnen, die gezielt noch mehr Bewusstsein für die wichtigsten Sicherheitsthemen schaffen sollen.

Globale Sicherheitskampagne
Um dem oft unterschätzten Risiko von Ausrutschen, Stolpern oder Stürzen zu begegnen, hat Henkel erstmals eine globale Sicherheitskampagne zu diesem Thema durchgeführt. Ziel war es, die Mitarbeiter hinsichtlich dieser Risiken zu sensibilisieren. Dabei sollte verdeutlicht werden, welche Verhaltensweisen zu Vorfällen führen können und was jeder Einzelne tun kann, um diese zu verhindern. Dafür wurde auch ein interaktives E-Learning-Modul entwickelt, auf das alle Mitarbeiter mit Computerzugang weltweit zugreifen können. Mehr als 1.000 Mitarbeiter machten 2017 von dieser Möglichkeit Gebrauch. Darüber hinaus haben Führungskräfte ihren Teams die Bedeutung dieses Themas in sicherheitsbezogenen Gesprächen persönlich vermittelt.

Insbesondere unsere Hände sind in einem industriellen Arbeitsumfeld täglich einer erhöhten Gefährdung ausgesetzt. Dieses Thema adressierte der Unternehmensbereich Laundry & Home Care mit einem Video-Wettbewerb, um das Bewusstsein der Mitarbeiter für den Wert ihrer Hände zu stärken. Wir haben Mitarbeiter unserer Produktions- und Lagerstandorte gebeten, selbst zu zeigen, was sie Praktisches und Schönes mit ihren Händen tun – bei der Arbeit und zu Hause. Ihre zum Teil sehr persönlichen Beiträge bekamen wir in mehr als 20 kreativen Kurz-Filmen zurück, aus denen wir einen gemeinsamen, emotional berührenden Film zusammenstellten, um das Thema global zu kommunizieren. Den Erfolg des finalen Films bewerteten wir, indem wir unsere Führungsteams und Mitarbeiter über Online-Feedbackbögen befragten, die es in 14 verschiedenen Sprachen gab. Die Rückmeldungen waren sehr positiv und zeigen, dass eine direkte Einbindung der Mitarbeiter zu sehr effektiven Kommunikationsmaßnahmen rund um Sicherheitsthemen beitragen kann.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Einer der Beiträge des Videowettbewerbs enthielt einen gelben Handabdruck, der einen Fisch verkörperte. Dieser gelbe Fisch wurde zum Symbol der Kampagne rund um das Thema Sicherheit unserer Hände. An den Standorten wurde der gelbe Fisch genutzt, um die Vorführung des finalen Films anzukündigen. Außerdem teilten unsere Mitarbeiter den gelben Fisch online in unserem Yammer-Netzwerk – auf diese Weise schwamm er virtuell um die Welt und verbreitete das Bewusstsein für den Wert unserer Hände noch weiter.

Seit 2015 konzentriert sich der Unternehmensbereich Beauty Care auf die kontinuierliche Verbesserung von Themen rund um Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE) bei unseren wichtigsten Lohnherstellern und Logistikdienstleistern in China. Seitdem wurden jedes Jahr spezifische SHE-Schulungen zu Themen wie Risikobewertung von Anlagen, Lagersicherheit und Arbeitshygiene durchgeführt. Regelmäßig beziehen wir externe SHE-Experten mit ein, so auch bei den 2017 durchgeführten Trainings zum Arbeiten in engen Räumen und zur Entsorgung gefährlicher Abfälle. Die Trainings fanden direkt vor Ort bei bestimmten Lohnherstellern statt und wurden auch von Mitarbeitern weiterer externer Firmen besucht. Insgesamt haben wir 25 Mitarbeiter von vier unserer wichtigsten Lohnhersteller und Logistikdienstleister geschult. Mit solchen Trainings leistet Henkel einen zusätzlichen Beitrag für die Sicherheit von Mitarbeitern externer Firmen.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies konzentriert sich seit 2015 auf eine globale Ausweitung des „Culture Based Safety“ (CBS)-Programms. Das Kernelement ist der offene Dialog über sichere wie auch riskante Verhaltensweisen im Arbeitsalltag, um Vorfälle zu vermeiden. Der Fokus liegt hierbei auf der gegenseitigen Ermutigung zu sicherem Verhalten und auf konstruktivem Feedback bei Fehlverhalten. Allein im Jahr 2017 wurden weltweit rund 42.000 solcher Dialoge geführt. Insgesamt haben seit Beginn des CBS-Programms bis Ende 2017 mehr als 14.000 Mitarbeiter an über 130 verschiedenen Standorten das CBS-Training absolviert. 2018 werden wir das Programm an allen verbliebenen Produktionsstandorten sowie an administrativen Standorten erweitern.

Die Förderung der Culture Based Safety (CBS) ist seit der Eröffnung des Klebstoffwerks „Dragon Plant“ in Shanghai, China, im Jahr 2013 eine der obersten Prioritäten von Henkel. Vier Jahre später wurden Produktionsmitarbeiter und Führungskräfte gebeten, ihre Tipps, Erfahrungen und Gedanken zur Umsetzung des CBS-Konzepts zu teilen. Die aktive Beteiligung unserer Mitarbeiter war hoch. Ausgewählte Beiträge wurden am schwarzen Brett des Standorts ausgehängt, damit alle Mitarbeiter sie lesen konnten.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Status 2017

Im Jahr 2017 haben wir bei unseren Mitarbeitern 1,0 Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden erfasst. Das entspricht einer Verbesserung um 17 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2010. Dieses Ergebnis wurde maßgeblich durch eine größere Akquisition im Unternehmensbereich Beauty Care beeinflusst: Ohne die Akquisition hätte der Wert bei 0,9 Arbeitsunfällen pro eine Million Arbeitsstunden gelegen, was einer Verbesserung um 25 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2010 entsprochen hätte. Entsprechende Maßnahmen zur Angleichung der Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE) der neu akquirierten Standorte an unsere bestehenden SHE-Standards wurden bereits initiiert.

Trotz unseres kontinuierlichen Engagements für die Arbeitssicherheit kam es in Slowenien zu einem tödlichen Verkehrsunfall. Ein Mitarbeiter des Außendiensts war auf dem Weg zu einem Kunden, als er auf der Autobahn in einen Lkw fuhr.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Gesellschaftliches Engagement

→ Unsere vier Säulen
→ Ehrenamtliches Mitarbeiterengagement
→ Gesellschaftliche Partnerschaften
→ Markenengagement
→ Nothilfe

Gesellschaftliches Engagement

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Freiwilliges gesellschaftliches Engagement – auch Corporate Citizenship genannt – ist seit der Firmengründung durch Fritz Henkel im Jahr 1876 ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Dieses anhaltende und langfristige Bekenntnis des Unternehmens, sich über die Geschäftstätigkeit hinaus gesellschaftlich zu engagieren, zeigt sich besonders deutlich in der Gründung der Fritz Henkel Stiftung im Jahr 2011. Grundlage dieses Engagements sind die vier Säulen unseres Corporate-Citizenship-Programms: ehrenamtliches Mitarbeiterengagement, gesellschaftliche Partnerschaften, Markenengagement und Nothilfe. Bis 2020 wollen wir im Rahmen dieses Engagements die Lebensqualität von zehn Millionen Menschen verbessern.

Henkel und die Fritz Henkel Stiftung unterstützen Projekte in den Bereichen Bildung und Wissenschaft, Soziales, Kunst und Kultur, Bewegung und Gesundheit sowie Ökologie. Wie die Auswahl der Projekte erfolgt, ist im Corporate Standard „Donations, Memberships and Sponsorships“ festgelegt.

Besonders wichtig sind uns die Bildung und die beruflichen Chancen junger Menschen. Mit unseren Bildungsinitiativen wie der Forscherwelt, dem → Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm in Grundschulen und dem → Schulbau-Projekt in Brasilien sowie der Unterstützung unserer Mitarbeiter und Partnerorganisationen möchten wir bis 2020 mehr als 200.000 Kindern weltweit bessere Zukunftsperspektiven ermöglichen. Dieses Ziel haben wir 2017 frühzeitig erreicht und werden dementsprechend 2018 ein neues Ziel definieren.

Unsere vier Säulen

Ehrenamtliches Mitarbeiterengagement

Mit dem Programm „Miteinander im Team“ unterstützen wir Mitarbeiter und Pensionäre in ihrem freiwilligen gesellschaftlichen Engagement.

Gesellschaftliche Partnerschaften

In sogenannten „Social Partnerships“ – gesellschaftlichen Partnerschaften – fördern wir an Henkel-Standorten weltweit gesellschaftliche Initiativen und öffentliche Einrichtungen.

Markenengagement

Zusätzlich zu dem unternehmensweiten gesellschaftlichen Engagement von Henkel engagieren sich auch unsere Marken weltweit in Partnerschaften mit gesellschaftlichen Initiativen und öffentlichen Einrichtungen.

Nothilfe

Nach Naturkatastrophen reagiert Henkel schnell und unbürokratisch und bietet Soforthilfe in enger Zusammenarbeit mit der Fritz Henkel Stiftung an – dort, wo es in der Welt nötig ist.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Ehrenamtliches Mitarbeiterengagement

Seit Gründung der Initiative „Miteinander im Team“ (MIT) im Jahr 1998 haben wir die ehrenamtlichen Tätigkeiten von Henkel-Mitarbeitern und -Pensionären in über 13.800 Projekten und mehr als 100 Ländern in aller Welt gefördert. Gleichzeitig schließen sich immer mehr Mitarbeiter und Pensionäre zusammen, um größere soziale Projekte zu realisieren.

„Cargo of Dreams“ – USA / Südafrika

Innerhalb von 13 Monaten verwandelten rund 100 Henkel-Mitarbeiter vom Standort Bridgewater, New Jersey, USA, zusammen mit der internationalen Organisation „Cargo of Dreams“ einen Frachtcontainer in ein Klassenzimmer, das unterprivilegierten Kindern in Südafrika Zugang zu Bildung ermöglicht. Nach Fertigstellung war der Container bereit für die rund 13.000 Kilometer lange Reise nach Kapstadt, Südafrika. Hier nahmen ihn die lokalen Henkel-Mitarbeiter im Herbst 2017 entgegen und schickten ihn auf die Weiterreise zum endgültigen Bestimmungsort in George, rund 430 Kilometer entfernt von Kapstadt.

Henkel-Mitarbeiter aus Bridgewater, New Jersey, USA, feierten die Fertigstellung des „Cargo of Dreams“-Containers.

„El Manzanillo“ – Guatemala

Bereits seit 2010 fördert Henkel die ländliche Schule „Professor Angela Flores Arjona“ in El Manzanillo, Mixco, Guatemala. Die Schule, die auch von vielen Kindern von Henkel-Mitarbeitern besucht wird, liegt in direkter Nachbarschaft des lokalen Henkel-Produktionsstandorts. Im Jahr 2017 unterstützten Mitarbeiter im Rahmen des Freiwilligenengagements der MIT-Initiative den weiteren Ausbau der zweiten Ebene. Hier sollen drei zusätzliche Klassenräume eingerichtet werden, sodass weitere 90 Kinder unterrichtet werden können. Außerdem gibt es ein neues Spielzimmer, das den Lernprozess von Kindern zwischen null und sieben Jahren unterstützt und es ihnen ermöglicht, spielerisch zu lernen. Die freiwilligen Helfer von Henkel haben diesen Raum bunt gestrichen und Stifte, Bücher und Spiele mitgebracht.

Die Schüler der Schule „Professor Angela Flores Arjona“ in El Manzanillo, Guatemala, freuen sich über die neuen Lernmaterialien, die Henkel-Mitarbeiter Carlos Quijada mitgebracht hat.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Gesellschaftliche Partnerschaften

In sogenannten Social Partnerships fördern wir an Henkel-Standorten weltweit gesellschaftliche Initiativen und öffentliche Einrichtungen. Das Hauptziel ist es, in Zusammenarbeit mit der Fritz Henkel Stiftung Bildung und Chancengleichheit zu fördern.

„Habitat for Humanity“

Bereits seit 2014 bauen Mitarbeiterteams von Henkel in Kooperation mit „Habitat for Humanity“ regelmäßig Häuser für hilfsbedürftige Familien. Während einer einwöchigen „Baureise“ im April halfen Henkel-Mitarbeiter dabei, in der Nähe der rumänischen Hafenstadt Constanța ein neues Haus für hilfsbedürftige Familien zu bauen. Im September reiste zudem ein Team aus Henkel-Mitarbeitern aus dem Geschäftsfeld Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau für eine Woche nach Mazedonien, um im Rahmen des Programms „Welcome Home“ beim Bau von Mehrfamilienhäusern für Bedürftige tätig zu werden. Zusätzlich werden diese Einsätze mit Sachspenden von Henkel unterstützt, beispielsweise mit Baumaterialien.

Raus aus dem Büroalltag und gemeinsam anpacken, um Hilfsbedürftige zu unterstützen – mit diesem Ziel vor Augen gingen rund 20 motivierte Henkel-Mitarbeiter auf „Baureise“: Zusammen flogen sie für eine Woche nach Rumänien, um Familien vor Ort wortwörtlich ein neues Zuhause zu schaffen.

Integration durch Praktika

Im Jahr 2017 haben wir erneut einen Fokus auf die Integration von Geflüchteten gesetzt. Gemeinsam mit weiteren Unternehmen und der Bundesagentur für Arbeit unterstützt Henkel in Deutschland geringer qualifizierte Geflüchtete bei den ersten Schritten in die Arbeitswelt. In dem Pilotprojekt „Praktikum PLUS Direkteinstieg“ erlernen die Teilnehmer praktische Fertigkeiten und Kenntnisse zur Vorbereitung auf eine spätere berufliche Tätigkeit. Darüber hinaus werden sie in Sprach- und Integrationskursen gefördert.

Bereits im Jahr 2016 hat Henkel im Ausbildungszentrum in Düsseldorf ein umfangreiches Programm zur Integration von Geflüchteten gestartet. In Zusammenarbeit mit externen Partnern und Behörden bietet das Unternehmen den Geflüchteten Berufsorientierung und Hospitationen, Praktika, mehrmonatige Sprachprogramme und Coachings an. Ziel ist, die Integration der Menschen, die eine hohe Bleibeperspektive haben, auf allen Ebenen zu fördern.

Ahmad Shah Rahmani (rechts) ist Teilnehmer des Programms „Praktikum PLUS Direkteinstieg“. Seit März 2017 arbeitet er bei Henkel in den Werkstätten der Infrastructure Services. Sein Kollege Andre Terporten (links) und sein Vorgesetzter Michael Roling freuen sich über die Unterstützung.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Markenengagement

Zusätzlich zum Unternehmensengagement engagieren sich auch unsere Marken weltweit in Partnerschaften mit gesellschaftlichen Initiativen und öffentlichen Einrichtungen.

Bau- und Bildungsprojekt in Brasilien

Mit Unterstützung der Fritz Henkel Stiftung hat die Henkel-Marke Pritt in Zusammenarbeit mit Plan International in der ländlichen Region Codó im Nordosten Brasiliens eine neue Schule mit moderner Infrastruktur errichtet und im Februar 2017 eröffnet. Eine weitere Schule wurde renoviert und mit neuem Mobiliar und moderner Ausrüstung ausgestattet. Neben den abgeschlossenen Renovierungsarbeiten und der neuen Schulausstattung wurden begleitende Maßnahmen zur Verbesserung der Schulqualität angeboten. Dazu gehörten zum Beispiel Workshops für die Kinder und deren Familien zu den grundlegenden Kinderrechten wie Bildung, Teilhabe, Gesundheit und Ernährung. Ziel des Projekts war, die Lernsituation der Schüler zu verbessern und ihnen so die Möglichkeit zu geben, langfristig den Kreislauf der Armut zu durchbrechen.

Die neue Schule in der Gemeinde Mata Virgem wurde vom Oberbürgermeister der Region Codó, Francisco Nagib (Zweiter von rechts), gemeinsam mit Repräsentanten von Plan International und Pritt sowie begeisterten Schulkindern eröffnet. Foto: Plan International.

„Million Chances“

Im Rahmen der 2016 ins Leben gerufenen Initiative → „Million Chances“ unterstützt der Unternehmensbereich Beauty Care mit der Marke Schwarzkopf Mädchen und Frauen auf der ganzen Welt dabei, eine erfolgreiche Zukunft aufzubauen. Gemeinsam mit internationalen Wohltätigkeitsorganisationen wurden unter anderem Projekte umgesetzt, die Mädchen einen guten Zugang zu Bildung und anschließend zum Arbeitsmarkt ermöglichen. Zudem bietet die Initiative Frauen Hilfe bei einem beruflichen oder privaten Neuanfang an. Im Jahr 2017 wurden in 44 Projekten rund 7.500 Mädchen und Frauen weltweit erreicht.

Gemeinsam mit internationalen und lokalen Hilfsorganisationen bietet die Schwarzkopf-Initiative „Million Chances“ Unterstützung in allen Lebenslagen. So werden beispielsweise Frauen, die keinen Zugang zu Bildung haben, in unternehmerischem Denken und Handeln geschult, um finanziell unabhängig sein zu können, so wie die 28-jährige Claudia Vergara Sanchez (rechts im Bild), die ihr eigenes kleines Geschäft in der kolumbianischen Gemeinde Padilla eröffnet hat. Foto: Plan International.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Unter dem Dach von „Million Chances“ befindet sich auch die Initiative „Shaping Futures“: Seit 2010 bieten Schwarzkopf Professional und die SOS-Kinderdörfer Jugendlichen die Möglichkeit, eine Grundausbildung in den Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen und sich dadurch eine Existenzgrundlage aufzubauen. So konnten durch das ehrenamtliche Engagement von Friseuren und Mitarbeitern bereits mehr als 1.900 Jugendliche in 30 Ländern ausgebildet werden. Neu hinzugekommen sind im Jahr 2017 Projekte in Georgien, Ungarn und Myanmar.

Projekte von Weißer Riese und Persil

Im Jahr 2017 unterstützte der Unternehmensbereich Laundry & Home Care mit der Marke Weißer Riese das Kinderprojekt „Die Arche“ in Deutschland. In den Häusern der „Arche“ erhalten Kinder aus sozial benachteiligten Verhältnissen täglich eine ausgewogene Mahlzeit – und damit einen wichtigen Beitrag zu einer verlässlichen Tagesstruktur. Mit dem Verkauf von Weißer Riese-Produkten wurden insgesamt 11.111 Mahlzeiten für Kinder zur Verfügung gestellt.

Mit der Initiative „NaturKinder“ fördern das Marketing von Persil und der Rossmann Drogeriemärkte die Entdeckerfreude von Kindern. Seit der Gründung im Jahr 2013 förderte die Initiative 56 Projekte von Schulen, Kindergärten und gemeinnützigen Organisationen, die einen verantwortungsvollen Umgang mit der Natur vermitteln.

Nothilfe

Henkel leistet bei Katastrophen und in Notsituationen weltweit unbürokratisch und schnell Soforthilfe über die Fritz Henkel Stiftung.

Erdbeben in Mexiko

Im September 2017 gab es in Mexiko zwei schwere Erdbeben, bei denen mehr als 300 Menschen ihr Leben verloren. Tausende Familien in den Bundesstaaten Oaxaca, Chiapas, Puebla und Mexiko-Stadt konnten nicht in ihre Häuser zurückkehren. Mithilfe von Sachspenden unterstützte Henkel die vom Erdbeben betroffenen Familien in den am stärksten gefährdeten Gemeinden.

Tropenstürme in den USA und in der Karibik

Im August und September 2017 trafen mehrere Tropenstürme auf das US-Festland sowie auf die Karibik-Inseln Puerto Rico, Dominica und die Kleinen Antillen und auf die Dominikanische Republik. Henkel leistete unbürokratische Soforthilfe in den Provinzen und Städten, in denen Henkel-Mitarbeiter oder ihre Angehörigen betroffen waren, und half ihnen bei der Sanierung ihrer Wohnungen oder bei der Versorgung mit Gegenständen des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel, Kleidung oder Medikamente.

An den verschiedenen Henkel-Standorten organisierten die Mitarbeiter Produktspenden, die sie an lokale Wohltätigkeitsorganisationen in Houston, USA verschickten. Darüber hinaus sammelten Henkel-Mitarbeiter über eine spezielle Webseite des amerikanischen Roten Kreuzes Geld, um Hurrikan-Hilfsmaßnahmen zu unterstützen. Diese Spenden wurden durch die Fritz Henkel Stiftung verdoppelt.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Stakeholder-Dialog

- → Ziele des Dialogs
- → Integrierter Dialog
- → Dialog mit Politikern und Behörden
- → Verbände und internationale Initiativen
- → Bildung für nachhaltige Entwicklung
- → Identifikation der wesentlichen Themen

Stakeholder-Dialog

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Ziele des Dialogs

Ein elementarer Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsmanagements ist es, die gesellschaftlichen Ansprüche unterschiedlicher Interessengruppen an das Unternehmen zu verstehen. Daher fördern wir den Austausch mit allen Stakeholdern. Zu ihnen gehören unsere Kunden, Verbraucher, Lieferanten, Mitarbeiter, Aktionäre, Nachbarn, Behörden, Verbände und Nichtregierungsorganisationen sowie die Politik und die Wissenschaft.

Um die Erwartungen und Perspektiven unserer Stakeholder besser zu verstehen und einen gezielten und lösungsorientierten Dialog zu ermöglichen, setzen wir nicht nur auf spezifische Befragungen, sondern erfassen das Meinungsbild unserer Stakeholder kontinuierlich und auf mehreren Ebenen: im direkten Dialog, im Rahmen von Multi-Stakeholder-Initiativen sowie auf Dialog-Plattformen zu Nachhaltigkeitsthemen. Durch proaktive und bilaterale Zusammenarbeit mit Nichtregierungsorganisationen und führenden Meinungsmachern kennen wir die genauen Ziele beispielsweise hinsichtlich nachhaltiger Palmölwirtschaft und können so frühzeitig reagieren und die Thematik vorantreiben.

2014 haben wir in einer umfassenden Umfrage unsere Stakeholder befragt, welche Themen für sie Priorität haben. Dabei hat sich bestätigt, wie wichtig für unsere Zielgruppen die Integration von Nachhaltigkeit in all unsere Aktivitäten, Produktlebenszyklen und darüber hinausgehend auch die Auswirkungen auf die Umwelt sind, die in den einzelnen Lebensphasen unserer Produkte auftreten. Ein weiteres Thema, das als besonders wichtig für unsere Anspruchsgruppen identifiziert wurde, betrifft die gezielte Unterstützung von Verbrauchern hinsichtlich nachhaltigeren Lebensstilen und eines verantwortungsvolleren Umgangs mit unseren Produkten. Die Ergebnisse sind seit 2015 in die Weiterentwicklung unserer Strategie und unserer Ziele eingeflossen.

So prägt der Stakeholder-Dialog unser Innovations- und Risikomanagement und hilft uns, unsere Nachhaltigkeitsstrategie und -berichterstattung stetig weiterzuentwickeln.

Integrierter Dialog

Alle Mitarbeiter weltweit sind dazu angehalten, sich in ihrem Arbeitsumfeld zu engagieren und die Leitsätze des nachhaltigen Wirtschaftens in ihre Entscheidungen einzubeziehen. Für viele Mitarbeiter zählt dazu auch der regelmäßige Austausch mit Stakeholdern. Dazu diskutieren Experten unserer Standorte und Unternehmensbereiche mit den entsprechenden Anspruchsgruppen über die jeweiligen lokalen und regionalen Herausforderungen. Konzepte und Lösungen werden so dort entwickelt, wo sie auch bewertet und umgesetzt werden.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Auch im Jahr 2017 kamen Henkel-Mitarbeiter wieder mit Vertretern aus Politik, Wissenschaft und Forschung sowie Wirtschaft und Gesellschaft zusammen.

Beim diesjährigen „Packaged"-Gipfel in Amsterdam, Niederlande, – einer internationalen Veranstaltung, die dem Thema „Nachhaltige Verpackungen" gewidmet ist – teilte Henkel sein Expertenwissen bezüglich nachhaltiger Eigenschaften von Verpackungen. Philippe Blank, der im Unternehmensbereich Beauty Care für Innovation und Nachhaltigkeit zuständig ist, referierte über aktuelle Entwicklungen im Rahmen der „Circular Economy" (Kreislaufwirtschaft).

Philippe Blank, Innovation and Sustainability Manager im Unternehmensbereich Beauty Care bei Henkel, teilt sein Expertenwissen rund um den Aufbau einer Kreislaufwirtschaft beim „Packaged"-Gipfel in Amsterdam.

In Deutschland, Spanien und weiteren Ländern in Europa nutzte Henkel die „European Sustainable Development Week" zum Austausch mit Stakeholdern. In der Zentrale in Düsseldorf wurde eine Nachhaltigkeitsinsel eingerichtet, auf der sich die Mitarbeiter unter anderem über das Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm informieren konnten. Auf einer großen Wand – der sogenannten „Commitment Wall" – hielten die Besucher der Nachhaltigkeitsinsel ihre nächsten Schritte als Botschafter fest.

Im Rahmen der „European Sustainable Development Week" in Düsseldorf verewigten Henkel-Mitarbeiter ihren nächsten Schritt als Nachhaltigkeitsbotschafter auf der „Commitment Wall".

Anspruchsvolle Themen, wie das Vorantreiben einer nachhaltigen Palmölwirtschaft, bearbeitet Henkel in enger Zusammenarbeit mit seinen Stakeholdern – darunter auch Nichtregierungsorganisationen wie der World Wide Fund for Nature (WWF) und Handelsketten wie Carrefour. Beim diesjährigen europäischen Runden Tisch zu nachhaltigem Palmöl („European Roundtable on Sustainable Palm Oil", kurz RSPO) in London lag der Fokus auf „Innovationen und Partnerschaften für Engagement für Kleinbetriebe, Arbeitsrecht und Vermeidung von Entwaldung".

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Hier diskutierte Henkel mit weiteren Unternehmen die nächsten Meilensteile auf dem Weg zu mehr nachhaltig zertifiziertem Palmöl – um damit Entwaldung und Treibhausgasemissionen, die durch die Produktion des Palmöls entstehen, einzudämmen und gleichzeitig die Lebensqualität und die wirtschaftliche Entwicklung in den Anbaugebieten zu verbessern. Besondere Beachtung fanden beim diesjährigen Treffen die Rechte von Kindern und Familien in Palmöl-Anbaugebieten, die der RSPO gemeinsam mit UNICEF sichern will.

Auch international teilten Experten von Henkel ihre Expertise zum Thema Nachhaltigkeit bei öffentlichen Veranstaltungen wie der Jahreskonferenz des chinesischen Forums für Chemieparks und industrielle Entwicklung. Der Verband der internationalen chemischen Hersteller („Association of International Chemical Manufacturers“, kurz AICM) organisierte ein Seminar und lud Henkel als Senior-Member des Verbands ein, seine Erfahrungen zu teilen. Zu den Themen der Konferenz gehörten Schlüsselfaktoren der nachhaltigen Entwicklung in der chemischen Industrie, die Formulierung von regionalen Richtlinien für Chemieunternehmen sowie die Vergabe von öffentlichen Arbeiten in Chemieparks und die Entwicklung eines guten Investment-Umfelds.

Beim Deutschen Nachhaltigkeitstag, mit rund 2.000 Teilnehmern der meistbesuchte Kongress zum Thema Nachhaltigkeit in Deutschland, nutzten Experten von Henkel die Gelegenheit, mit Stakeholdern ins Gespräch zu kommen und sich über die Nachhaltigkeitsstrategie sowie den Beitrag der Marken zur Nachhaltigkeit auszutauschen. Die Marken und Technologien spielen die entscheidende Rolle, um Nachhaltigkeit anzutreiben. Die Zusammenarbeit mit Partnern ist hierbei sehr bedeutend, um Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette voranzutreiben.

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis ist eine Initiative der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V. in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung, dem Rat für Nachhaltige Entwicklung, Wirtschaftsvereinigungen, kommunalen Spitzenverbänden, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Forschungseinrichtungen. Anlässlich des zehnjährigen Bestehens des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2017 wurde ein Jubiläumspreis vergeben. Zu den fünf Nominierten gehörte auch Henkel.

Andreas Scholten, Nachhaltigkeitsmanager in der Forschung und Entwicklung im Unternehmensbereich Beauty Care bei Henkel, im Gespräch mit Prof. Dr. Christa Liedtke vom Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie beim Deutschen Nachhaltigkeitstag 2017 in Düsseldorf.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Dialog mit Politikern und Behörden

Politiker und Behörden greifen im Rahmen politischer Entscheidungsprozesse häufig auf die Expertise von Unternehmen zurück. So nutzen wir die Möglichkeit, fundiertes Erfahrungswissen zur Verfügung zu stellen und gleichzeitig die Auswirkungen politischer Überlegungen auf Henkel, unsere Mitarbeiter und Geschäftspartner zu erläutern. Unser weltweit geltender Standard „Representation of Interests in Public Affairs“ gibt hierfür klare Verhaltensregeln. Darüber hinaus informieren wir offen über unsere Interessenfelder und den Umfang unserer politischen Arbeit, etwa im Rahmen unserer Eintragung in das Transparenz-Register der Europäischen Union.

Bereits seit 2013 ist Kathrin Menges, Personalvorstand und Vorsitzende des Sustainability Council, im Rat für Nachhaltige Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland. Der Rat wurde erstmals im April 2001 durch die damalige Bundesregierung unter Bundeskanzler Gerhard Schröder berufen. Insgesamt gehören ihm 15 Personen des öffentlichen Lebens an. Zu den Aufgaben zählen die Entwicklung von Beiträgen für die Umsetzung der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie, die Benennung von konkreten Handlungsfeldern und Projekten sowie der Anspruch, Nachhaltigkeit zu einem wichtigen öffentlichen Anliegen zu machen.

Verbände und internationale Initiativen

Um gemeinsam und im wechselseitigen Austausch mit anderen Stakeholdern nachhaltige Entwicklung aktiv mitzugestalten und voranzubringen, beteiligt sich Henkel an vielzähligen Initiativen auf nationaler und internationaler Ebene.

Dazu zählt die Mitarbeit in Arbeitsgruppen und Industrieverbänden wie dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), dem internationalen Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelverband A.I.S.E., dem europäischen Kosmetikverband Cosmetics Europe sowie dem Consumer Goods Forum (GCF). Sowohl unsere Erfahrung als auch unsere führende Rolle beim Thema Nachhaltigkeit bieten uns die Möglichkeit, die Diskussion über Lösungskonzepte zu nachhaltigem Konsum entlang der Wertschöpfungskette mitzugestalten.

Im Rahmen seiner Mitgliedschaft im Verband der Chemischen Industrie (VCI) engagiert sich Henkel außerdem in der Initiative Chemie³, die sich aus dem VCI, der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE) und dem Bundesarbeitgeberverband Chemie (BAVC) zusammensetzt. Ziel der Initiative ist es, die Nachhaltigkeit in der Chemiebranche voranzutreiben.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Außerdem befindet sich Henkel kontinuierlich in der Diskussion mit verschiedenen Organisationen, wie zum Beispiel dem „European Centre for Ecotoxicology and Toxicology of Chemicals“ (ECETOC), um Messmethoden für die Erfassung von Nachhaltigkeitsdaten zu verbessern und zu standardisieren. So wird auch sichergestellt, dass der Ansatz von Henkel auf bewährte Praktiken ausgerichtet ist und gleichzeitig Erfahrungen geteilt werden, um insgesamt die Transparenz und die Genauigkeit im Hinblick auf Ökobilanzierung zu erhöhen. Darüber hinaus beteiligt sich Henkel über die A.I.S.E. an einem Pilotprojekt der EU, dem „Product Environmental Footprint“ (PEF), das anhand von Fallstudien gemeinsam mit anderen Verbandsmitgliedern und Behördenvertretern Methoden und Risikobewertungen für die Ökobilanzierung erarbeitet. International gehört Henkel zu den Unterzeichnern der Initiative „Responsible Care Global Charter“, die 2015 auf der Internationalen Chemikalien-Management-Konferenz ICCM-4 des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP) vorgestellt wurde und internationale Thematiken rund um die chemische Industrie aufgreift und ethische Verpflichtungen aus sechs Bereichen, darunter „Schutz von Mensch und Umwelt“ und „Beitrag zur Nachhaltigkeit“, festlegt.

Henkel ist seit 2008 Mitglied der branchenübergreifenden Initiative „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO) und kam auch 2017 wieder mit Vertretern des RSPO sowie der internationalen Entwicklungsorganisation Solidaridad und der BASF zusammen, um laufende Partnerschaften zur Förderung nachhaltiger Palmölwirtschaft zu diskutieren. Da die Mitwirkenden der Ansicht sind, dass keine Einzelorganisation in der Lage sei, allein einen Wandel der Palmölindustrie zu bewirken, soll durch Bündelung der Kräfte ein Fortschritt bei der nachhaltigen Produktion von Palm- und Palmkernöl vorangetrieben werden.

Elise Muijzert (rechts), Programm-Managerin für Agri-Commodities bei Solidaridad, diskutiert mit Uwe Bergmann und Christine Schneider von Henkel über die Herausforderungen von Projekten zur Förderung einer nachhaltigen Palmölwirtschaft.

Bildung für nachhaltige Entwicklung

Henkel ist es wichtig, über den eigenen Einflussbereich hinaus die Fragestellungen einer nachhaltigen Entwicklung zu thematisieren. Im Jahr 2017 haben wir erneut eine Vielzahl von Projekten und Aktionen initiiert, insbesondere zum Thema „Bildung für nachhaltige Entwicklung“. Zum 25-jährigen Bestehen der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf stifteten die Konrad-Henkel-Stiftung, die Fritz Henkel Stiftung sowie Dr. Christoph Henkel gemeinsam einen Lehrstuhl für Sustainability Management. Dort sollen die Lehre und internationale Spitzenforschung auf dem Gebiet Nachhaltigkeitsmanagement, im Speziellen nachhaltiges Verhalten, vorangetrieben und so ein Beitrag zu globalen Herausforderungen des nachhaltigen Wirtschaftens geleistet werden.

Dr. Christoph Henkel, Vorsitzender des Kuratoriums der Konrad-Henkel-Stiftung und stellvertretender Vorsitzender des Gesellschafterausschusses von Henkel, und Prof. Dr. Anja Steinbeck, Rektorin der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, bei der Unterzeichnung des Stiftungsvertrags am 18. Oktober 2017. Der Stiftungslehrstuhl soll einen Beitrag zur Bewältigung der globalen Herausforderungen des nachhaltigen Wirtschaftens leisten. Im Hintergrund Kathrin Menges, Henkel-Personalvorstand und Vorstandsmitglied der Fritz Henkel Stiftung, sowie Prof. Dr. Stefan Süß.
(Foto: HHU / Jürgen Bauer)

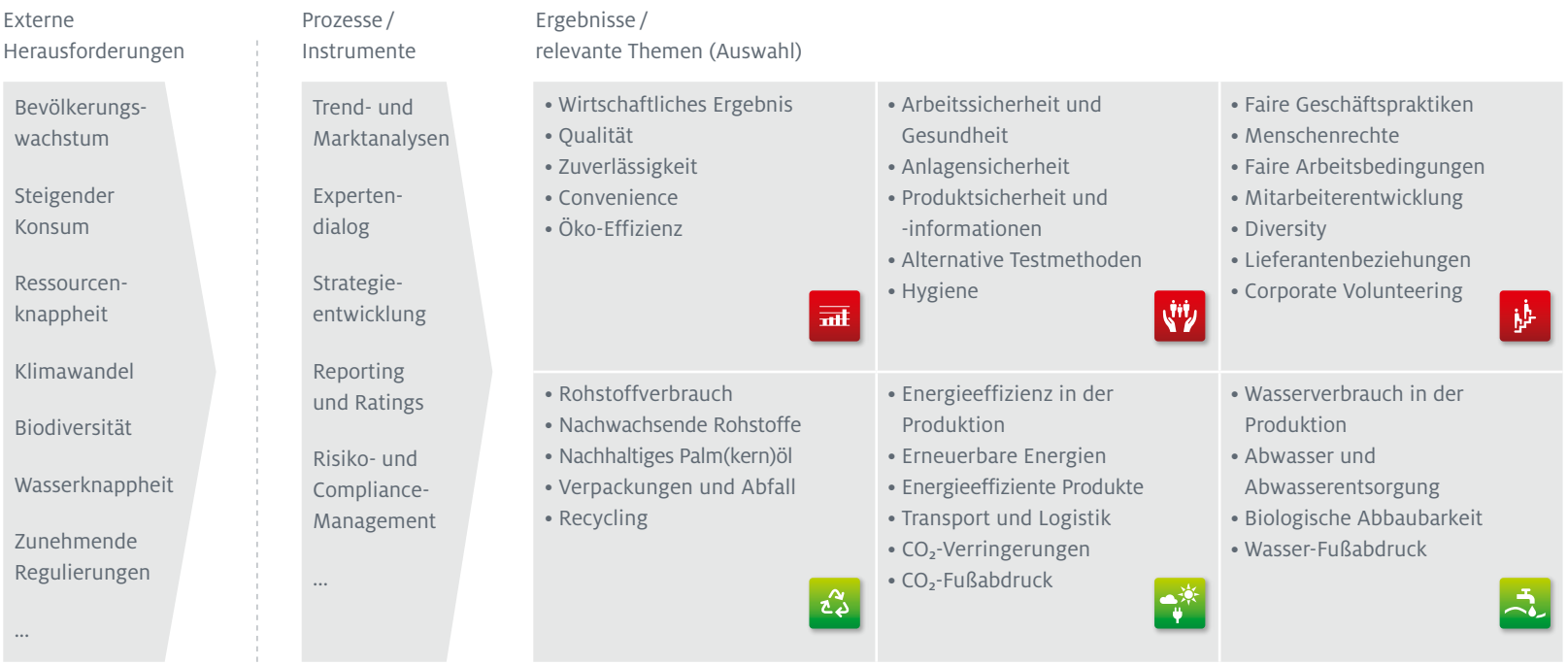
Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Identifikation der wesentlichen Themen

Die Gesellschaft und Unternehmen stehen global vor einer Vielzahl von Herausforderungen. Um die für unsere Geschäftstätigkeit und Berichterstattung relevanten Themen zu ermitteln, analysieren wir Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung mithilfe verschiedener Instrumente und beurteilen ihre Bedeutung für das Unternehmen und für unsere Stakeholder. Dazu stehen wir im Dialog mit der Fachöffentlichkeit, internationalen Ratingagenturen, Analysten und der Wissenschaft. Berücksichtigung finden auch die Kriterien verschiedener finanz- und nachhaltigkeitsorientierter Ratings sowie die Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Die Ergebnisse dieses kontinuierlichen Prozesses lassen sich anhand unserer sechs Fokusfelder gliedern. In diesen wollen wir durch unsere Geschäftstätigkeit weltweit entlang der Wertschöpfungskette eine nachhaltige Entwicklung vorantreiben.

Identifikation wesentlicher Themen für unser Nachhaltigkeitsmanagement und unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung



Materialitätsanalyse: Die globalen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung analysieren wir mittels verschiedener Instrumente und Prozesse. So identifizieren wir die relevanten Themen für das Nachhaltigkeitsmanagement und die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Henkel.

Externe Bewertungen

Die Bewertung und die Anerkennung unserer Leistungen durch unabhängige Nachhaltigkeitsexperten schaffen Transparenz und bestätigen, dass wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie erfolgreich umsetzen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Nachhaltigkeitsindizes 2017

Dow Jones Sustainability Indices

Zürich / New York: Henkel ist Branchenführer und in den Dow Jones Sustainability Indizes World und Europe gelistet. Die → Beurteilung basiert auf ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Kriterien und wird von S&P Dow Jones Indices und der Schweizer Agentur RobecoSAM durchgeführt. Seit Einführung der Indizes im Jahr 1999 war Henkel insgesamt neunmal Branchenführer.

ECPI Index

Mailand: Henkel ist in den Indizes „ECPI Euro Ethical Equity“ und „ECPI EMU Ethical Equity“ gelistet. Die 150 in den ECPI Indices enthaltenen marktkapitalisierten Unternehmen stellen – laut ECPI-Screening-Methodik – die empfehlenswertesten Investments im europäischen Markt (EURO) sowie in der europäischen Währungsgemeinschaft (€uro) dar. ECPI S.r.l. gehört zur Gruppo Medio S.p.A. und hat die beiden Ethik-Indizes bereits im Jahr 1999 eingeführt.

Ethibel Nachhaltigkeitsindizes und Investmentregister

Paris: Henkel ist erneut in den Nachhaltigkeitsindizes „Excellence Europe“ sowie „Excellence Global“ vertreten und im Ethibel „Pioneer“- und Ethibel „Excellence“-Investmentregister gelistet. Die Aufnahme durch das Forum Ethibel qualifiziert Henkel als führend in seinem Sektor für Corporate Social Responsibility.

Euronext Vigeo Eiris Indices

Paris: Henkel ist erneut in den Euronext Vigeo Eiris Sustainability Indices World 120, Europe 120 und Eurozone 120 gelistet. Sie werden vom transatlantischen Börsenbetreiber NYSE Euronext und der Ratingagentur Vigeo Eiris herausgegeben und enthalten die jeweils 120 bestplatzierten Unternehmen im jeweiligen Index.

FTSE4Good Ethical Index

London: Henkel ist zum 17. Mal in Folge im Ethik-Index FTSE4Good vertreten, den die Financial Times und die Londoner Börse im Jahr 2001 eingeführt haben.

Global Challenges Index

Hamburg: Henkel wurde ein weiteres Mal als eines von nur 50 Unternehmen weltweit im Global Challenges Index gelistet – einem Index von der Börse Hannover und der deutschen Ratingagentur Oekom Research. Seit 2007 ist Henkel im Global Challenges Index vertreten.

MSCI World ESG Index und MSCI Europe ESG Index

New York: Henkel ist erneut in den Sustainability Indizes MSCI ACWI ESG Leaders und MSCI ACWI SRI vertreten, die Unternehmen mit starkem Chancen- und Risikomanagement bezogen auf Umwelt, gesellschaftliche und Corporate-Governance-Themen aufnehmen.

STOXX ESG Leaders Indices

Zürich: STOXX Limited hat Henkel erneut in die STOXX Global ESG Leaders Indices aufgenommen. Die Unternehmen werden in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Unternehmensführung bewertet. Die Datenbasis stellt die niederländische Agentur Sustainalytics bereit.

* Die Aufnahme der Henkel AG & Co. KGaA in einen MSCI-Index und die Nutzung von MSCI-eigenen Logos, Marken, Markenzeichen oder Indexnamen begründen keine Förderung, Befürwortung oder Unterstützung der Henkel AG & Co. KGaA durch MSCI oder seine verbundenen Unternehmen. Die MSCI-Indizes sind ausschließliches Eigentum von MSCI. MSCI und die MSCI-Logos und Indexnamen sind Marken oder Markenzeichen von MSCI oder seinen verbundenen Unternehmen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Nachhaltigkeitsratings 2017

EcoVadis

Paris: Als Mitglied der Initiative „Together for Sustainability" wurde das Nachhaltigkeitsmanagement von Henkel erneut durch die internationale Ratingagentur EcoVadis bewertet. Henkel wurde mit dem „Gold Recognition Level" ausgezeichnet, der höchsten Bewertungskategorie des
→ Corporate-Social-Responsibility-Ratings.

Oekom Research

München: Oekom Research zeichnet Henkel weiterhin mit dem Prime-Status aus. Mit der Note B gehört Henkel zu den besten Unternehmen der Konsumgüterbranche. Seit dem Jahr 1993 ist Oekom daran beteiligt, den nachhaltigen Investitionsmarkt zu gestalten.

Sustainalytics

Amsterdam: Im Nachhaltigkeitsrating von Sustainalytics ist Henkel im Sektor-Vergleich „Household & Personal Products" weltweit führend. Die vergleichende Analyse folgt dabei dem sogenannten ESG-Ansatz, der die Bereiche Umwelt, Gesellschaftliches und Governance (Unternehmensführung) umfasst.

Zürcher Kantonalbank

Zürich: Henkel wurde im Nachhaltigkeitsrating der Zürcher Kantonalbank (ZKB) mit der Note „AA" bewertet. Henkel wurde damit im nachhaltigen Anlagespektrum der ZKB bestätigt, das die Basis für verschiedene Investmentprodukte der schweizerischen Kantonalbanken bildet.

Weitere Bewertungen und Rankings

Carbon Disclosure Project

London: Henkel beteiligt sich seit 2004 am Carbon Disclosure Project (CDP), um die Transparenz für unsere Märkte und Investoren voranzutreiben. Das CDP bewertet qualitative und quantitative Angaben zum Thema Klimawandel (Note: B), Wasser und Wälder.

RobecoSAM Sustainability Yearbook 2018

Zürich: Henkel hat zum zweiten Mal in Folge den „Gold Class Award" und „Industry Mover Award" im Sustainability Yearbook erhalten. Es listet die weltweit nachhaltigsten Unternehmen jeder Branche auf und basiert auf RobecoSAMs Corporate Sustainability Assessment, zu dessen Teilnahme jedes Jahr über 3.000 der weltweit größten Unternehmen eingeladen werden.

Preise und Kundenauszeichnungen

Die externe Bewertung unserer Nachhaltigkeitsleistungen umfasst auch Auszeichnungen von unseren Kunden sowie Preise von lokalen und nationalen Umwelt-, Wirtschafts- oder Regierungsorganisationen. Eine Auswahl für das Jahr 2017 ist hier abgebildet.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel erhielt LSA Award für Vielfalt und CSR

Frankreich: LSA, ein führendes französisches Magazin für den Einzelhandel und für Fast Moving Consumer Goods (FMCG), würdigte die besten Nachhaltigkeitsinitiativen von Einzelhändlern und Konsumgüterherstellern. Henkel Frankreich erhielt den LSA Award für Vielfalt für ein Projekt mit dem Ziel, Mitarbeiter bei der Unterstützung von pflegebedürftigen Familienmitgliedern zu helfen. Der LSA Award für CSR ging an eine Henkel-Initiative, die sich auf Beiträge zur Kreislaufwirtschaft konzentriert.

Frost & Sullivan Nachhaltigkeitspreis für Henkel

Indien: Zum zweiten Mal in Folge hat Henkel Indien den Nachhaltigkeitspreis von Frost & Sullivan gewonnen. Das Unternehmen verbesserte sich vom „Challengers Award" im letzten Jahr zum „Leaders Award" in diesem Jahr. Das Bewertungssystem umfasst vier Parameter (Mission, Partnerschaft, Planet und Menschen) und honoriert Unternehmen, die für die Chancen und Risiken aus aktuellen Nachhaltigkeitstrends gut gerüstet sind.

Preis für Technologie-Innovationen im Automobil-Leichtbau

China: Auf der jährlichen Konferenz zu Technologie-Innovationen im Automobil-Leichtbau in Suzhou hat Henkel seinen Hochleistungs-Dämpfungsschaum der Marke Teroson vorgestellt, der Lärm und Vibrationen schnell und effektiv verringert. Die Fähigkeit von Henkel, Bedürfnisse von Kunden und Verbrauchern zu antizipieren und Innovationen schnell auf den Markt zu bringen, wurde vom Komitee der Sino-EU zu Automobilmaterialien mit dem Preis für Technologie-Innovationen im Automobil-Leichtbau ausgezeichnet.

Henkel ausgezeichnet für ein grünes Lateinamerika

Argentinien: Die Kompostierung von festen Bioabfällen ist ein Verfahren, das Henkel in seinem Werk in Chivilcoy nutzt. Es ist im Ranking der 500 besten gesellschaftlichen und ökologischen Projekte in Lateinamerika enthalten. Die Auszeichnungen werden von SAMBITO – Total Environmental Solutions, unterstützt durch das Beratungshaus PwC und die UNDP, organisiert. Aus 2.400 Projekten erreichte der Abfallbehandlungsprozess Platz 45 in der Kategorie „Wasser".

Kennzahlen

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere konzernweit erhobenen Kennzahlen schaffen Transparenz und helfen uns, Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren, Maßnahmen zu steuern und die Zielerreichung zu kontrollieren. Die Entwicklung unserer Kennzahlen stellen wir jeweils über einen Fünf-Jahres-Zeitraum dar. Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht fokussieren wir uns auf die Veröffentlichung weltweit relevanter Kernindikatoren.

Umweltkennzahlen unserer Produktion

Die produktionsbezogenen Daten für 2017 haben wir in allen 188 Henkel-Werken in 57 Ländern ermittelt. Die Daten repräsentieren rund 100 Prozent unserer Produktion. Sie wurden für die Berichterstattung zentral validiert und im Rahmen unseres internen Audit-Programms an den Standorten überprüft. Rückwirkend festgestellte oder berichtete Abweichungen korrigieren wir in der aktuellen Berichterstattung. Da sich unsere Produktionsstrukturen laufend ändern – etwa durch Inbetriebnahme neuer oder Schließung bisheriger Werke –, verändert sich auch die Zahl der einbezogenen Standorte. Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, stellen wir die Entwicklung der jährlichen Daten auch als Index bezogen auf die Produktionsmenge dar.

Kennzahlen unserer Mitarbeiter

Die Arbeitsunfälle erheben wir über ein weltweit einheitliches Berichtssystem. 99 Prozent der Mitarbeiter wurden im Jahr 2017 erfasst. Die veröffentlichten Mitarbeiter-Kennzahlen decken dementsprechend 99 Prozent unserer Mitarbeiter ab.

Anpassung der berichteten Kennzahlen

Akquisitionen und Veräußerungen: Ausgangs- und historische Daten werden nur in Ausnahmefällen angepasst, bei denen disruptive Akquisitionen oder Veräußerungen keinen aussagefähigen Vergleich der Zeitschienen mehr zulassen.

Änderungen im methodischen Ansatz: Ausgangs- und historische Daten werden wo immer möglich korrigiert. Sich dadurch ergebende Änderungen werden hervorgehoben und kommentiert.

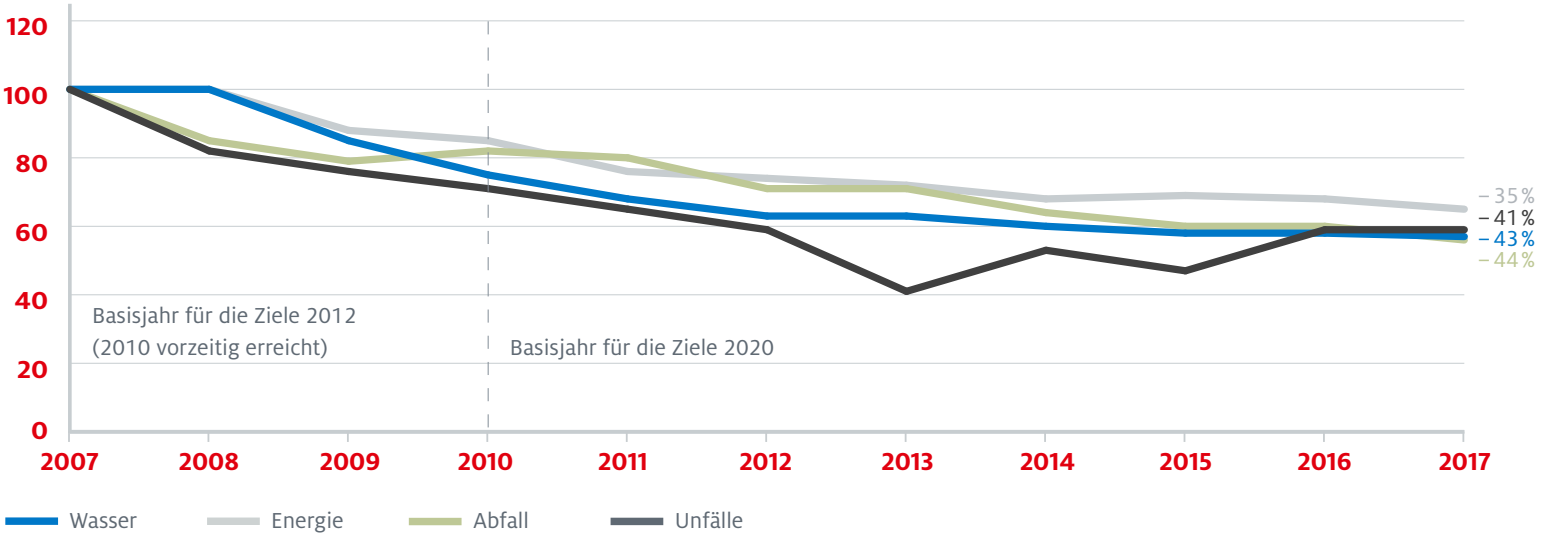
Fehler: Einzel- oder Summenfehler größer als 1 Prozent des Kennzahlwerts (zum Beispiel Gesamtenergieverbrauch) werden korrigiert, einschließlich der untergeordneten Kennzahl (zum Beispiel Stromverbrauch). Wo für die Verständlichkeit notwendig – typischerweise im Fall von Änderungen größer als 2 Prozent des Kennzahlwerts –, werden Änderungen hervorgehoben und erläutert.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Langfristige Entwicklung: Nachhaltigkeitsbilanz 2007 bis 2017

Bereits seit Jahrzehnten arbeiten wir an der Steigerung von Effizienz und Sicherheit unserer Produktionsprozesse. Unsere Nachhaltigkeitsbilanz über die letzten elf Jahre zeigt dies eindrucksvoll. In allen drei Unternehmensbereichen sind unsere Optimierungen darauf ausgerichtet, Wertschöpfung und Arbeitssicherheit unserer Produktion zu verbessern und gleichzeitig den ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. Aufbauend auf den → erreichten Verbesserungen wollen wir den Energie- und Wasserverbrauch sowie die Abfallmenge und Unfallrate auch weiterhin senken.

Umweltkennzahlen pro Tonne Produktionsmenge, Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden; Basisjahr 2007



Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Ökonomische Kennzahlen

	2016	2017
Umsatz in Mio Euro	18.714	**20.029**
Bereinigtes[1] betriebliches Ergebnis (EBIT) in Mio Euro	3.172	**3.461**
Bereinigte[1] Umsatzrendite (EBIT) in Prozent	16,9	**17,3**
Bereinigtes[1] Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) in Euro	5,36	**5,85**
Dividende je Stammaktie in Euro	1,60	**1,77[2]**
Dividende je Vorzugsaktie in Euro	1,62	**1,79[2]**

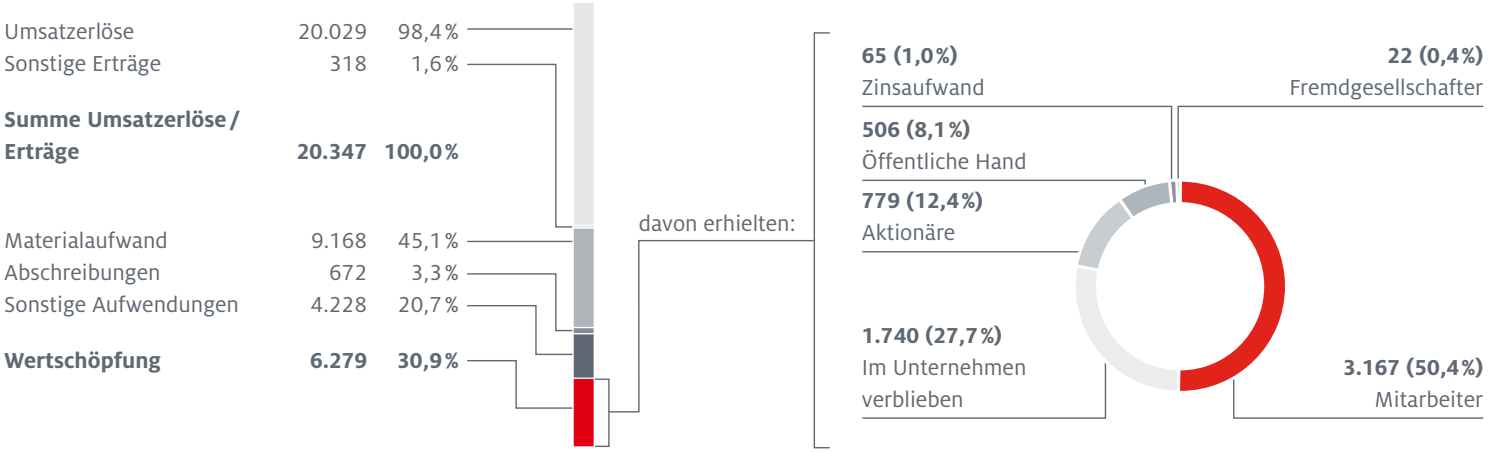
[1] Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.
[2] Vorschlag an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 9. April 2018.

Wertschöpfungsrechnung 2017

Die Wertschöpfungsrechnung zeigt, dass große Teile des erwirtschafteten Umsatzes in die globale Volkswirtschaft zurückgeflossen sind: Der größte Teil der Wertschöpfung – 50,4 Prozent – ging an unsere Mitarbeiter in Form von Gehältern und Vorsorgeleistungen. Die öffentliche Hand erhielt 8,1 Prozent in Form von Steuereinnahmen; die Darlehensgeber bekamen 1 Prozent durch Zinseinnahmen. 12,4 Prozent der Wertschöpfung haben wir als Dividende an unsere Aktionäre ausgeschüttet. Die im Unternehmen verbliebene Wertschöpfung steht für Investitionen in zukünftiges Wachstum zur Verfügung.

Angaben in Mio Euro

Umsatzerlöse	20.029	98,4 %
Sonstige Erträge	318	1,6 %
Summe Umsatzerlöse / Erträge	**20.347**	**100,0 %**
Materialaufwand	9.168	45,1 %
Abschreibungen	672	3,3 %
Sonstige Aufwendungen	4.228	20,7 %
Wertschöpfung	**6.279**	**30,9 %**



Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Ökologische Kennzahlen

Betrieblicher CO_2-Fußabdruck

Die von Henkel emittierten CO_2-Emissionen entstehen hauptsächlich durch Energieerzeugung und -verbrauch. Andere CO_2-Emissionsquellen sind für unsere Geschäftstätigkeit nicht relevant. Das Gleiche gilt für die Emissionen anderer Treibhausgase. Sie bilden weniger als 1 Prozent der Scope-1- und Scope-2-Emissionen. Die Scope-3-Emissionen berechnen wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Die größten Beiträge resultieren dabei aus der Herstellung der Rohstoffe und aus der Nutzung unserer Produkte.

Angaben in Tausend Tonnen CO_2 / CO_2-Äquivalente

	1. Rohstoffe	2. Produktion	3. Logistik	4. Industrie und Handel	5. Verbraucher	6. Entsorgung	
Direkte CO_2-Emissionen (Scope 1)		Energieverbrauch unserer Produktionsstandorte: 365					**365 (1%)**
Indirekte CO_2-Emissionen (Scope 2)		Fremdbezogene Energie (Strom, Dampf): 369					**369 (1%)**
Indirekte Emissionen in CO_2-Äquivalenten (Scope 3)	Chemikalien: 10.933 Verpackung: 2.224 Rohstofftransport: 231	Produktionsabfälle: 7 Geschäftsreisen: 68	Transport unserer Produkte: 677		Anwendung unserer Produkte: 34.531	Entsorgung unserer Produkte: 1.523	**50.194 (98%)**
	13.388 (26%)	**809 (2%)**	**677 (1%)**		**34.531 (68%)**	**1.523 (3%)**	

Gesamt: Rund 50.928 Tausend Tonnen CO_2 / CO_2-Äquivalente

In fast allen Berichtskategorien ergab sich ein Zuwachs der Menge der CO_2 / CO_2-Äquivalente, der durch die Akquisition neuer Standorte im Jahr 2017 begründet ist.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Index

Der Index in den Tabellen zeigt die Entwicklung der spezifischen Kennzahlen im Vergleich zur Produktionsmenge (pro Tonne Produkt).

Basis (= 100 Prozent) für den Index ist das Jahr 2013.

Produktionsmengen

Angaben in Tausend Tonnen	2013	2014	2015	2016	2017
Produktionsmengen	7.690	7.867	7.940	8.456	**9.392**
Index: Veränderung 2013 bis 2017					**+22%**

Bedingt durch eine verbesserte wirtschaftliche Lage und weltweit steigende Nachfrage stieg unsere Produktionsmenge seit 2013 jährlich an. Der Anstieg umfasst anteilig die Jahresproduktion unserer Akquisitionen.

Energieverbrauch

Angaben in Tausend Megawattstunden	2013	2014	2015	2016	2017
Fremdbezogene Energie	648	650	677	738	**835**
Kohle	114	96	127	126	**105**
Heizöl	123	115	121	121	**116**
Gas	1.406	1.360	1.375	1.391	**1.482**
Summe	2.291	2.221	2.300	2.376	**2.538**
Index: Veränderung 2013 bis 2017					**–9%**

Unter „fremdbezogener Energie“ sind Strom, Dampf und Fernwärme erfasst, die außerhalb unserer Standorte erzeugt werden.

Kohlendioxid-Emissionen

Angaben in Tausend Tonnen	2013	2014	2015	2016	2017
Eigene Kohlendioxid-Emissionen	353	335	349	355	**365**
Kohlendioxid-Emissionen aus fremdbezogener Energie	301[1]	299[1]	305[1]	329[1]	**369**
Summe	654[1]	634[1]	654[1]	685[1]	**734**
Index: Veränderung 2013 bis 2017					**–8%**

Das durch Henkel freigesetzte Kohlendioxid entsteht fast ausschließlich bei der Energieerzeugung.

[1] Für die Berechnung der Kohlendioxid-Emissionen aus fremdbezogener Energie nutzen wir die aktuellsten Emissionsfaktoren der International Energy Agency (IEA) für die jeweilige Berichtsperiode.

Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen

Angaben in Tonnen	2013	2014	2015	2016	2017
Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen	308	289	339*	358*	**397**
Index: Veränderung 2013 bis 2017					**+5%**

Wasserverbrauch und Abwassermenge

Angaben in Tausend Kubikmetern	2013	2014	2015	2016	2017
Wasserverbrauch	7.642	7.438	7.190	7.658	**8.431**
Abwassermenge	3.084	3.004	2.990	2.977*	**3.202**
Index: Veränderung 2013 bis 2017		Wasserverbrauch			**–10%**
		Abwassermenge			**–15%**

Gegenüber dem Wasserverbrauch ergeben sich geringere Abwassermengen, da Wasser in vielen unserer Produkte enthalten ist und Verdunstungsverluste in Prozessen auftreten.

* Im Rahmen der Prüfung unserer Daten identifizierte Fehler haben wir korrigiert.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

CSB-Emissionen in das Abwasser

Angaben in Tonnen	2013	2014	2015	2016	2017
CSB-Emissionen in das Abwasser	5.746	6.362	6.500	7.038*	**8.618**
Index: Veränderung 2013 bis 2017					**+23%**

Chemischer Sauerstoffbedarf (CSB): Maß für die Belastung von Abwässern mit organischen Stoffen.

Schwermetall-Emissionen im Abwasser

Angaben in Kilogramm	2013	2014	2015	2016	2017
Zink	397	445	519*	478*	**564**
Blei, Chrom, Kupfer, Nickel	270	200	294	268*	**227**
Summe	667	645	813*	746*	**791**
Index: Veränderung 2013 bis 2017					**–3%**

Besonders bedenkliche Schwermetalle wie Quecksilber und Cadmium sind in unserer Produktion nicht relevant.

Abfälle zur Wiederverwertung und Beseitigung

Angaben in Tausend Tonnen	2013	2014	2015	2016	2017
Abfall zur Wiederverwertung	62	53	59	68	**72**
Gefährlicher Abfall zur Beseitigung	18	17	15	13	**13**
Abfall zur Beseitigung	48	48	38	39	**38**
Summe	128	118	112	120	**124**
Index: Veränderung 2013 bis 2017					**–21%**
Bau- und Abbruchabfälle	30	21	33	69[1]	**28**

Wir haben den Anteil der Bau- und Abbruchabfälle aus unserer Bilanz herausgezogen und separat dargestellt, da einzelne, größere Bauprojekte bzw. deren Abwesenheit einen erheblichen Einfluss auf unsere Abfallbilanz haben. So können wir die Leistungen unserer Standorte und unsere Fortschritte transparenter darstellen.

[1] Der Anstieg im Jahr 2016 resultiert aus umfassenden Infrastrukturprojekten.

Staub-Emissionen

Angaben in Tonnen	2013	2014	2015	2016	2017
Staub-Emissionen	352*	382	303	277	**398**
Index: Veränderung 2013 bis 2017					**–8%**

Die Werte schließen Aerosole mit ein, da diese messtechnisch von Staub nur schwer zu unterscheiden sind.

Schwefeldioxid-Emissionen

Angaben in Tonnen	2013	2014	2015	2016	2017
Schwefeldioxid-Emissionen	154*	112*	94*	90*	**98**
Index: Veränderung 2013 bis 2017					**–56%**

Stickoxid-Emissionen

Angaben in Tonnen	2013	2014	2015	2016	2017
Stickoxid-Emissionen	410	367	382	418	**485**
Index: Veränderung 2013 bis 2017					**–2%**

Verbrauch von Chlorkohlenwasserstoffen

Angaben in Tonnen	2013	2014	2015	2016	2017
Verbrauch von Chlorkohlenwasserstoffen	1.358	1.319	1.204	1.249*	**1.387**
Index: Veränderung 2013 bis 2017					**– 16%**

Bei der überwiegenden Menge an Chlorkohlenwasserstoffen handelt es sich um Dichlormethan, das in Großbritannien und in den USA als Inhaltsstoff in Abbeizern eingesetzt wird.

* Im Rahmen der Prüfung unserer Daten identifizierte Fehler haben wir korrigiert.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Mitarbeiter-Kennzahlen

Mitarbeiter (am 31.12.)

	2013	2014	2015	2016	2017
Henkel weltweit[1]	46.850	49.750	49.450	51.350	**53.700**
Mitarbeiterstruktur					
– Tarifmitarbeiter	78,7%	79,0%	77,5%	76,9%	**77,7%**
– Führungskräfte	19,8%	19,5%	21,0%	21,7%	**20,9%**
– Top-Führungskräfte[2]	1,5%	1,5%	1,5%	1,4%	**1,4%**
Mitarbeiterfluktuation weltweit[3]	4,4%	4,3%	4,5%	6,3%	**6,8%**

[1] Stammpersonal ohne Auszubildende. Werte sind gerundet. Die Zahl der Mitarbeiter lag Ende 2017 mit 53.700 Beschäftigten über der Vorjahreszahl. Der Zuwachs ergibt sich maßgeblich aus den Akquisitionen in unserem Unternehmensbereich Beauty Care.
[2] Corporate Senior Vice Presidents, Führungskreise I und IIa.
[3] Mitarbeiterkündigungen.

Alter und Betriebszugehörigkeit (am 31.12.)

	2013	2014	2015	2016	2017
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in Jahren	10,3	10,2	10,3	10,3	**10,2**
Durchschnittsalter der Mitarbeiter in Jahren	39,6	39,7	39,9	40,3	**40,5**
Altersstruktur					
16 – 29	17,8%	18,4%	18,0%	17,3%	**16,9%**
30 – 39	34,4%	33,8%	33,4%	33,0%	**33,0%**
40 – 49	29,1%	28,2%	28,1%	27,9%	**27,3%**
50 – 65	18,7%	19,5%	20,5%	21,8%	**22,8%**

Die Altersstruktur bei Henkel spiegelt die Vielfalt unserer Kunden und Märkte wider und ermöglicht es uns, den unterschiedlichen Verbraucher- und Marktbedürfnissen gerecht zu werden.

Nationalitäten (am 31.12.)

	2013	2014	2015	2016	2017
Henkel	123	124	123	123	**120**
Führungskräfte	88	93	87	90	**89**
Am Hauptsitz Düsseldorf	56	62	64	64	**66**

Die Internationalität unserer Belegschaft spiegelt unsere Geschäftspolitik wider, einerseits Positionen vor Ort mit lokalen Mitarbeitern und andererseits Stellen in der Konzern-Zentrale in Deutschland international zu besetzen.

Frauenanteil (am 31.12.)

in Prozent	2013	2014	2015	2016	2017
Henkel	32,9	33,2	33,6	33,1	**34,3**
Führungskräfte	31,6	32,5[1]	33,1	34,3	**34,5**
Top-Führungskräfte[2]	19,8	20,6	21,1	22,5	**23,2**

[1] Ohne Akquisitionen im Jahr 2014.
[2] Corporate Senior Vice Presidents, Führungskreise I und IIa.

Als Ergebnis unserer konsequent verfolgten Diversity-Strategie haben wir den Anteil von Frauen in unserer Belegschaft und speziell auf den unterschiedlichen Führungsebenen kontinuierlich weiterentwickelt.

Mitarbeiter in Teilzeit (am 31.12.)

in Prozent	2014	2015	2016	2017
Teilzeitquote global	3	3	3	**3**
Westeuropa (inklusive Deutschland)	8	9	9	**9**
Deutschland	11	11	11	**12**

Teilzeitarbeitsmodelle sind vor allem in Westeuropa und speziell in Deutschland relevant. In Wachstumsmärkten wie Asien, Osteuropa, dem Nahen Osten oder Lateinamerika werden Teilzeitarbeitsmodelle deutlich weniger nachgefragt.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Mitarbeiterentwicklung

	2013	2014	2015	2016	2017
Interne Beförderungen (Führungskräfte)	1.199	1.154	1.309	1.181	**1.325**
Internationale Job-Rotationen	581	666	658	428	**380**
Auszubildende (Deutschland)	487	484	508	488	**512**
Durchschnittliche Fortbildung in Tagen[1]	2	1,5	2,1	1,6	**1,8**

[1] Unsere Mitarbeiter haben vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten, die neben den klassischen Fortbildungen und Präsenzseminaren auch digitale Lernmodule sowie Lernen im betrieblichen Alltag beinhalten.

Mitarbeiter mit Kollektivvereinbarungen (am 31.12.)

in Prozent	2013	2014	2015	2016	2017
Anteil weltweit	44	44	52	49	**45**
Anteil Europäische Union (EU)	79	79	78	73	**64[1]**

[1] Der Rückgang des Anteils von Mitarbeitern mit Kollektivvereinbarungen in der EU erklärt sich dadurch, dass aus unseren 2017 getätigten Akquisitionen noch nicht alle Informationen vorliegen, inwieweit die neuen Mitarbeiter durch Mitarbeitervertretungen abgedeckt werden.

Mitarbeiteraktienprogramm (am 31.12.)

in Prozent	2013	2014	2015	2016	2017
Beteiligungsquote	31,9	30,1	29,7	30,7	**31,4**

Rund 11.600 Mitarbeiter in 54 Ländern kauften 2017 im Rahmen des Programms Henkel-Vorzugsaktien. Insgesamt hielten rund 14.600 Mitarbeiter zum Jahresende rund 2,4 Mio Stück und damit rund 1,4 Prozent der Vorzugsaktien. Die Haltefrist für neu erworbene Aktien beträgt drei Jahre.

Gesellschaftliche Kennzahlen

Gesellschaftliches Engagement

	2013	2014	2015	2016	2017
Gesamtzahl der geförderten Projekte	2.422	2.265	3.431	2.051	**2.124**
Zahl der erreichten Menschen	1.147.483	1.358.108	1.506.525	1.223.598	**1.268.791**
Freistellungen von Mitarbeitern von der Arbeit für von ihnen initiierte Projekte in Tagen	51	284	121	335	**204**
Gesamtsumme Spenden in Tausend Euro (Geld- und Produktspenden ohne Freistellung von Mitarbeitern)	7.937	8.238	8.316	7.814	**8.037**
Zahl der erreichten Schulkinder durch unsere Nachhaltigkeitsbotschafter	19.428	20.634	24.406	29.268[1]*	**42.799**

[1] Die Zahl wurde aufgrund von nachgereichten Meldungen angepasst.

Die Zahl der geförderten Projekte liegt über dem Vorjahresniveau.
Die Mitarbeiterprojekte erforderten 2017 weniger Freistellungen als im Vorjahr. Dies ist darauf zurückzuführen, dass weniger Groß-Projekte im Rahmen von Team-Volunteering stattgefunden haben. Grundsätzlich können Mitarbeiter im Rahmen des Mitarbeiterengagements bis zu fünf Tage Freistellung im Jahr beantragen. Die Gesamtsumme der Spenden liegt über dem Vorjahresniveau.

* Im Rahmen der Prüfung unserer Daten identifizierte Fehler haben wir korrigiert.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Gesellschaftliche Förderprojekte, aufgeteilt nach den Entwicklungszielen der Vereinten Nationen

in Prozent	2017
SDG 1: Keine Armut	**12,2**
SDG 2: Kein Hunger	**2,1**
SDG 3: Gesundheit und Wohlbefinden	**28,9**
SDG 4: Hochwertige Bildung	**44,5**
SDG 5: Geschlechtergleichheit	**5,9**
SDG 6: Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen	**1,0**
SDG 7: Bezahlbare und saubere Energie	**0,4**
SDG 8: Menschenwürdige Arbeitsplätze und Wirtschaftswachstum	**0,8**
SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur	**1,2**
SDG 10: Weniger Ungleichheiten	**0,2**
SDG 11: Nachhaltige Städte und Gemeinden	**0,5**
SDG 12: Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion	**0,1**
SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz	**0,1**
SDG 14: Leben unter Wasser	**0,1**
SDG 15: Leben an Land	**0,4**
SGD 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen	**1,1**
SDG 17: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele	**0,6**

Im Jahr 2011 haben wir begonnen, den Anteil der sozialen Projekte zu melden, mit denen Henkel im Rahmen unseres Engagements für den Global Compact der Vereinten Nationen die Millenniums-Entwicklungsziele (MDGs) unterstützt. Im Jahr 2016 haben wir im Nachhaltigkeitsbericht unseren Beitrag zu den MDGs und zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals – SDGs) ausgewiesen, die im September 2015 die MDGs ersetzt haben. In diesem Jahr berichten wir nur über den Beitrag zu den SDGs. Eine Auflistung der Beiträge zu den MDGs von 2011 bis 2016 finden Sie im Henkel-Nachhaltigkeitsbericht 2016 auf Seite 133. Die SDGs beeinflussen nicht die Art von Projekten, die im Rahmen unseres Mitarbeiterengagements vorgeschlagen werden, aber viele unserer Corporate-Citizenship-Aktivitäten tragen direkt zu den SDGs bei.

Arbeitssicherheit

99 Prozent der Henkel-Mitarbeiter wurden erfasst.

Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden

Mindestens ein Ausfalltag (ohne Wegeunfälle)	2013	2014	2015	2016	2017
Henkel-Mitarbeiter	0,7	0,9	0,8	1,0	**1,0**
Mitarbeiter von externen Firmen, die an Henkel-Standorten tätig sind und im direkten Auftragsverhältnis stehen	0,5	0,8	1,0*	0,9	**1,0**

Schwere Arbeitsunfälle

Mehr als 50 Tage Ausfallzeit	2013	2014	2015	2016	2017
Bei produktionstypischer Tätigkeit	8	12	13	13	**10**
Bei der Fortbewegung, zum Beispiel Stolpern	5	5	4	8*[1]	**6**

[1] Ein Unfall, der im Dezember 2016 passiert ist, hat im Nachhinein die 50 Tage Ausfallzeit überschritten und wurde hinzugefügt.

* Im Rahmen der Prüfung unserer Daten identifizierte Fehler haben wir korrigiert.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Erläuterungen zur nichtfinanziellen Erklärung der Henkel AG & Co. KGaA nach §289b HGB

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

In Ergänzung zu den vorstehenden, auf den Konzern bezogenen Ausführungen der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung sind nachfolgend die die Henkel AG & Co. KGaA betreffenden Besonderheiten beziehungsweise wesentlichen Kennzahlen wiedergegeben.

Geschäftstätigkeit

Die Henkel AG & Co. KGaA ist operativ in den drei Unternehmensbereichen Adhesive Technologies, Beauty Care und Laundry & Home Care tätig und zugleich Mutterunternehmen des Henkel-Konzerns.

Als solches ist sie dafür verantwortlich, die unternehmerischen Ziele festzulegen und zu verfolgen. Zudem verantwortet sie das Führungs-, Steuerungs- und Kontrollinstrumentarium einschließlich des Risikomanagements sowie die Verteilung der Ressourcen. Ende 2017 waren rund 7.200 Mitarbeiter bei der Henkel AG & Co. KGaA beschäftigt.

Das operative Geschäft der Henkel AG & Co. KGaA stellt einen Ausschnitt der Geschäftstätigkeit des gesamten Henkel-Konzerns dar und wird unternehmensübergreifend durch die Unternehmensbereiche gesteuert.

Die Nachhaltigkeitsbelange der Henkel AG & Co. KGaA sind sowohl durch ihre eigene operative Tätigkeit geprägt als auch durch die operative Tätigkeit ihrer Tochtergesellschaften. Insoweit kann bezüglich der Nachhaltigkeitsbelange und Risikolage der Henkel AG & Co. KGaA grundsätzlich auf die den Konzern betreffende Erklärung verwiesen werden. Soweit die die Henkel AG & Co. KGaA betreffenden Kennzahlen wesentlich von den Konzernkennzahlen abweichen, sind diese nachfolgend dargestellt [und kommentiert]:

Kennzahlen Henkel AG & Co. KGaA

	2017
Produktionsmengen (in Tausend Tonnen)	**812**
Kohlendioxid-Emissionen (in Tausend Tonnen)	**120**
Energieverbrauch (in Tausend Megawattstunden)	**453**
Abfall (in Tausend Tonnen)	**21**
Wasserverbrauch (in Tausend Kubikmetern)	**1.619**
Arbeitsunfälle von Henkel-Mitarbeitern (pro eine Million Arbeitsstunden)	**1,5**
Anzahl Mitarbeiter	**7.204**

Die aufgeführten Kennzahlen sind grundsätzlich mit denen des Konzerns vergleichbar. Eine deutliche Abweichung der Kennzahlen der AG & Co. KGaA gibt es im Bereich Energie durch das Kraftwerk am Standort Düsseldorf und dem damit einhergehenden Verbrauch von Kohle.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Betriebsstörungen und Umweltverstöße

Henkel berichtet offen über Betriebsstörungen, sobald damit mindestens eine von drei Folgen verbunden ist:

- Gefährdung von Nachbarschaft oder Umwelt,
- materieller Schaden von mehr als 50.000 Euro,
- erhebliche Reaktionen in der Öffentlichkeit.

Außerdem berichtet Henkel transparent über Umweltverstöße mit Strafen, die 10.000 Euro übersteigen.

Auch die daraus abgeleiteten Maßnahmen werden dargelegt.

Jahr	Betriebsstörung	Umweltverstoß
2017	In unserem Klebstoffwerk in Düsseldorf, Deutschland, kam es im Januar 2017 zu einem Produktaustritt auf das Werksgelände. Während der Produktion eines Klebstoffs wurde mit der Zugabe von wasserhaltigem Lösungsmittel ungewollt bereits der Aushärteprozess des Klebstoffs in Gang gesetzt. Der entstandene Klebstoffschaum aktivierte das Druckentlastungssystem und gelangte vom Auffangraum nach draußen auf eine Werkstraße. Der ausgehärtete Schaum wurde von der Straße mechanisch entfernt. Der Vorfall verursachte keine wesentliche Betriebsunterbrechung und es entstanden keine Personen- oder Umweltschäden. **Maßnahmen:** Die Auslegung des Druckentlastungssystems sowie die Alarmfunktion wurden geprüft. Zusätzlich wurde ein Messinstrument installiert, das kontinuierlich die Wasserfreiheit des Lösungsmittels misst.	2017 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
2016	In unserem Klebstoffwerk in Taizhou, China, kam es im Dezember 2016 bei einem Brand in einer Produktionsstätte für Sekundenkleber zu Sachschäden. Die örtliche Feuerwehr konnte den Brand schnell unter Kontrolle bringen. Es entstanden keine Personen- oder Umweltschäden. Der Brand verursachte eine vorübergehende Betriebsunterbrechung. **Maßnahmen:** Die Untersuchungen zum genauen Ausmaß der Schäden im Werk haben ergeben, dass für einen ordnungsgemäßen Betrieb ein vollständiger Wiederaufbau erforderlich wäre. Vor diesem Hintergrund wurde das Werk am 3.12.2017 geschlossen. Die betroffenen Mitarbeiter wurden am 3.11.2017 informiert. Alle Maßnahmen erfolgten im Einklang mit den in China geltenden rechtlichen Bestimmungen.	2016 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
2015	2015 gab es bei Henkel keine Betriebsstörungen.	2015 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
2014	2014 gab es bei Henkel keine Betriebsstörungen.	2014 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
2013	2013 gab es bei Henkel keine Betriebsstörungen.	2013 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.

Referenz- und Berichtsrahmen

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

GRI-Index

Zur Nachhaltigkeitsberichterstattung wendet Henkel die in den G4-Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Grundsätze und Standardangaben, den Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1 und 2), den Corporate Value Chain Standard (Scope 3) der Greenhouse Gas Protocol Initiative vom World Resources Institute (WRI) und vom World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) an. Außerdem werden unternehmensintern definierte Kriterien zur Ermittlung von CO_2-Einsparungen durch eigene Produkte, in Verbindung mit internen Richtlinien, berücksichtigt. Unser GRI-Index verweist auf die erforderlichen Informationen in unserem Geschäftsbericht und in unserem Nachhaltigkeitsbericht.

UN Global Compact-Index

Henkel gehört seit 2003 zu den Unterzeichnern des UN Global Compact. Der UN Global Compact ist eine strategische Initiative für Unternehmen, die ihre Strategien und Geschäftstätigkeiten an zehn universell anerkannten Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Anti-Korruption ausrichten. Wir erstellen und veröffentlichen jedes Jahr eine → Übersicht, die auf Informationen in unserem Nachhaltigkeitsbericht verweist und unsere Fortschritte hinsichtlich der vom Global Compact definierten Prinzipien darlegt.

Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen

Die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, abgekürzt SDGs) schaffen ein gemeinsames Verständnis dafür, wie sich Regierungen, die Zivilgesellschaft und Unternehmen aller Größenordnungen und Branchen zusammenschließen können, um den Fortschritt bei der Bekämpfung von Armut, der Sicherung von Wohlstand und dem Schutz des Planeten voranzutreiben. Henkel unterstützt aktiv die Erreichung der SDGs; und wir überprüfen unsere Ziele und Initiativen innerhalb unseres eigenen Nachhaltigkeitsansatzes kontinuierlich, um sicherzustellen, dass sie den Prioritäten der 17 SDGs entsprechen.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Berichtsrahmen

1992 haben wir unseren ersten Umweltbericht veröffentlicht und kontinuierlich zum heutigen Nachhaltigkeitsbericht weiterentwickelt. Er erscheint seit 27 Jahren jährlich und bildet gemeinsam mit unserem Geschäftsbericht eine integrierte Unternehmensberichterstattung.

Der Nachhaltigkeitsbericht fasst die wesentlichen ökologischen sowie gesellschaftlichen und sozialen Entwicklungen im Geschäftsjahr 2017 zusammen. Seit unserem Beitritt zum Global Compact der Vereinten Nationen im Jahr 2003 dient dieser Bericht auch als jährlich vorzulegender Fortschrittsbericht.

Die berichteten Inhalte spiegeln die für unsere Geschäftstätigkeit relevanten und materiellen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung wider. In die Themenauswahl eingeflossen sind die Ergebnisse des kontinuierlichen Stakeholder-Dialogs. Besondere Berücksichtigung finden der Austausch mit internationalen Nachhaltigkeitsexperten, die Kriterien verschiedener finanz- und nachhaltigkeitsorientierter Ratingagenturen sowie die Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI).

Die produktionsbezogenen Umweltkennzahlen ermitteln wir an Produktionsstätten in 57 Ländern. Sie repräsentieren 100 Prozent des weltweiten Produktionsvolumens. Henkel berichtet offen über schwere Betriebsstörungen, sofern sich solche im Berichtszeitraum ereignet haben, sowie die daraufhin ergriffenen Maßnahmen. Die Arbeitsunfälle erheben wir über ein weltweit einheitliches Berichtssystem; 99 Prozent der Henkel-Mitarbeiter werden dort erfasst.

Die veröffentlichten Mitarbeiter-Kennzahlen erfassen 99 Prozent unserer Mitarbeiter.

Berichterstattungsinitiativen

Neue Impulse in das Unternehmen tragen und eigene Erfahrungen mit anderen teilen – diesen Ansatz verfolgt Henkel bei der Mitarbeit in internationalen Berichterstattungsinitiativen.

Im Rahmen eines Pilotprojekts hat Henkel bereits im Jahr 1999 den Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI) evaluiert. Seitdem engagiert sich Henkel kontinuierlich im konstruktiven und kritischen Dialog mit der GRI, um die Qualität der Berichterstattung zu verbessern sowie die Praktikabilität des Leitfadens zu erhöhen. Dazu bringt Henkel seine Erfahrungen und Erkenntnisse aus dem Dialog mit seinen Stakeholdern in die Workshops und Feedbackprozesse ein.

Die Ergebnisse dieser Arbeit werden der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Henkel unterstützt damit das Ziel, das allgemeine Niveau der freiwilligen Berichterstattung über Umweltschutz und gesellschaftliche Verantwortung weiter anzuheben.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit über Nachhaltigkeitsinformationen

An den Vorstand der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf

Wir haben die Angaben zur Wesentlichkeitsanalyse und zum Stakeholder-Dialog, zu den Management-Ansätzen in den zentralen Aspekten der Fokusfelder (Energie und Klima; Wasser und Abwasser; Materialien und Abfall; Gesundheit und Sicherheit; Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt; Palmöl; Einkauf- und Lieferantenmanagement, Produktsicherheit) sowie die Kennzahlen zu diesen Fokusfeldern, die CO_2-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette und ausgewählte Fallstudien zur Vermeidung von CO_2-Emissionen, veröffentlicht im Henkel-Nachhaltigkeitsbericht (im Folgenden „Bericht“) für das Geschäftsjahr 2017 der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf (im Folgenden „Henkel“), einer unabhängigen betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit unterzogen.

Ausgewählte Angaben im Umfang unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung sind im GRI-Index, veröffentlicht im Anhang des Nachhaltigkeitsberichts sowie unter http://www.henkel.de/nachhaltigkeit, mit folgendem Symbol gekennzeichnet: „√“.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter von Henkel sind verantwortlich für die Aufstellung des Berichts in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien. Henkel wendet die in den G4-Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Grundsätze und Standardangaben, den Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1 und 2) sowie den Corporate Value Chain Standard (Scope 3) der Greenhouse Gas Protocol Initiative von dem World Resources Institute (WRI) und dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) sowie unternehmensintern definierte Kriterien zur Ermittlung von CO_2-Einsparungen durch eigene Produkte, in Verbindung mit internen Richtlinien, an (im Folgenden: „Berichtskriterien“).

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst zum einen die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Erklärung des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualitätssicherung

Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Unsere Prüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen zur Qualitätssicherung an, insbesondere die Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie die IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1), die in Einklang mit den vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) herausgegebenen International Standards on Quality Control stehen.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfurteil mit begrenzter Sicherheit über die einleitend beschriebenen sowie im GRI-Index mit „√“ gekennzeichneten Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit aussagen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die einleitend beschriebenen Angaben für den Zeitraum vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten Berichtskriterien aufgestellt worden sind. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unseres Auftrags haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen und sonstigen Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragung von für die Wesentlichkeitsanalyse verantwortlichen Mitarbeitern auf Konzernebene, um ein Verständnis über die Vorgehensweise zur Identifizierung wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen und entsprechender Berichtsgrenzen von Henkel zu erlangen.
- Eine Risikoeinschätzung, einschließlich einer Medienanalyse, zu relevanten Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung der Henkel AG & Co. KGaA in der Berichtsperiode.
- Einschätzung der Konzeption und der Implementierung von Systemen und Prozessen für die Ermittlung, Verarbeitung und Überwachung der Angaben und Ergebnisse im Prüfungsumfang einschließlich der Konsolidierung der Daten.
- Befragungen von Mitarbeitern auf Konzernebene, die für die Ermittlung der Angaben zu Managementansätzen und Ergebnissen, die Durchführung von internen Kontrollhandlungen und die Konsolidierung der Angaben verantwortlich sind.

Vorwort
Henkel im Überblick
Unsere Strategie
Management
Einkauf und Lieferantenmanagement
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

- Einsichtnahme in ausgewählte interne und externe Dokumente.
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends, welche zur Konsolidierung auf Konzernebene von allen Einheiten / Standorten gemeldet wurden.
- Einschätzung der lokalen Datenerhebungs-, Validierungs- und Berichterstattungsprozesse sowie der Verlässlichkeit der gemeldeten Daten durch eine Stichprobenerhebung an den Standorten in West Hazleton, Enoree und Salisbury (alle USA) und Holthausen (Deutschland).
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der im Prüfungsumfang enthaltenen Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung.

Wie im Bericht auf Seite 35 dargestellt, wurde im Jahr 2017 eine Bewertung der Lieferanten durch den durch Henkel beauftragten externen Dienstleister EcoVadis zur Sicherstellung der Einhaltung der Henkel-Standards in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, Qualität, Menschenrechte, Mitarbeiterstandards und Anti-Korruption durchgeführt. Die Angemessenheit und Richtigkeit der Schlussfolgerungen aus den jeweils durchgeführten Prüfungshandlungen waren nicht Bestandteil unserer Prüfung mit begrenzter Prüfungssicherheit.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme gelangen lassen, dass die für das Geschäftsjahr 2017 im Nachhaltigkeitsbericht der Henkel AG & Co. KGaA veröffentlichten und im GRI-Index mit folgendem Symbol „√“ gekennzeichneten Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind.

Verwendungsbeschränkung / AAB-Klausel

Dieser Vermerk ist nur zur Information für Henkel über das Ergebnis der Prüfung an den Vorstand der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, gerichtet und ausschließlich für diesen bestimmt. Gegenüber Dritten übernehmen wir insoweit keine Verantwortung.

Dem Auftrag, in dessen Erfüllung wir vorstehend benannte Leistungen für den Vorstand der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, erbracht haben, lagen die Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in der Fassung vom 1. Januar 2017 zugrunde (https://www.kpmg.de/bescheinigungen/lib/aab.pdf). Durch Kenntnisnahme und Nutzung der in diesem Vermerk enthaltenen Informationen bestätigt jeder Empfänger, die dort getroffenen Regelungen (einschließlich der Haftungsbeschränkung auf EUR 4 Mio. für Fahrlässigkeit in Ziffer 9 der AAB) zur Kenntnis genommen zu haben, und erkennt deren Geltung im Verhältnis zu uns an.

Düsseldorf, den 7. Februar 2018
KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

ppa.
Laue
Hell
Wirtschaftsprüfer

Kontakte

Corporate Communications
Telefon: +49 (0) 211 / 797-35 33
Fax: +49 (0) 211 / 798-40 40
E-Mail: corporate.communications@henkel.com

Sustainability Management
Telefon: +49 (0) 211 / 797-36 80
Fax: +49 (0) 211 / 798-93 93
E-Mail: sustainability@henkel.com

Impressum

Herausgeber
Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf
© 2018 Henkel AG & Co. KGaA

Redaktion und Koordination
Sustainability Management:
Uwe Bergmann, Stefanie Fella, Ulla Hüppe,
Mareike Klein, Matt Shoesmith
Corporate Publications: Yvonne Gottschlich, Lisa Lind,
Wolfgang Zengerling

Design und Satz
MPM Corporate Communication Solutions, Mainz

Lektorat
Thomas Krause, Krefeld

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts:
22. Februar 2018

PR-Nr.: 02 18 0

Weitere Publikationen

Auf unserer Webseite bieten wir alle seit 1992 veröffentlichten Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichte zum Download an. Außerdem finden sich dort unsere Geschäftsberichte, Quartalsfinanzberichte / -mitteilungen, Unternehmenszweck, Vision, Mission und Werte, Code of Conduct, Code of Corporate Sustainability, Leadership Principles, SHE Standards, Public Affairs Standard und Social Standards.
www.henkel.de/publikationen

Unsere Finanzpublikationen im Internet:
www.henkel.de/berichte

Unsere Nachhaltigkeitsberichte im Internet:
www.henkel.de/nachhaltigkeit/berichte

Henkel App verfügbar für iOS und Android:

Henkel in Social Media:

www.facebook.com/henkeldeutschland
www.twitter.com/henkel_de
www.linkedin.com/company/henkel_2
www.instagram.com/henkel
www.youtube.com/henkel

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Mitarbeiter, Aktionäre oder Kunden sind als geschlechtsneutral anzusehen.

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich bei den in dieser Publikation genannten Zeichen um eingetragene Marken der Henkel-Gruppe mit Schutz in Deutschland und in anderen Ländern.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel AG & Co. KGaA beruhen. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Henkel AG & Co. KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, zum Beispiel das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung. Dieses Dokument wurde nur zu Informationszwecken erstellt und stellt somit weder eine Anlageberatung noch ein Angebot zum Verkauf oder eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren irgendwelcher Art dar.