

Nachhaltigkeitsbericht

**2016**



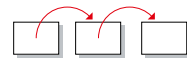


# Leitfaden zur Nutzung dieses Berichts

- 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

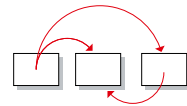
Sie können den Nachhaltigkeitsbericht von Henkel traditionell wie ein Buch lesen. Beginnen Sie auf Seite 1 und navigieren Sie fortlaufend bis zum Ende.



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



Video



Suche



Anhang

(weiterführende Informationen im [→ Anhang](#))

## 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,*

unsere Verantwortung als Unternehmen gegenüber Kunden und Konsumenten, unseren Mitarbeitern und der Gesellschaft hat die Geschichte des Unternehmens geprägt. Mit innovativen Lösungen wollen wir durch unsere Geschäftstätigkeit nachhaltig Werte schaffen.

Diese Überzeugung ist die Grundlage für das große Engagement unserer Mitarbeiter und die langfristig erfolgreiche Entwicklung von Henkel. Unser Anspruch, im gesamten Unternehmen und entlang unserer Wertschöpfungskette nachhaltig zu wirtschaften, stärkt unser Wachstum, trägt zu höherer Effizienz bei und verringert Risiken.

Mit den globalen Nachhaltigkeits- und Klimaschutzzielen hat die Weltgemeinschaft große Fortschritte hin zu einem gemeinsamen Verständnis der Prioritäten gemacht. Wir wollen aktiv zur Umsetzung dieser Ziele beitragen. Dazu muss nachhaltiges Wirtschaften aber auch breit in Wirtschaft und Gesellschaft verankert werden. Wir setzen dabei auf das Wissen und das Engagement unserer Mitarbeiter, die Stärke unserer Marken und Technologien sowie Partnerschaften in allen Bereichen unseres unternehmerischen Handelns.

**Kathrin Menges**

# Über 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

Mehr als  
**50.000**  
Mitarbeiter

**42%**  
unseres Umsatzes  
erzielen wir in den  
Wachstumsmärkten



Mehr als  
**140**  
Jahre Erfolg mit Marken  
und Technologien

Aus mehr als  
**120**  
Nationen stammen  
unsere Mitarbeiter

Rund  
**18,7 Mrd €**  
Umsatz

→ Weitere Kennzahlen zu unseren regionalen Zentren.

## Marken und Geschäftsfelder

### Adhesive Technologies

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies entwickelt als Marktführer weltweit hochwirksame Lösungen durch wegweisende Innovationen und die intensive Partnerschaft mit seinen Kunden.

Unsere Top-Marken

**LOCTITE**

**TECHNOMELT**

**BONDERITE**

### Beauty Care

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

Unsere Top-Marken

Schwarzkopf

syoss

Dial

### Laundry & Home Care

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care ist weltweit erfolgreich mit Wasch- und Reinigungsmitteln, von Wasch- und Geschirrspülmitteln über Oberflächenreiniger bis hin zu Insektenschutz-Produkten.

Unsere Top-Marken

**Persil**

**Purex**

Pril

# 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, ist tief in unseren Unternehmenswerten verwurzelt. Die Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg, dem Schutz der Umwelt und gesellschaftlicher Verantwortung ist als Ziel schon seit Jahrzehnten fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur.



1940 richtet Henkel einen Werkskindergarten und einen ehrenamtlichen werksärztlichen Dienst ein.



Seit 1912 gibt es bei Henkel eine Erste-Hilfe-Station.

### 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 Sicherheit, Gesundheit und Umwelt eingerichtet und den Gedanken der Nachhaltigkeit fest in den Unternehmenswerten verankert. → [Alle Meilensteine](#)



Seit 1959 führt Henkel regelmäßige ökologische Gütekontrollen bei Wasch- und Reinigungsmitteln durch. Auf diesem Bild sieht man eine Wasserqualitätskontrolle des Rheins 1961.

### Unser Unternehmenswert

Wir streben an, unsere führende Rolle im Bereich **Nachhaltigkeit** stetig auszubauen.

# 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.

### Mehr Wert schaffen



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

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



### Fundament stärken



**Dreimal effizienter werden**

bis 2030



### Engagement fördern



**Alle Mitarbeiter für Nachhaltigkeit aktivieren und trainieren**



**75 Prozent effizienter werden**

bis 2020



**200.000 Schüler mit unseren Bildungsinitiativen erreichen**

bis 2020



### Einfluss maximieren



**CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer Produktion um 75 Prozent reduzieren**

bis 2030



**Kunden und Verbrauchern helfen, 50 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> einzusparen**

bis 2020



**Jedes neue Produkt soll weiterhin in mindestens einem unserer Fokusfelder einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten**



**20 Millionen Menschen über unser gesellschaftliches Engagement erreichen**

bis 2020



**Gemeinsam mit unseren Partnern die Arbeitsbedingungen für 1 Million Arbeitskräfte in unseren Lieferketten verbessern**



bis 2020

# Unsere Wertschöpfungskette

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



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 130 Ländern**

Wir entwickeln innovative Lösungen und Standards im Sinn der Nachhaltigkeit mit unseren Lieferanten und Partnern aus rund 130 Ländern.

**2. Produktion**



Henkel betreibt 171 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**

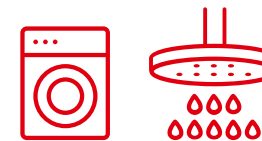


**Enge Kooperation**

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.





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

Wir wollen einen Beitrag dazu leisten, dass im Jahr 2050 neun Milliarden Menschen gut und im Einklang mit den begrenzten Ressourcen der Erde leben können.\*

\* Aus der „Vision 2050“ des World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).





# 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

Die Ambition, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stetig auszubauen, ist in unseren Unternehmenswerten verankert. Wir wollen mehr Wert schaffen: für unsere Kunden, Verbraucher, Nachbarn sowie 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 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 verfügbaren 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



*„Wir wollen unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit weiter stärken, konkrete Fortschritte erzielen und anspruchsvolle Ziele erreichen. Dabei setzen wir auf das Engagement unserer Mitarbeiter sowie auf eine enge Zusammenarbeit mit Kunden, Verbrauchern und Partnern.“*

**Hans Van Bylen**  
Vorstandsvorsitzender

Produkte und Dienstleistungen hinterlassen. Dieses Ziel bezeichnen wir als „Faktor 3“.

## Unsere Fokusfelder

Wir konzentrieren unsere Aktivitäten auf sechs Fokusfelder, die die für uns wesentlichen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung widerspiegeln. Drei von ihnen beschreiben, wie wir „mehr Wert“ schaffen wollen, für unsere Kunden und Konsumenten, unsere Mitarbeiter, unsere Aktionäre sowie unser gesellschaftliches Umfeld – 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. Um in diesen Fokusfeldern Fortschritte

- 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

entlang der gesamten Wertschöpfungskette voranzutreiben, setzen wir auf das Engagement unserer Mitarbeiter, unsere Produkte und die Zusammenarbeit mit unseren Partnern.



Unser 20-Jahres-Ziel bis 2030 ist die Verdreifung 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. 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. 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 – vor allem im Jahr 2015 – große Fortschritte hin zu einem gemeinsamen Verständnis der globalen Prioritäten beobachten. Zu den wesentlichen Entwicklungen in diesem Zusammenhang gehören das weltweite Klimaabkommen von Paris und die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, kurz SDGs), die im September 2015 von den 193 Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen verabschiedet wurden. Henkel unterstützt die Umsetzung der SDGs und des Klimaabkommens aktiv. Wir sind überzeugt, dass diese Ziele gemeinschaftliches Handeln fördern und den Fortschritt in Richtung Nachhaltigkeit beschleunigen werden.



Henkel unterstützt die Umsetzung der Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen. Wir haben die Entwicklungen um die SDGs verfolgt und prüfen unsere eigenen Ziele und Initiativen kontinuierlich, um sicherzustellen, dass sich diese mit den Prioritäten der **17 UN-Ziele** decken.

**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. Um der zunehmenden Bedeutung von Nachhal-

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

tigkeit für unsere Stakeholder und unserem langfristigen wirtschaftlichen Erfolg Rechnung zu tragen, haben wir im Jahr 2016 Schwerpunkte für die kommenden Jahre entwickelt: Wir wollen unser **Fundament stärken**, das **Engagement** unserer Mitarbeiter **fördern** und unseren **Einfluss maximieren**. So wollen wir durch die Tatkraft unserer mehr als 50.000 Mitarbeiter und mithilfe der einzigartigen Reichweite unseres Geschäfts unsere führende Rolle und unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung weiter ausbauen.

## 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,



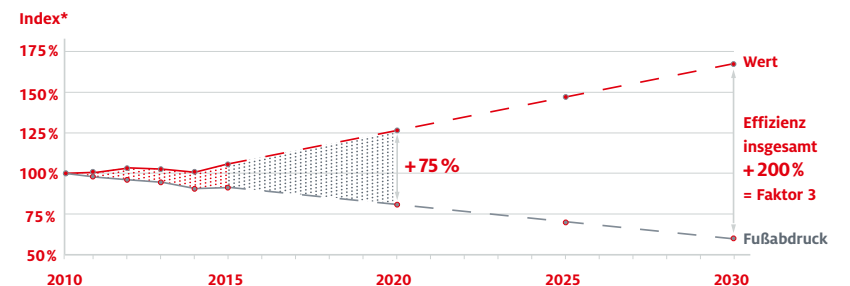
Unsere lange Tradition im Bereich Nachhaltigkeit, die Verankerung in unseren Werten, unsere klare Strategie und unsere Leistungen sind ein starkes Fundament, um unsere führende Rolle und unsere Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung weiter auszubauen. Unsere aktuelle Nachhaltigkeitsstrategie haben wir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

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.

## 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 2016 beträgt 42 Prozent. Auf dem Weg zu unserem 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. Aus diesem Grund haben wir für unsere Fokusfelder Zwischenziele auf Fünfjahresbasis definiert.

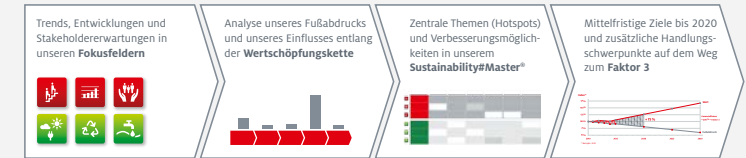
- Vorwort
- Henkel im Überblick
- Unsere Strategie**
- Management
- Einkauf und Lieferantenmanagement
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen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

		Erreicht 2016 <sup>1</sup>	Ziele 2020 <sup>1</sup>
	mehr Umsatz pro Tonne Produkt	<b>+ 8 %</b>	<b>+ 22 %</b>
	sicherer pro eine Million Arbeitsstunden	<b>+ 17 %</b>	<b>+ 40 %</b>
	weniger Energie / CO <sub>2</sub> -Emissionen pro Tonne Produkt	<b>- 22 %</b>	<b>- 30 %</b>
	weniger Abfall pro Tonne Produkt	<b>- 26 %<sup>2</sup></b>	<b>- 30 %</b>
	weniger Wasser pro Tonne Produkt	<b>- 23 %</b>	<b>- 30 %</b>
	<b>Effizienz insgesamt</b>	<b>+ 42 %</b>	<b>+ 75 %</b>

Zusätzlich zu den Zielen in unseren Fokusfeldern haben wir umfangreiche Zielvorgaben für weitere Bereiche, vom Einkauf über die Verpackung bis hin zum Recycling, festgelegt. Diese Ziele finden Sie in einzelnen Kapiteln dieses Berichts ebenso wie unsere Lösungsansätze für die spezifischen Herausforderungen in den verschiedenen Bereichen.

<sup>1</sup> Gegenüber dem Basisjahr 2010.  
<sup>2</sup> Abfallmengen unserer Produktionsstandorte ohne Abfälle aus Bau- und Abbrucharbeiten.

### Prozess zur Definition unserer Ziele bis 2020



Im Rahmen eines umfassenden Prozesses hat unser **→ Sustainability Council** 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 2016 Daten von 171 Standorten erfasst; dies entspricht 100 Prozent unserer weltweiten Produktionsmenge. Unseren Fußabdruck über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg bewerten wir mithilfe von repräsentativen **→ Lebenszyklusanalysen**, die rund 70 Prozent unseres Umsatzes in allen Produktkategorien abdecken, sowie Daten zu den von uns eingesetzten Rohstoffen, Verpackungsmaterialien und den beauftragten Transporten.

- 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 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<sub>2</sub>-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. Denn nur die Betrachtung des Gesamtsystems stellt sicher, dass die getroffenen Maßnahmen zu einem insgesamt verbesserten Nachhaltigkeitsprofil führen.

Entsprechend unserem Anspruch, dass jedes neue Produkt 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.

**Reputation**

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



Grundschulkinder lernen spielerisch, wie man verantwortungsvoll mit den Ressourcen unserer Erde umgehen kann. Sariah Ramos von der Frank Elementary School in Guadalupe, Arizona, USA, ist stolz auf ihr neues Wissen.

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 nachhaltigen Entwicklung. Sie sind die Schnittstelle zu unseren Kunden und ermöglichen Innovationen, entwickeln erfolgreiche Strategien und machen unser Unternehmen so 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 in 79 Ländern rund 10.000 Nachhaltigkeitsbotschafter qualifiziert. Um unser Verständnis von nachhaltigem Wirtschaften noch stärker im Unternehmen zu verankern, wollen wir alle Mitarbeiter trainieren und motivieren, Nachhaltigkeitsbotschafter zu werden. Dazu bauen wir unsere Schulungsaktivitäten weiter aus. 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 dem Training vermitteln wir einerseits die Grundlagen der Nachhaltigkeit – vom Konzept bis hin zu den wichtigen globalen Herausforderungen – und stellen andererseits dar, wie Henkel diese Herausforderungen aufgreift 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 in unserem gesellschaftlichen Umfeld Beiträge zur Nachhaltigkeit leis-



Im Rahmen des Nachhaltigkeitsbotschafter-Programms werden unsere Mitarbeiter gezielt in Nachhaltigkeitsthemen geschult. Zu den verschiedenen Trainingsplattformen gehören auch Teamtrainings, beispielsweise Workshops mit unseren Auszubildenden, hier in Düsseldorf.

ten. 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 2016 haben wir so mehr als 84.000 Schulkinder in 47 Ländern erreicht. Bis zum Jahr 2020 wollen wir mehr als 200.000 Schülerinnen und Schüler erreichen.

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.

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



Ziel der Nachhaltigkeitsinitiative „(Y)our move toward sustainability“ ist es, Henkel-Mitarbeiter zu einem nachhaltigen Verhalten in ihrem Büroalltag zu ermutigen – zum Beispiel durch verschiedene Aufkleber, die weltweit bei Henkel genutzt werden können.

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 20 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 ambitio-

nierte Ziele gesetzt, die zwei der dringendsten globalen Herausforderungen adressieren.

**Klimapositiv werden**

Mit dem weltweiten Klimaabkommen von Paris hat sich die Staatengemeinschaft klar dazu bekannt, die globale Erderwärmung auf deutlich unter 2 Grad Celsius zu begrenzen. Vor dem Hintergrund der notwendigen Verringerung der Emissionen und der Dekarbonisierung der Wirtschaft strebt Henkel an, ein klimapositives Unternehmen zu werden. Wir wollen den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer Produktion bis 2030 um 75 Prozent reduzieren und die Potenziale unserer Marken und Technologien nutzen, um Kunden und Verbraucher bei der Einsparung von CO<sub>2</sub>-Emissionen zu unterstützen. Dazu wollen wir zusätzlich zur kontinuierlichen Verbesserung unserer Energieeffizienz verstärkt Energie aus erneuerbaren Quellen einsetzen.



Wir streben an, ein klimapositives Unternehmen zu werden. Als ersten Schritt wollen wir den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer Produktion bis 2030 um 75 Prozent reduzieren und unseren Kunden und Verbrauchern helfen, 50 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> bis 2020 einzusparen.



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 wollen aber auch die Potenziale nutzen, die unsere Marken und Technologien entlang der Wertschöpfungskette bieten. Mit ihnen wollen wir unseren Kunden und Verbrauchern dabei helfen, 50 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> bis zum Jahr 2020 einzusparen. Wir haben einerseits Produkte, deren Anwendung direkt mit dem Einsatz von Energie verbunden ist, beispielsweise Waschmittel, Duschgele oder auch Schmelzklebstoffe. Hier wollen wir durch die Entwicklung von Produkten, die den effizienten Einsatz von Energie ermöglichen, und

durch die gezielte Information über die verantwortungsvolle Produktanwendung zur Verringerung des Energieverbrauchs und des damit verbundenen CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks beitragen. Darüber hinaus haben wir auch Produkte, die einen relevanten Beitrag zur Vermeidung von Energieverbräuchen und CO<sub>2</sub>-Emissionen leisten, beispielsweise durch die Dämmung von Gebäuden, die Konstruktion leichter Fahrzeuge oder die Vermeidung unnötiger Waschladungen.

### Wie wir unseren Kunden und Verbrauchern helfen, CO<sub>2</sub> einzusparen



#### Ceresit – Gebäudeisolierung

Im Bereich Bautechnik bieten wir Wärmedämmverbundsysteme zur Isolierung von Fassaden an. Die Kompatibilität der Produkte untereinander gewährleistet eine einfache Anwendung, Langlebigkeit und Leistungsfähigkeit. Die Systeme helfen, den Energieverbrauch von Gebäuden und entsprechend auch die Energiekosten zu senken. So konnten wir dazu beitragen, in Polen – einem unserer wichtigen Märkte – im letzten Jahr rund 90.000 Tonnen CO<sub>2</sub> Emissionen zu vermeiden.



#### Trockenshampoo

Die Anwendung von Trockenshampoo kann eine Haarwäsche ersetzen. Da es lediglich auf das Haar gesprüht und dann ausgekämmt wird, entfällt der Energieaufwand für das Erwärmen des Wassers. Der verursacht einen deutlich größeren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck als die Herstellung und Anwendung des Trockenshampoos. So haben die Trockenshampoos von Syoss, Schauma, Taft, Got2b, Gliss und Osis den Verbrauchern geholfen, 2016 rund 8.500 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen zu vermeiden.



#### Somat Maschinenreiniger

Geschirrspülmaschinen sollten regelmäßig gereinigt werden, um ihre Leistungsfähigkeit zu erhalten. Der 2016 entwickelte Somat Maschinenreiniger hilft hierbei Zeit, Wasser und Energie zu sparen, da er erstmals bei voll beladener Maschine angewendet werden kann. Durch die eingesparten Energiemengen konnte der Somat Maschinenreiniger im Jahr 2016 dazu beitragen, in unseren Märkten rund 8.000 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen zu 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 und Friseuren.
- Mädchen und Frauen wollen wir dabei unterstützen, sich eine positive Zukunft aufzubauen, zum Beispiel durch unsere Initiative → **„Million Chances“**.
- Gemeinsam mit unseren Partnern wollen wir die Arbeitsbedingungen für eine Million Arbeitskräfte bis zum Jahr 2020 in unserer Lieferkette verbessern. Unsere „Sustainable Sourcing Policy“ und die Initiative → **„Together for Sustainability“** von 19 Unternehmen der chemischen Industrie sind hierfür wichtige Grundlagen.

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 sowie sozialen und gesellschaftlichen Fortschritt. Durch den



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. Das Foto zeigt Zinhle Evelyn Dlamini, die erfolgreich am Programm teilgenommen hat.



Bei Henkel bewerten wir unsere Lieferanten in einem ganzheitlichen Prozess, in dem auch die Ergebnisse und Risiken im Bereich Nachhaltigkeit erfasst werden. Der systematische Ausbau unserer Auditprogramme für Lieferanten im Rahmen der Einkaufsinitiative „Together for Sustainability“ ist in diesem Zusammenhang ein wichtiger Schwerpunkt.

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

Transfer von Wissen und Technologien fördern wir das verantwortliche Wirtschaften unserer mehr als 50.000 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 großes 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 kommen täglich millionenfach in Haushalten und Industrieprozessen zum Einsatz. Daher wollen wir ihre Nachhaltigkeitsbeiträge ausbauen. Wir setzen einen klaren Schwerpunkt auf die Entwicklung von zukunftsweisenden Lösungen, die einen wesentlichen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten. Um die Beiträge unserer Produkte zu stärken, definieren wir Marken und Technologien, die das Potenzial haben, mit wegweisenden Innovationen oder durch die Einbindung von Kunden und Konsumenten relevante Beiträge zu ökologischen oder gesellschaftlichen Herausforderungen zu leisten.

Die Kommunikation mit unseren Kunden und Verbrauchern werden wir stärker nutzen um aufzuzeigen, wie unsere Marken und Technologien zur Nachhaltigkeit beitragen, wo Verbraucher mitwirken können, oder wie wir helfen können, Ressourcen effizienter einzusetzen und Kosten zu senken.

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

Die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf weltweit einheitlichen Codes und Standards, integrierten Managementsystemen und einer Organisationsstruktur mit klar definierten Verantwortlichkeiten.

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



# Management

## 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

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. Die operative Ausgestaltung unserer Nachhaltigkeitsstrategie liegt in der Verantwortung der Unternehmensbereiche. Die regionalen und nationalen Gesellschaften steuern die Umsetzung in ihrer jeweiligen Region. Die Konzern-Funktionen sind verantwortlich für die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie in den jeweiligen Bereichen.

### 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 Konzern-Funktionen und den operativen Unternehmensbereichen entwickeln sie eine an die Standorte und die lokalen Verhältnisse angepasste Umsetzungsstrategie.

## Konzern-Funktionen

Die Konzern-Funktionen bringen Erfahrungen und Anforderungen über ihre Vertreter in den Sustainability Council ein. Gleichzeitig sind sie verantwortlich für die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie in den jeweiligen Bereichen – beispielsweise für die Entwicklung von Instrumenten für das Lieferantenmanagement oder für die Einhaltung unserer Anforderungen an die Produktsicherheit. 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 Wertschöpfung ausgerichtete Unternehmensführung und -kontrolle sind seit jeher Teil unserer Identität. Unter Berücksichtigung der rechtsform- und satzungsspezifischen Besonderheiten entspricht die Henkel AG & Co. KGaA mit einer Ausnahme den Empfehlungen (Soll-Vorschriften) des Deutschen Corporate Governance Kodex. Zum Schutze der Privatsphäre weisen wir den Aktienbesitz von Mitgliedern des Aufsichtsrats oder Gesellschafterausschusses, die Mitglieder der Familie Henkel sind, nicht individuell aus, sofern er 1 Prozent der Henkel-Aktien übersteigt. Auch die Vergütung des Vorstands entspricht dessen Richtlinien. Den genauen Wortlaut der [Entsprechenserklärung](#) finden Sie auf unserer Webseite.

Im Vergütungsbericht des [Henkel-Geschäftsberichts 2016](#) (Seiten 39 – 51) sind die Grundzüge der Vergütungssysteme für Geschäftsführung, 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 29 bis 51.

Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

**Management**

Einkauf und Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; 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 Wettbewerbsvorteile im Markt. Innerhalb von Henkel tragen effiziente und sichere 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.

### 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. Weitere Corporate Standards adressieren insbesondere die Themen Einhaltung von Wettbewerbs- und Kartellrecht, Sicherheits-, Gesundheits-, Umwelt- und Sozialstandards, Menschenrechte sowie Public Affairs. Die Codes und Corporate Standards bilden auch die Basis für die Umsetzung des [Global Compact der Vereinten Nationen](#), dem Henkel bereits im Jahr 2003 beigetreten ist.

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



Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

**Management**Einkauf und  
Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## 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 2016 kamen rund 90 Prozent unserer Produktionsmenge aus Werken, die nach der international anerkannten Norm für Umweltmanagementsysteme ISO 14001 zertifiziert sind. 91 Prozent unserer Produktionsmenge sind durch die ISO-Norm 9001 für Qualitätsmanagement und 53 Prozent durch die ISO-Norm 50001 für Energiemanagement abgedeckt. Darüber hinaus kamen rund 89 Prozent unserer Produktionsmenge aus Werken, die nach der Norm für Managementsysteme zum Arbeitsschutz OHSAS 18001 zertifiziert sind.

## 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 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 unterstützen unsere Mitarbeiter bei der lokalen Umsetzung unserer Anforderungen, zum Beispiel durch speziell angepasste Trainings. Über Verstöße und daraufhin ergriffene Maßnahmen berichtet der 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 schwerwiegende Verstöße gegen unseren Code of Conduct, interne Standards oder relevante Gesetze auch anonym über eine Compliance-Hotline mitzuteilen. Diese wird von unabhängigen, externen Anbietern betrieben und ist in 76 Ländern verfügbar.






---

 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
 

---

## 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 besonders 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 2016 auf den Themen Kartellrecht, Sicherheit und Menschenrechten.

## 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 2016 umfassten diese 16 Abmahnungen und 38 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 2013 durch externe Wirtschaftsprüfer nach dem Prüfungsstandard IDW PS 980 überprüft und bestätigt – bezogen auf die Angemessenheit, Implementierung und Wirksamkeit der Compliance-Prozesse in den Bereichen Wettbewerbsrecht und Anti-Korruption. Eine vollständige Beschreibung der Compliance-Management-Systeme von Henkel ist auf unserer Webseite abrufbar.

- 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

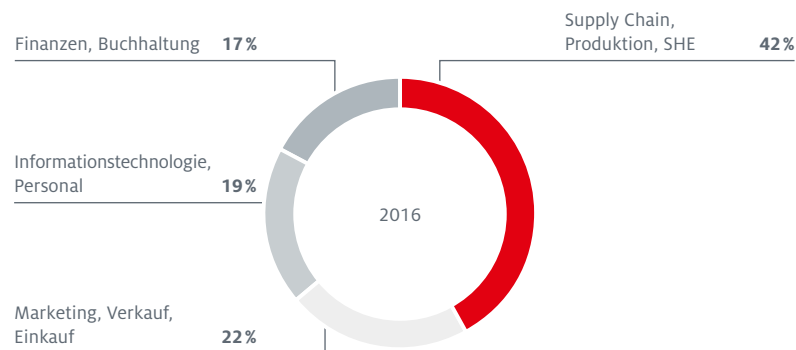
Die Leiterin Corporate Audit berichtet direkt an den Vorsitzenden des Vorstands. Durch regelmäßige Audits, die aus unserer risikobasierten Auditplanung hervorgehen, prüft Corporate Audit die Einhaltung unserer Codes und Standards an unseren Produktions- und Verwaltungsstandorten sowie auch bei Lohnherstellern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

2016 hat Corporate Audit weltweit 77 Audits durchgeführt. Im Rahmen der Audits wurden insgesamt 1.641 Korrekturmaßnahmen vereinbart. Die Schwerpunkte lagen 2016 auf folgenden Bereichen: Vertrieb (Audit-Überprüfungen für den neuen, 2015 eingeführten Corporate Standard für diesen Bereich), auf den Finanzprozessen in den Shared Services, IT-Sicherheit, Compliance bei Lohnherstellern sowie auf den Prozessen zu Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE).

Die Einhaltung der SHE-Standards haben wir an 98 Standorten überprüft und daraufhin 551 Optimierungsmaßnahmen eingeleitet. Die Einhaltung unserer Sozialstandards haben wir in 19 Bewertungen untersucht. Unser Standard zu Diversity & Inclusion wurde in einem Audit überprüft.

### Auditschwerpunkte 2016

Prozentuale Verteilung des Henkel-Audit-Programms 2016



Alle Auditergebnisse werden im Rahmen des jährlichen Revisionsberichts direkt dem Vorstand von Henkel sowie dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats berichtet. Neben den regulären Audits hat das Corporate Audit auch vier Bewertungen interner Kontrollsysteme durchgeführt, die von internen Auditoren weiterentwickelt wurden.

Zudem hat Corporate Audit 2016 weltweit 1.154 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 &amp; 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, die international anerkannten Menschenrechte zu unterstützen.


Bereits seit 1994 beziehen wir gesellschaftliche Wertvorstellungen verantwortungsbewusst in unsere Unternehmenspolitik ein. Unsere Verpflichtung zur Einhaltung der Menschenrechte haben wir im Jahr 2000 mit der Einführung unseres Code of Conduct sowie 2003 mit dem Beitritt zum Global Compact der Vereinten Nationen unterstrichen. Dieses Bekenntnis ist heute außerdem ein grundlegendes Element unseres Code of Corporate Sustainability und unserer Sozialstandards. Fortschritte in diesem Bereich fassen wir jährlich in unserem Nachhaltigkeitsbericht zusammen.

### Verankerung in unserem Geschäft

Unsere umfassenden Codes, Standards und Prozesse geben 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. Damit unterstreichen wir unsere Verpflichtung, Menschenrechte entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu achten. Dieses System aus Codes und Corporate Standards beschreibt für uns den Handlungsrahmen und Einflussbereich für Entscheidungen und Maßnahmen. Dabei respektieren wir die geltende Gesetzgebung der jeweiligen Länder und gehen darüber hinaus. Zu unseren wichtigsten  **Erklärungen**

in diesem Bereich gehören: Code of Conduct, Code of Corporate Sustainability, Social Standards, Safety, Health and Environmental Protection (SHE) Standards, Sustainably Sourcing Policy.

Diese Dokumente unterstreichen außerdem, dass wir die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit wie auch die Erwartungen der UNO-Grundprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte unterstützen. Wir werden unsere Dokumente entsprechend dem Ansatz der Nationalen Aktionspläne für Wirtschaft und Menschenrechte, der derzeit erarbeitet wird, weiterentwickeln.

Innerhalb des Unternehmens fördern wir das Bewusstsein für unsere Verpflichtung zur Einhaltung der Menschenrechte mit entsprechenden **→ Trainings und E-Learnings**. Gleichzeitig identifizieren und beurteilen wir die Auswirkungen auf Menschenrechte und Gesellschaft sorgfältig in fest verankerten Prüf- und Compliance-Prozessen und stellen sicher, dass – sofern notwendig – Zugang zu Abhilfe besteht. Die Umsetzung der Prozesse prüfen wir zudem regelmäßig in unserem konzernweiten **→ Audit-Programm** sowie in **→ Audierungen 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. Mehr Informationen zu unserer Einstellung zu  **Menschenrechten** finden Sie auf unserer Webseite.

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 Lieferantenmanagement

Wir wollen – gemeinsam mit unseren Partnern – Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette vorantreiben. Unser Lieferantenmanagement adressiert dabei ökonomische, gesellschaftliche und soziale sowie ökologische Aspekte.

- Erwartungen an Vertragspartner
- Auszeichnung unserer Lieferanten
- Sustainable Sourcing Process
- Initiativen für mehr Nachhaltigkeit

# Einkauf und Lieferantenmanagement

Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

**Einkauf und  
Lieferantenmanagement**

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog


Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Erwartungen an Vertragspartner

Unsere Lieferantenbasis ist eine unserer wichtigsten Ressourcen. Sie steht für Millionen Arbeiter weltweit 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 Lieferanten und Vertragspartner aus rund 130 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 Lieferanten sind dabei weltweit einheitlich.

Von unseren Lieferanten und Vertragspartnern erwarten wir, dass ihr Verhalten stets unseren Ansprüchen an nachhaltiges Handeln entspricht. Bei der Auswahl und Entwicklung unserer Lieferanten und Vertragspartner 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 Verant-





*„Wir verankern ökologische und soziale Prinzipien in unseren Lieferketten. Daran arbeiten wir gemeinsam mit unseren Partnern. Das hilft uns, die Qualität unserer Produkte zu sichern, Risiken für unsere Geschäfte zu vermeiden und unsere Reputation zu stärken.“*

### Carsten Knobel

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

wortung 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.

### 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 als Grundlage

- 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 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.



## Auszeichnung unserer Lieferanten

Im Rahmen unseres Lieferantenmanagements arbeiten wir gezielt mit unseren strategischen Lieferanten zusammen, um die Beschaffung intelligenter und nachhaltiger Rohstoffe zu gewährleisten. Wir wollen durch gemeinsame Projekte hinsichtlich Prozessoptimierung, Ressourceneffizienz, Umwelt- und Sozialstandards sowie Innovationen positive Veränderungen entlang der Wertschöpfungskette anstoßen. Henkel zeichnet zudem seit fünf Jahren nachhaltige Innovationen seiner Lieferanten aus.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies vergab 2016 den Nachhaltigkeitspreis an die Evonik Resource Efficiency GmbH für ihren kontinuierlichen Beitrag zur Nachhaltigkeit der Produkt- und Projekt-Pipeline bei Henkel. Außerdem wurden die herausragende Leistung im Bereich Lebenszyklusanalysen und ein exzellentes

EcoVadis-Rating gewürdigt. Evonik Resource Efficiency entwickelt und produziert nachhaltige Materialien, die Henkel durch Reduzierung des Ressourcenverbrauchs beim Ausbau seines Geschäfts im Bereich Kaschier- und Laminierklebstoffe unterstützen.



Sustainability Award für Evonik (von links nach rechts): Thomas Holenia, Corporate Vice President Purchasing bei Henkel, Claus Rettig, Chairman of the Board of Management bei der Evonik Resource Efficiency GmbH, Dietmar Wewers, Senior Vice President und General Manager bei der Evonik Resource Efficiency GmbH, Jürgen Lorösch, Strategic Account Coordination Manager bei der Evonik Resource Efficiency GmbH, Mike Olosky, bei Henkel Corporate Senior Vice President und Global Head of Innovation Adhesive Technologies, und Jan-Dirk Auris, Vorstand Henkel Adhesive Technologies.

Der Unternehmensbereich Beauty Care zeichnete für das Jahr 2016 das Chemie-Unternehmen Lonza aus. Gemeinsam mit Lonza wurden umweltverträglichere Inhaltsstoffe für antibakterielle Seifen der Marke Dial entwickelt. Zudem konnte Lonza umfangreiche Sicherheitsdaten zu den alternativen Inhaltsstoffen bereitstellen und so zu mehr Effizienz und Transparenz beitragen.



Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

**Einkauf und  
Lieferantenmanagement**

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care prämierte für das Jahr 2016 das Unternehmen BASF für die Entwicklung einzigartiger Hochleistungsinhaltsstoffe, die in die Entwicklung der phosphatfreien maschinellen Geschirrspülprodukte von Henkel eingeflossen sind. Damit trägt die Henkel-Premiummarke Somat zu einer Reduzierung der Gewässerbelastung bei.

## Sustainable Sourcing Process

Ein zentrales Element unserer Lieferantenbewertung ist unser sechstufiger „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. Dieser Prozess ist ein integraler Bestandteil aller 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 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) und unseren SHE-Annex 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. Beide umfassen unsere Anforderungen in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, Qualität, Menschenrechte, Mitarbeiterstandards und Anti-Korruption. Ebenso führen wir regelmäßig erneute Selbstbewertungen, sogenannte Re-Assessments, durch. Im Jahr 2016 haben 65 Prozent unserer wiederholt bewerteten Lieferanten ihre Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit verbessert.

### Schritt 4: Analyse

Auf Basis dieser Bewertungen und Assessments stufen wir die

- 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

Lieferanten nach dem Ampelsystem ein. Bei „Rot“ erfolgt in jedem Fall ein Audit. Bei „Gelb“ wird der Verbesserungsbedarf identifiziert und gegebenenfalls ein Audit durchgeführt.

**Schritt 5: Audit**

Henkel arbeitet mit unabhängigen Prüfgesellschaften zusammen, um die Einhaltung der definierten Standards in Audits zu überprüfen. 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 aufgehoben. 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 2016 haben wir insgesamt 1.013 Assessments und Audits durchgeführt.

**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 2016 keine Verstöße seitens unserer bewerteten strategischen Lieferanten und Vertragspartner bekannt geworden, die eine Kündigung des Lieferantenverhältnisses notwendig gemacht hätten.

**Sustainable Sourcing Process**








---

 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
 

---

## 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 unsere direkten Lieferanten für Metalle immer wieder überprüft und aufgefordert, mit entsprechender Dokumentation nachzuweisen, dass sie keine Metalle aus kritischen Regionen beziehen oder verarbeiten.

## Initiativen für mehr Nachhaltigkeit

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 6.000 EcoVadis-Assessments im Rahmen der Initiative ihre Nachhaltigkeitsperformance bewerten lassen. Darüber hinaus wurden von den Mitgliedern innerhalb der Initiative 724 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. Über eine Plattform im Internet werden die Ergebnisse anschließend unter allen Mitgliedern der Initiative geteilt und von dieser anerkannt. Seit 2014 ist TfS in einer neuen Gesellschaftsform etabliert. 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 TfS-Initiative ist auch im Jahr 2016 weiter gewachsen und hat ihre Mitgliederzahl von anfänglich sechs auf 19 mehr als verdreifacht. Im Jahr 2015 sind erstmalig auch US-Unternehmen beigetreten.

- 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 globale Ausbau des Assessment- und Audit-Programms, unter anderem durch Lieferantenkonferenzen, war auch 2016 ein wichtiger Schwerpunkt. Bei einer Lieferanten-Tagung mit mehr als 500 Teilnehmern in Mumbai wurden die gemeinsamen Herausforderungen der Lieferketten in Indien diskutiert.



Auch 2016 wurde die Tfs-Initiative weiter international ausgebaut. In Mumbai fand eine Lieferanten-Tagung mit mehr als 500 Teilnehmern statt. Von links: R. S. Shukla und Vinod Mahendra (Shree Resins), Janine Voss, Prashant Dhake und Avinash Gharge (Henkel).

Im Mai 2016 wurden Tfs und EcoVadis mit dem SPLC Public Market Transformation Award ausgezeichnet. Bei der sechsten Verleihung der Responsible Business Awards der Ethical Corporation 2015 in London wurde die Tfs-Initiative bereits in der Kategorie Best Supplier Engagement als „höchst empfehlenswert“ ausgezeichnet.

Im Oktober 2016 unterzeichneten Tfs und die China Petroleum and Chemical Industry Federation (CPCIF) eine Rahmenvereinbarung, um gemeinsam die Nachhaltigkeit von Lieferketten in China zu fördern und zu verbessern. Im Hinblick auf weitere soziale und wirtschaftliche Entwicklungen legen beide Verbände den Fokus auf Nachhaltigkeitstrainings für chinesische Lieferanten von Chemieunternehmen.



Ein wichtiges Ziel der Rahmenvereinbarung zwischen Tfs und der CPCIF ist, weitere chinesische Unternehmen zu motivieren, sich der Tfs-Initiative anzuschließen. Von links: Pang Guanglian, Vice Secretary-General und Leiter International Affairs der CPCIF, Shuosheng Li, Präsident der CPCIF, Dr. Klaus Engel, CEO von Evonik Industries, und Rüdiger Eberhard, Präsident von Tfs und CPO bei Evonik.

- 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


## Gemeinsame Plattform für ein nachhaltiges und effizientes Lieferantenmanagement

Es liegt in der Verantwortung der Tfs-Mitglieder, die Anforderungen an ihre Lieferanten mithilfe von Lieferanten-Kodizes und Risikoanalysen zu definieren. Im Rahmen der Initiative werden daraufhin Assessments und Audits 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.



## Verantwortungsvolle Beschaffung – „AIM-PROGRESS“

Henkel ist auch Mitglied von  „AIM-PROGRESS“, einem Forum von Unternehmen der Konsumgüterindustrie. Wie auch die Initiative „Together for Sustainability“ hat AIM-PROGRESS das Ziel, dass Mit-

gliedsunternehmen Erfahrungen austauschen und Synergien genutzt werden. 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

Wir arbeiten kontinuierlich an allen Produktionsstandorten daran, bei gleichbleibend hoher Qualität und Sicherheit unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.

- Unser Anspruch an die Produktion
- Nachhaltig von Anfang an
- Weltweite Optimierungsprogramme
- Beiträge zur Ressourceneffizienz
- Industrie 4.0 und „Smart Factories“
- 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

## Unser Anspruch an die Produktion

Henkel betreibt weltweit 171 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. Ende des Jahres 2015 haben wir alle bisherigen Zwischenziele erreicht. Wir konzentrieren unsere Bemühungen nun auf unsere neuen Zwischenziele bis zum Jahr 2020. Bis dahin 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 erreichen. Gleichzeitig wollen wir die direkten und indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Produktionsstandorte, unseren Wasserverbrauch und unser Abfallaufkommen im Vergleich zum Basisjahr 2010 um jeweils 30 Prozent pro Tonne Produkt verringern.

Zusätzlich haben wir weitere Schwerpunkte für unsere Programme festgelegt: die Steigerung des Einsatzes erneuerbarer Energien, die Verringerung der deponierten Abfälle sowie ein stärkerer Fokus auf Wassereinsparungen in wasserarmen Regionen. Wir wollen ein klimapositives Unternehmen werden und unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bis 2030 um 75 Prozent reduzieren. Dazu konzentrieren wir uns auf die kontinuierliche Verbesserung der Energieeffizienz und erhöhen die Nutzung erneuerbarer Energien. Insbesondere wollen wir bis zum Jahr 2030 zu 100 Prozent mit Strom aus erneuerbaren Energien arbeiten, indem wir

		Erreicht 2016 <sup>1</sup>	Ziele 2020 <sup>1</sup>
	mehr Umsatz pro Tonne Produkt	<b>+ 8%</b>	<b>+ 22%</b>
	sicherer pro eine Million Arbeitsstunden	<b>+ 17%</b>	<b>+ 40%</b>
	weniger Energie / CO <sub>2</sub> -Emissionen pro Tonne Produkt	<b>-22%</b>	<b>-30%</b>
	weniger Abfall pro Tonne Produkt	<b>-26%<sup>2</sup></b>	<b>-30%</b>
	weniger Wasser pro Tonne Produkt	<b>-23%</b>	<b>-30%</b>
<b>Effizienz insgesamt</b>		<b>+42%</b>	<b>+75%</b>

<sup>1</sup> Gegenüber dem Basisjahr 2010.  
<sup>2</sup> Abfallmengen unserer Produktionsstandorte ohne Abfälle aus Bau- und Abbrucharbeiten.

diesen beschaffen sowie auch an unseren Standorten erzeugen. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Verringerung der deponierten Abfälle aus unserer Produktion: Bis 2020 wollen wir erreichen, dass alle Standorte für unsere Konsumentengeschäfte keine Deponieabfälle mehr produzieren. Bis 2030 weiten wir dieses Ziel auf alle Standorte, inklusive unseres Industriegeschäfts, aus. Ende 2016 haben 39 Prozent unserer Standorte dieses Ziel bereits erreicht.

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

## Nachhaltig von Anfang an

Beim Bau neuer Werke für unser Produktionsnetz zielen wir darauf ab, Nachhaltigkeit bereits von Anfang an zu integrieren. Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care beschloss 2013, eine neue Fabrik in Ägypten in der Nähe von Kairo zu bauen. Wir nutzten diese Gelegenheit, um in einem unserer wichtigen Schwellenländer eine „Smart Factory“ mit minimalen Umweltauswirkungen zu planen und zu errichten.

- **Standortwahl im Jahr 2014:** Wir entschieden uns für den Bau der Flüssigwaschmittel-Fabrik im „Polaris Industrial Parks“, der als Vorreiter bei ökologischen und sozialen Standards für Industrieparks im Nahen Osten gilt. Beispielsweise kommt für die Straßenbeleuchtung von Polaris Parks Solarstrom zum Einsatz und es stehen ein Gesundheitszentrum sowie eine Kindertagesstätte zur Verfügung. Darüber hinaus achtet der Betreiber bei der Auswahl neuer Nutzer des Industrieparks auf die Umweltauswirkungen der Unternehmen.
- **Bauphase 2015 – 2016:** Mehr als 2.360 Stunden Sicherheitstraining und strenge Sicherheitsvorkehrungen haben dazu geführt, dass bei über 200.000 Arbeitsstunden keine Arbeitsunfälle mit Ausfalltagen oder mit eingeschränkter Arbeitsfähigkeit zu verzeichnen waren. Darüber hinaus arbeitete Henkel mit einem Bauunternehmen, das die Bauabfälle im Vergleich zum Marktdurchschnitt um mehr als die Hälfte verringern konnte. All dies trug dazu bei, die Bauphase so nachhaltig wie möglich zu gestalten.
- **Einrichtung für den effizienten Betrieb ab Mitte 2017:** Der Standort Kairo ist als „Smart Factory“ geplant und wird mit den

neuesten Echtzeit-Messsystemen zur Überwachung des Energie- und Wasserverbrauchs sowie des Abfallaufkommens ausgestattet sein. Da Ägypten eines der sonnenreichsten Länder ist, werden wir Oberlichter verwenden, um Energie für die Beleuchtung zu sparen. Außerdem ist die Region von Wasserknappheit geprägt. Daher konzentrieren wir uns insbesondere auf die Einbindung von Best-Practice-Maßnahmen zur Senkung des Wasserverbrauchs während des Produktionsbetriebs. Zusätzlich ist das Werk so konzipiert, dass es durch ein modernes Abfall- und Recyclingsystem keine Deponieabfälle produziert. Darüber hinaus erhöhen wir die Arbeitssicherheit des Werks, zum Beispiel durch die Umsetzung innovativer Lösungen für den Verkehrsfluss und die Vermeidung des Einsatzes von brennbaren Baumaterialien.



Die neue Flüssigwaschmittel-Fabrik in der Nähe von Kairo, Ägypten, wurde als „Smart Factory“ geplant: Um Ressourceneffizienz, Sicherheit und Qualität zu maximieren, sind die Abfüllanlagen vollautomatisiert und werden zentral gesteuert. Wir haben Nachhaltigkeitsaspekte von Anfang an beachtet – bei der Wahl des Standorts, während der Bauphase bis hin zum Betrieb nach der offiziellen Eröffnung Mitte 2017.

Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und  
Lieferantenmanagement**Produktion**

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Weltweite Optimierungsprogramme

### Unternehmensweites „Lean“-Management

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 mehr Wert für unsere Kunden und Anteilseigner zu schaffen. 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 Mitarbeiter, damit sie die neuen Standards effektiv umsetzen und dabei Ressourcen sparen können.

So hat die Umsetzung von HPS und der „Lean“-Instrumente am Standort von Laundry & Home Care und Beauty Care in West Hazleton, USA, sehr gute Ergebnisse in den Bereichen Ressourceneffizienz, Produktionsverbesserungen und Sicherheit ermöglicht. Dazu gehören zum Beispiel eine Verringerung des Wasserverbrauchs für die Reinigung der Abfüllanlage um fast 1,2 Millionen Liter pro Jahr bei einer gleichzeitigen Erhöhung der Produktionsmenge. Außerdem wurden durch die Neugestaltung der Arbeitsabläufe im Gabelstaplerverkehr Sicherheitszonen im Verpackungsbereich geschaffen. Über HPS wollen wir in allen Geschäftstätigkeiten unseres Produktionsnetzwerks bis Ende 2017 das „Lean“-Denken und die Verwendung von „Lean“-Instrumenten einführen.

### Der Weg zur Abschaffung von Deponieabfällen

Wir verfolgen unser Ziel, Deponieabfälle bis 2030 vollständig zu vermeiden, 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. Mit diesem Ansatz ist es unserem Laundry & Home Care-Werk in Cork, Irland, gelungen, das Abfallvolumen bereits 2014 zu halbieren. Ein Jahr später erhielt das Werk eine zusätzliche Abfallpresse, die das Recycling und die weitere Verringerung von Deponieabfällen unterstützt. Als letzter Schritt wird der verbleibende gefährliche Abfall nun der Brennstoffrückgewinnung zugeführt. Damit konnte dieser Standort Deponieabfälle bereits seit August 2016 vollständig vermeiden.

Ein weiteres Projekt wurde an unserem Beauty Care-Standort in Wassertrüdingen, Deutschland, erfolgreich umgesetzt: Dank einer einzigartigen Kooperation mit UPM Raflatac und der Muttergesellschaft UPM konnten die Abfälle aus Silikon-Trägerpapier an diesem Standort auf null reduziert werden. Dieses Trägerpapier, auf dem unter anderem Klebstoffe des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies eingesetzt werden, wird zum Auftragen von Etiketten auf unsere Kosmetikprodukte verwendet. Der Prozess erzeugt jährlich mehr als 400 Tonnen Abfall aus Silikon-Trägerpapier, was rund 20 Lkw-Ladungen entspricht. Unsere Teilnahme am neuen RafCycle®-Verfahren von UPM Raflatac ermöglicht es uns, den gesamten Abfall in neues Grafikdruckpapier für Bücher und Zeitschriften zu recyceln. Abfälle

- 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

### Weiterentwicklung des Industriestandorts in Düsseldorf

Wir optimieren die bestehende Infrastruktur und Prozesse am weltweit größten Henkel-Produktionsstandort in Düsseldorf kontinuierlich, um steigende Lieferbedarfe unserer Kunden zu bedienen. Im Jahr 2016 haben wir durch umfangreiche Baumaßnahmen die Kapazität für Lkws verdoppelt und durch den Einsatz hochentwickelter Logistik-Systeme eine schnellere und effiziente Abwicklung des Lieferverkehrs ermöglicht. Die Bauarbeiten verursachten für das Jahr 2016 insgesamt rund 48.000 Tonnen Bauabfälle. Davon wurden mehr als 90 Prozent über Aufbereitungsanlagen der stofflichen Verwertung zugeführt, der Rest wurde fachgerecht entsorgt. Diese Maßnahmen beschreiben eine wichtige Investition für die Weiterentwicklung unseres Werkgeländes als Industrie- und Chemiepark.

von Henkel stellen mittlerweile 10 Prozent des gesamten Abfalls dar, der über RafCycle® bei UPM wiederverwertet wird. Diese Kooperation verdeutlicht, wie wichtig Zusammenarbeit auf unserem Weg zur vollständigen Abschaffung von Deponieabfällen ist.

### Ein klimapositives Unternehmen werden

Wir wollen, dass unsere Geschäftstätigkeiten klimapositiv werden. Dazu ergänzen wir die kontinuierliche Verbesserung unserer Energieeffizienz um die Beschaffung und Erzeugung von erneuerbarem Strom. Dabei orientieren wir uns an den nationalen und regionalen Energiemärkten sowie an Klimaschutzplänen. Im Jahr 2016 haben wir den Energiebedarf unserer Produktionsstätten weltweit beurteilt und das Potenzial für erneuerbare Energien vor Ort bewertet. Auf dieser Basis bereiten wir jetzt die Umsetzung unseres Ziel vor, die gesamte Stromversorgung bis 2030 aus erneuerbaren Energiequellen zu beziehen.

### 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 31.12.2016:

Code	Standard für	Prozentsatz der abgedeckten Produktionsmenge
ISO 14001	Umweltmanagementsysteme	90 Prozent
ISO 9001	Qualitätsmanagementsysteme	91 Prozent
ISO 50001	Energiemanagementsysteme	53 Prozent
OHSAS 18001	Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagementsysteme	89 Prozent



Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und  
Lieferantenmanagement**Produktion**

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Ausgewählte Beispiele für Beiträge zur Ressourceneffizienz

### Fokusbilder Maßnahmen



#### Danyang, China: intelligentes Abwasserrecycling

Das Klebstoffbeschichtungswerk hat ein neues Abwasserrecyclingsystem auf der Grundlage fortschrittlicher Technologien eingeführt, das das Recycling von Wasser direkt an der Entnahmestelle ermöglicht. Dabei werden die Schadstoffe in jedem Abwasserstrom einzeln identifiziert und das dafür am besten geeignete Trennverfahren ausgewählt. Auf diese Weise werden alle chemischen Abwässer aus der Beschichtungsanlage von diesem System behandelt. Das aufbereitete Wasser wird wiederverwendet, wodurch rund 2.000 Kubikmeter pro Jahr eingespart werden.



#### Bogotá, Kolumbien: Wiederverwendung von Verpackungsabfällen in Zusammenarbeit mit Lieferanten

Der Beauty Care-Standort erarbeitete gemeinsam mit den dortigen Verpackungslieferanten ein Kreislaufsystem für Umverpackungen aus Wellpappkartons, in denen die Aluminiumtuben und Kunststoffflaschen geliefert werden. Im Vergleich zu den bisher verwendeten Kartons sind die neuen robuster und werden nach dem Leeren nicht mehr recycelt, sondern zur direkten Wiederverwendung mit der nächsten Lieferung an den Lieferanten zurückgeschickt. Mit dieser Initiative konnte der Standort sein gesamtes Abfallaufkommen um mehr als die Hälfte senken.



#### Montornès, Spanien; Ferentino und Lomazzo, Italien: effizientere Wärmeenergie

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care installierte Heizkessel einer neuen Generation in den Werken von Montornès (Spanien), Ferentino und Lomazzo (Italien). In einem Heizkessel wird Gas verbrannt, um Wärme zu erzeugen. Diese wird an Wasser abgegeben, um heißes Wasser und Dampf zu generieren. Bei den neuen Kesseln ist dem Verbrennungsprozess ein sogenannter Vorwärmer nachgeschaltet. Er ermöglicht die Nutzung der Wärme aus den austretenden Dämpfen zum Vorwärmen von Wasser, das in den Kessel eingespeist wird. Dies erhöht die Gesamteffizienz der Heizkessel von bisher 85 Prozent auf mehr als 92 Prozent. Dadurch sinkt der Wärmeenergieverbrauch in Spanien und Italien um rund 5 Prozent.



#### Düsseldorf, Deutschland: hocheffiziente Energieerzeugung

Jedes Jahr erzeugt das Henkel-Kraftwerk rund 1,5 Millionen Tonnen Dampf und 285 Gigawattstunden Strom. Dank der Kraft-Wärme-Kopplung liegt die Energieausnutzung von Gas, Kohle und Öl bei rund 83 Prozent gegenüber 40 Prozent in konventionellen Kraftwerken. Wir verwenden den erzeugten Strom direkt im Werk und speisen, abhängig von der Lastlage, Überschüsse in das öffentliche Stromnetz ein oder beziehen zusätzlichen Strom von dort. Im Jahr 2016 haben wir gemeinsam mit BASF zwei zusätzliche hocheffiziente Blockheizkraftwerke zur Erweiterung unserer Kapazitäten errichtet. Der erzeugte Strom verursacht 60 Prozent weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen als Strom aus dem öffentlichen Energienetz.

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

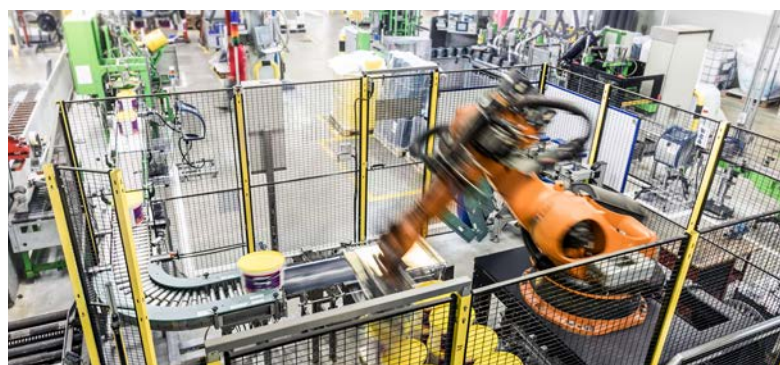
Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Industrie 4.0 und „Smart Factories“

Die Digitalisierung treibt die sogenannte vierte industrielle Revolution voran, die sich durch die zunehmende Automatisierung und den verstärkten Datenaustausch in Produktionsprozessen auszeichnet. 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 der integrierten globalen Lieferkette trägt dazu bei, das Service-Level für unsere Kunden zu erhöhen, Produktionsstandorte effizienter zu nutzen, Produktions- und Logistikprozesse zu optimieren sowie die Nachhaltigkeitsbilanz von Henkel weiter zu verbessern.



Vollautomatisierte Roboter übernehmen das Stapeln fertiger Produkte auf Transportpaletten.

Im Verlauf der letzten Jahre hat der Unternehmensbereich Laundry & Home Care in allen Werken ein „Digital Backbone“-System eingeführt. Ein Bestandteil war die Anbindung von mehr als 1.000 Energie-

zählern an einen einzigen globalen Server. Dies ermöglicht es uns, Daten zum weltweiten Energieverbrauch zu sammeln, zu speichern und zu visualisieren. Daraus können wir Kennzahlen und Berichte für Echtzeitanalysen generieren. Das System erstellt automatisch eine Analyse der Energieverbrauchsmuster und zeigt Optimierungspotenziale auf Stunden-, Tages-, Wochen- oder Monatsbasis an. Infolge dieser erhöhten Transparenz konnte der Unternehmensbereich den spezifischen Energieverbrauch um 22 Prozent pro Tonne Produkt senken. So vermeiden wir mehr als 100.000 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen und sparen erheblich Energiekosten. Wir planen, die Online-Überwachung unseres weltweiten Energieverbrauchs auf alle Unternehmensbereiche zu erweitern.

Basierend auf einer engen Zusammenarbeit zwischen den Supply-Chain- sowie Forschungs- und Entwicklungs-Teams hat der Unternehmensbereich Beauty Care ein Pilotprojekt zur Datenanalyse im Werk Viersen-Dülken in Deutschland gestartet. Um unsere Produktionsprozesse zu verbessern, analysieren wir systematisch Rohstoffdaten, Prozessparameter (wie Temperatur) und Daten zur Produktqualität. Die daraus resultierende Transparenz in unseren Fertigungsprozessen ermöglicht es uns, Ursachen für Fehler schnell zu erkennen und zu korrigieren. Damit können wir die Anzahl der Produkte, die nachgebessert werden müssen, da sie nicht von Anfang an die Produktspezifikationen erfüllen, wesentlich verringern. Dies vermeidet die Verwendung zusätzlicher Rohstoffe sowie weitere Zykluszeiten und den damit verbundenen Bedarf an zusätzlicher Energie, Arbeitsstunden und Kosten. Sobald wir das Pilotprojekt erfolgreich abgeschlossen haben, werden wir diesen Ansatz auf weitere Standorte erweitern.

- 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 Unternehmensbereich Adhesive Technologies führt in der Region Asien/Pazifik eine „Smart Factory“-Plattform ein. Das erste Pilotprojekt startete 2014 im Werk Dragon Plant in Shanghai, China. Ziel ist die Förderung der operativen Transparenz durch die Digitalisierung der Prozesse und durch eine strukturierte Überwachung der Maschinenleistung. Miteinander verbundene digitale Geräte wie Scanner und „KPI Dashboards“ bieten Informationen in Echtzeit, mit denen Teams die Prozessleistung kontinuierlich überprüfen und, falls erforderlich, Maßnahmen ergreifen können. So wurde die Auslastung der Maschinen deutlich erhöht, und wir konnten die Produktivität bestimmter Produktionslinien verdoppeln. Das heißt, dass wir die gleiche Produktionsmenge mit weniger Schichten erzielen können



Mithilfe von „KPI Dashboards“ mit Echtzeit-Updates, wie dieses hier im Werk Dragon Plant in Shanghai, können die Teams die Prozessleistung kontinuierlich überprüfen und gegebenenfalls Maßnahmen ergreifen.

und weniger Maschinen betreiben müssen. Auf diese Weise konnten wir den Energieverbrauch und die Betriebskosten senken. Bis Ende 2016 haben wir diese „Smart Factory“-Plattform an zehn Standorten in fünf Ländern der Region Asien/Pazifik eingeführt.

## 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. Unser Ziel ist es, langfristig und partnerschaftlich mit unseren Lohnherstellern zusammenzuarbeiten. Dazu gehört auch, diese in unsere Umweltdatenabfragen einzubeziehen.

- 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

Ein wichtiges Ziel unserer Transport- und Logistik-konzepte ist, unsere Emissionen zu verringern. Hier konzentrieren wir uns auf die Ausweitung inter-modaler Transporte, die Verbesserung unseres Lager-netzwerks und die Optimierung des Transportwesens.

- Unser ganzheitlicher Ansatz
- Ausweitung intermodaler Transporte
- Optimierung des Fußabdrucks unserer Lager
- Kontinuierliche Optimierung des Transportwesens
- Digitale Tools für eine verbesserte Logistik
- Elektromobilität in der Fahrzeugflotte



# Logistik und Transport

## Unser ganzheitlicher Ansatz

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

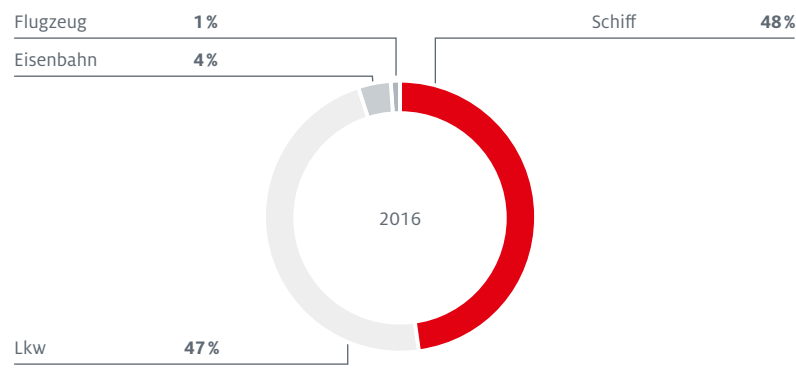
Die Optimierung unseres Logistik-Fußabdrucks beginnt mit der Produktentwicklung. Wir arbeiten an Produkt- und Verpackungsoptimierungen hinsichtlich des Gewichts und Volumens, soweit dies ohne Einschränkung der Leistung, Handhabbarkeit und Stabilität möglich ist. Produktkonzentrate oder leichtere Verpackungsmaterialien sparen Transportgewicht und damit CO<sub>2</sub>-Emissionen. Wir bemühen uns auch um den Abbau von Komplexität in unseren Produkten. Zum Beispiel führt die Nutzung von Basis-Formulierungen und ähnlichen Verpackungsmaterialien für unterschiedliche Marken und Länder zu geringerem Materialverbrauch und geringeren Abfällen.

Neben der Optimierung von Produkten und Verpackungen hilft uns die Verbesserung unserer Logistikstrukturen bei der Verringerung von Transportemissionen. Dazu gehört auch die Optimierung der 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, so dass diese möglichst zentral produziert werden, um die Effizienz der Produktion zu erhöhen. Für den Transport der fertigen Waren konzentrieren wir unsere Aktivitäten auf drei wesentliche Treiber:

- Ausweitung intermodaler Transporte,
- Verbesserung unseres Lagernetzwerks,
- kontinuierliche 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. Bei der Auswahl unserer Transportpartner achten wir auf deren Leistungen im Bereich Effizienz ebenso wie bei Umweltschutz und Sicherheit. Entsprechende Kriterien sind Teil unserer Anfrageprozesse beim Einkauf von Logistikdienstleistungen. Dazu gehören Energiesparziele sowie Maßnahmen zur Modernisierung der Fahrzeugflotte.

### Produkttransporte nach Verkehrsträgern 2016





Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und Lieferantenmanagement

Produktion

**Logistik und Transport**

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## 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 Bahnverladeterminale, woraufhin die lange Strecke mit der Bahn zurückgelegt wird. Am Empfangsterminal holt ein anderer Lkw die Ware ab und stellt diese dem Empfänger zu. Damit nutzen wir den geringeren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der Bahn gegenüber einem Lkw: Pro Tonnenkilometer erzeugt der Zug nur rund ein Drittel der CO<sub>2</sub>-Emissionen eines Lastwagens. Daher stellt der intermodale Transport einen Schlüsselfaktor für die CO<sub>2</sub>-Verringerung in der Logistik von Henkel dar.

In Nordamerika werden bereits 23 Prozent unserer Transporte intermodal abgewickelt. Wir arbeiten nun am weiteren Ausbau intermodaler Transportstrecken in Europa. 2016 haben wir unternehmensweit 14 intermodale Projekte umgesetzt und mehr als 50 Millionen Tonnenkilometer auf den intermodalen Transport verlagert. Dies hat die CO<sub>2</sub>-Emissionen um rund 1.700 Tonnen verringert. Der Unternehmensbereich Beauty Care war mit der Verlagerung von mehr als 30 Millionen Tonnenkilometern von der Straße auf die Schiene dabei führend. Um intermodale Lösungen in der Zukunft noch besser zu nutzen, haben wir begonnen, die Anwendung des intermodalen Transports auf allen wichtigen Strecken im gesamten Unternehmen systematisch zu prüfen.

## Optimierung des Fußabdrucks unserer Lager

Die Lage von Warenlagern und Verteilzentren soll die Distanz zwischen Produktionsstandorten und Kunden auf ein Minimum reduzieren. Hierbei erzielen wir auch Synergien, indem wir Transporte zwischen einzelnen Werken und Lagern unternehmensweit zusammenlegen. Des Weiteren nutzen wir das „Mega Warehouse“-Konzept. Dabei lagern wenige Hauptverteilzentren Produkte bis zur rechtzeitigen Lieferung der jeweils benötigten Menge an die Außenlager und an den Handel.

Ein kürzlich durchgeführtes Projekt beinhaltete die Zusammenlegung von Lagern unseres Unternehmensbereichs Adhesive Technologies in Großbritannien. Dort haben wir mehrere kleinere Warenlager zu einem größeren zusammengelegt. So muss nur noch ein Standort beheizt und beleuchtet werden, wodurch erhebliche CO<sub>2</sub>-Einsparungen entstehen. Darüber hinaus konnten wir die Anzahl der Lkw-Ladungen in Großbritannien verringern, da die Auslieferungen an Kunden nun gebündelt werden können. Diese Initiative führte auch zu einer Verbesserung der Prozesse und Einrichtung des Lagers: Es erhielt einen modernisierten Kühlbereich mit verbesserter Isolierung, um den Energieverbrauch zu senken. Durch optimierte Routen wurde der Energieverbrauch der Gabelstapler verringert. In Zukunft soll das Lager mit LED-Leuchten ausgestattet werden, was eine Verringerung des Energieverbrauchs und der CO<sub>2</sub>-Emissionen aufgrund der Beleuchtung um rund 70 Prozent ermöglicht.

Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und Lieferantenmanagement

Produktion

**Logistik und Transport**

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Kontinuierliche 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 bei demselben Logistikdienstleister. Die dadurch erreichten Synergien bei Lagerung, Kommissionierung und Transport stellen sicher, dass besser ausgelastete Lkws zu den Zentrallagern unserer Kunden fahren. Wir optimieren auch unser Palettenmanagement, zum Beispiel durch die Anmietung anstelle des Kaufs von Paletten. So wird deren Einsammlung effizienter und die Handhabung von beschädigten 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.

Im Jahr 2016 konzentrierten wir uns auf die Verringerung direkter Auslieferungen an Filialen, indem wir eng mit unseren Kunden zusammenarbeiteten. Wenn Henkel seine Produkte direkt aus dem Lager an Kundenfilialen liefert, werden in der Regel für jede Filiale verschiedene Lkws eingesetzt, die oftmals verschiedene Produktbündel liefern. Insgesamt führt dies dazu, dass mehr Lkws unterwegs sind, deren Kapazität in vielen Fällen nicht voll genutzt wird. Dies kann verbessert werden, indem die Lieferung anstatt direkt zur Filiale an Vertriebszentren oder Umladestationen von Henkel, einen Logistikdienstleister oder den Kunden erfolgt, bevor die Ware über das Logistiknetzwerk des Kunden an die Filialen weitergeliefert wird.

Durch die Lieferung an Vertriebszentren oder Umladestationen kann Henkel seine Transporte im Hinblick auf Strecken und Produkte zusammenlegen. Dies führt zu weniger gefahrenen Kilometern und einer höheren Auslastung der Lkws. Im Anschluss können die Produkte von Henkel durch den Dienstleister oder Kunden mit anderen Produkten kombiniert werden, um eine optimierte Auslieferung an die Filialen zu gewährleisten. Im Jahr 2016 hat der Unternehmensbereich Laundry & Home Care mit drei wichtigen Kunden weltweit zusammengearbeitet, um die Auslieferungsströme entsprechend zu optimieren. Dadurch können pro Jahr rund 430 Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart werden.

## Digitale Tools für eine verbesserte Logistik

Mit dem neuen Transport-Management-System ONE!TMS haben wir eine unternehmensweite IT-Lösung eingeführt, um unsere Transportplanung und -umsetzung über alle Unternehmensbereiche und Länder hinweg effizienter zu gestalten. Eine höhere Lkw-Auslastung sowie optimierte Routen reduzieren die Transportkilometer, verringern den Treibstoffverbrauch und sparen so CO<sub>2</sub> ein. Im Jahr 2015 wurde ONE!TMS an Standorten in den Benelux-Ländern, Spanien, Portugal, Slowenien, Deutschland, China und Taiwan umgesetzt. 2016 wurde die Nutzung des Tools auf weitere europäische Länder erweitert. Als nächsten Schritt arbeiten wir an der Einführung in Nordamerika.

Zur Darstellung unserer Fortschritte ist die systematische Erfassung der CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Logistik sehr wichtig. Im Jahr 2016 haben wir

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

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 Henkel, Transparenz und Vergleichbarkeit von Daten in der gesamten Branche zu fördern und unseren Fortschritt bezüglich der Erreichung unseres Emissionsziels besser nachzuverfolgen.

## Elektromobilität in der Fahrzeugflotte

Als Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit fördern wir den Einsatz von Elektromobilität an unseren Standorten, indem wir 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 20 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<sub>2</sub>-Ausstoß, der aus der Energieerzeugung zum Aufladen der Fahrzeug-Batterien resultiert, 40 Gramm pro Kilometer. Im Vergleich dazu beträgt der CO<sub>2</sub>-Ausstoß 80 Gramm pro Kilometer bei Strom aus dem öffentlichen Netz und 120 bis 180 Gramm pro Kilometer bei einem konventionellen Benzinmotor. Zusätzlich wurde in einer Fassade eines Werksrestaurants neue Solartechnik verbaut, die

CO<sub>2</sub>-neutralen Strom erzeugt. Mit der in einem Jahr generierten Menge können umgerechnet über 700 Elektroautos CO<sub>2</sub>-neutral geladen werden, was einer Fahrleistung von rund 100.000 Kilometer und einer CO<sub>2</sub>-Reduktion von rund 14 Tonnen entspricht.

Weitere Projekte zur Förderung von Elektromobilität beinhalten die systematische Umstellung von Verbrennungstaplern auf Elektrostapler sowie die Verabschiedung einer neuen „Car Policy“, die es unseren dienstwagenberechtigten Führungskräften in Deutschland ermöglicht, Firmenwagen mit Elektroantrieb zu bestellen. Im Jahr 2016 wurde Henkel für seine Leistungen im Bereich der Elektromobilität im Rahmen des Wettbewerbs „Mobil mit Stil – umweltfreundlich unterwegs“ von der Stadt Düsseldorf ausgezeichnet.

Elektrofahrzeuge bedeuten für das Werk Düsseldorf weniger Lärm und durch die Versorgung mit unserem Energiemix eine CO<sub>2</sub>-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 im Werk 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

# Produktverantwortung

Unser Anspruch ist, dass alle unsere Produkte einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten. Dabei sind wir uns auch unserer Verantwortung beim Einkauf und Einsatz von Inhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe bewusst – zum Beispiel bei Palm- und Palmkernöl.

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



# Produktverantwortung

## 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.

Dabei geht es uns nicht um die Entwicklung einzelner „grüner“ Produkte mit einseitig optimiertem ökologischem Profil. Vielmehr wollen wir alle Produkte unseres Portfolios ganzheitlich und kontinuierlich verbessern. Um das zu erreichen, ist eine hohe Innovationskraft sehr wichtig. 2016 beschäftigte Henkel im Jahresdurchschnitt rund 2.700 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung und investierte darin 463 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<sub>2</sub>-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

- 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 der 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 ermöglichen. Unser Ziel ist, durch unsere Produkte und mithilfe unserer Expertise unseren Kunden und Verbrauchern zu helfen, 50 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub>-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 von der richtigen Anwendung bestimmt wird.

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

Unter dem Motto „Raus aus der Nische. Die Zukunft des nachhaltigen Konsums“ diskutierten Vertreter von Industrie, Wissenschaft und Nichtregierungsorganisationen beim REWE-Dialogforum in Deutschland das Thema, wie Verbraucher zu nachhaltigem Konsum motiviert werden können. Henkel nahm bereits zum siebten Mal als Premiumpartner an den Nachhaltigkeitswochen der REWE Group und der damit verbundenen Dialog-Veranstaltung teil.



### 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<sub>2</sub> 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.

- 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.

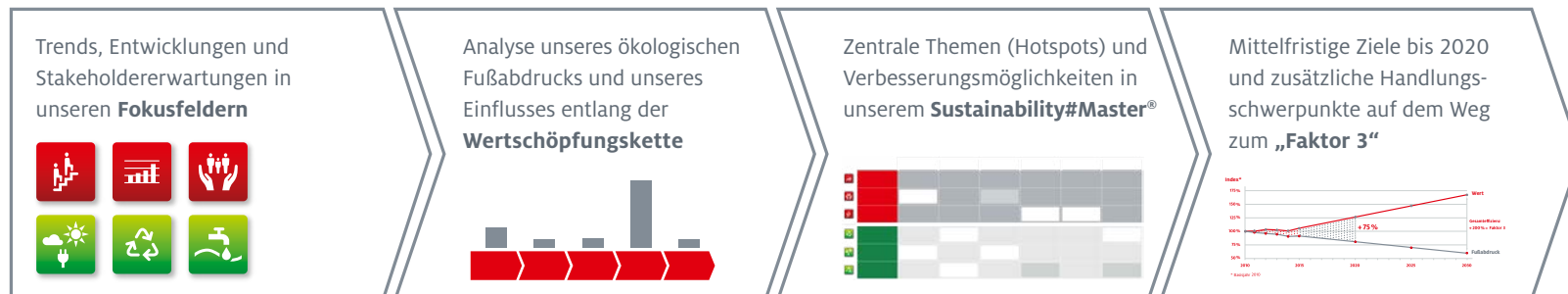
So haben wir für das Jahr 2016 Daten von 171 Standorten erfasst; dies entspricht 100 Prozent unserer weltweiten Produktionsmenge.

Unseren Fußabdruck über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg bewerten wir mithilfe von repräsentativen Lebenszyklusanalysen, die rund 70 Prozent unseres Umsatzes über alle Produktkategorien hinweg abdecken, sowie Daten zu den von uns eingesetzten Rohstoffen, Verpackungsmaterialien und den beauftragten Transporten. 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. 2016 lag unser Schwerpunkt auf der kontinuierlichen

Verbesserung der Datengrundlagen für die von uns eingesetzten Rohstoffe und Verpackungsmaterialien, der Aktualisierung der Emissionsfaktoren für die Energieverbräuche unserer weltweiten Standorte und der Weiterentwicklung unserer Berechnungsmodelle für Logistikemissionen.

### Entwicklung unserer Ziele und Handlungsschwerpunkte 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 und Nachhaltigkeit entlang unserer Wertschöpfungskette vorantreiben wollen.



## Zentrale Themen und Verbesserungsmöglichkeiten entlang der Wertschöpfungskette 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

Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel / industrielle Verarbeitung	Anwendung	Entsorgung
<b>Leistung</b>	← Voraussetzung →					
<b>Gesundheit und Sicherheit</b>	Arbeitsicherheit	Gesundheit (einschließlich Arbeitssicherheit)	Sicherheitsstandards	Sichere Anwendung und Transparenz über die eingesetzten Stoffe und deren Sicherheit		
<b>Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt</b>	Sozialstandards Unterstützung von Kleinbauern	Vielfalt und Einbeziehung Entwicklung der Mitarbeiter	Sozialstandards	Schulung und Qualifizierung	Gesellschaftliches Engagement: soziale Initiativen und Bildung	
<b>Materialien und Abfall</b>	Menge und Auswahl unserer Rohstoffe (z. B. „konfliktfrei“)	Abfallmengen und Entsorgung; „keine Deponierung“				Verpackungsabfall und Recycling
<b>Energie und Klima</b>	CO <sub>2</sub> -Fußabdruck der eingesetzten Rohstoffe	Energieverbrauch und CO <sub>2</sub> -Fußabdruck	CO <sub>2</sub> -Fußabdruck	CO <sub>2</sub> -Fußabdruck unserer Kunden und Verbraucher		
<b>Wasser und Abwasser</b>	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<sub>2</sub>-Fußabdruck abgedeckt.

### Analyse unseres Einflusses entlang der Wertschöpfungskette: von der Messung der eigenen Produktion bis zur ganzheitlichen Quantifizierung



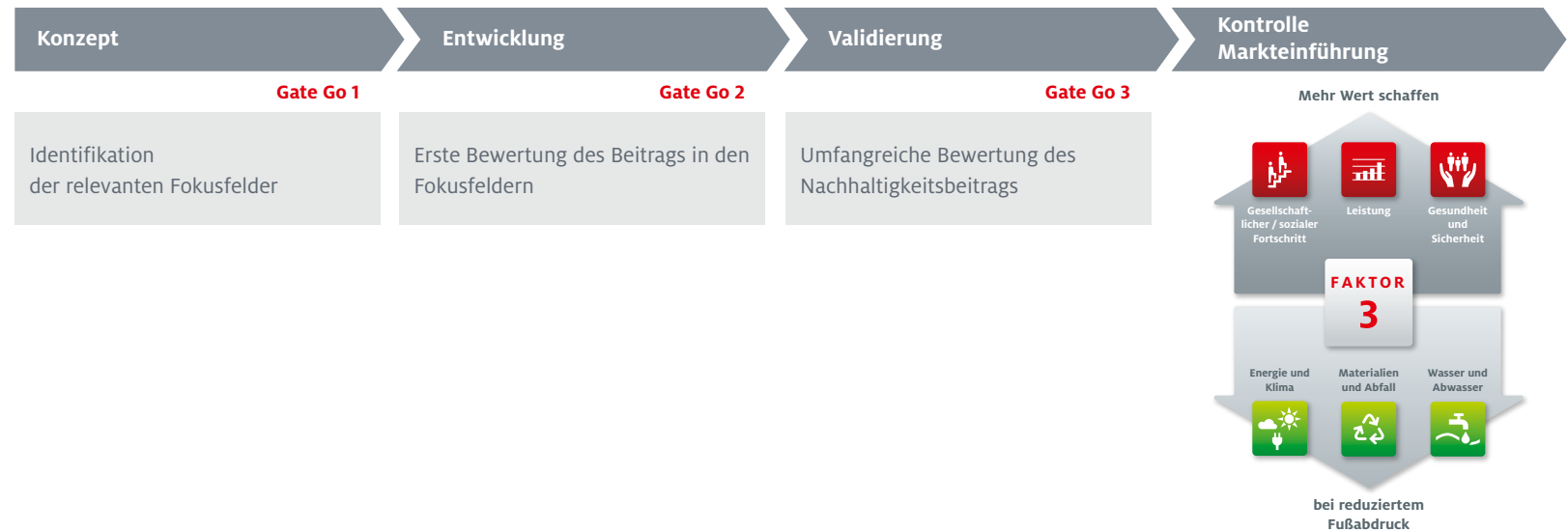
2010 2015 2020 2025 2030

- 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 Produkteleistung, 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“.



### 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<sub>2</sub>-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 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.

Henkel-Fokusfelder		Bewertung entlang der gesamten Wertschöpfungskette					
	Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel	Anwendung	Entsorgung
	<b>Leistung</b>					z.B. bessere Produktleistung	
	<b>Gesundheit und Sicherheit</b>						
	<b>Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt</b>					z.B. leichtere Anwendung	
	<b>Materialien und Abfall</b>	z.B. weniger Rohstoffe			z.B. weniger Umverpackung		z.B. weniger Kunststoff
	<b>Energie und Klima</b>			z.B. weniger Emissionen		z.B. geringere Dosierung	
	<b>Wasser und Abwasser</b>					z.B. weniger Wasserbedarf	

**Fußabdruck**

Hotspot = Feld mit der größten Nachhaltigkeitsrelevanz. Hier ist es besonders wichtig, Veränderungen zu bewerten.




---

 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. Denn nur die Betrachtung des Gesamtsystems stellt sicher, dass die getroffenen Maßnahmen zu einem insgesamt verbesserten Nachhaltigkeitsprofil unserer Produkte führen. 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<sub>2</sub>- 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, sind 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 die CO<sub>2</sub>-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 &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Seit 2013 unterstützt der Unternehmensbereich Laundry & Home Care den europäischen Waschmittelverband [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. 2017 sollen die Ergebnisse der einzelnen Pilotprojekte vorliegen, für die 2016 beispielsweise auch Marktforschung eingebunden wurde.

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 bringen wir in die Diskussion zur Entwicklung eines internationalen ISO-Standards (ISO 14.046) für einen „Wasser-Fußabdruck“ ein.

Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und  
Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

**Produktverantwortung**

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Produktsicherheit

Unsere Kunden und Verbraucher können sich darauf verlassen, 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 zwecks Vergleichs mit dem zugehörigen Effektgrenzwert, gegebenenfalls korrigiert mit 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. Bei erheblichen Bedenken zur weiteren Tragfähigkeit der wissenschaftlichen Daten und Erkenntnisse für die Produktsicherheit 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 ausbauen.

Die folgenden  **Sicherheitsdatenblätter** zu unseren Produkten finden Sie auf unserer Webseite:

- Adhesive Technologies und Laundry & Home Care (ohne Nordamerika)
- Adhesive Technologies, Beauty Care und Laundry & Home Care (nur Nordamerika)
- Adhesive Technologies (Links zu Nordamerika und anderen Ländern)

- 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 &amp; 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 Gesamt Rezeptur 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 zu bewerten. 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 Prüfmethode 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. Im Jahr 2016 veröffentlichte Henkel alle Ergebnisse der Forschungsarbeiten als sogenanntes Open-Source-Hautmodell. Mit der Entscheidung, dieses Fachwissen frei verfügbar zu machen, stellt sich Henkel der gesellschaftlichen Verantwortung, den Zugang zu innovativen Alternativmethoden

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

ungehindert und nachhaltig zu garantieren, und leistet somit einen wichtigen Beitrag zur weltweiten Anwendung von Alternativmethoden. Unsere Wissenschaftler arbeiten derzeit daran, dass die 1-Cent-Stückgroßen 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.



Auf dieses von Henkel entwickelte Vollhautmodell können Substanzen aufgetragen und so kann deren Wirkung auf das Hautgewebe systematisch bewertet werden.

## 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 Waschmittel, 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 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 aus nachwachsenden Rohstoffen bestehen, 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 nachwachsender Öle – 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 erdölbasierte Bestandteile.



Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und  
Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

**Produktverantwortung**

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## 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 diese 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 nur der nachwachsende Anteil berücksichtigt. Wenn möglich, berechnen wir den Anteil nachwachsender Rohstoffe bezogen auf die Trockenmasse unserer Produkte. Mittlerweile basieren die Produktformulierungen 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.

### Natürlich 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 Verpackungskle-

stoffen. Bei Klebstoffen zur Flaschenetikettierung zum Beispiel beträgt der Anteil 45 Prozent.

### Palm- und Palmkernöl

Wir bei Henkel sind uns unserer Verantwortung beim Einkauf und dem 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 Palmoil“ (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.

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

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 zusammenarbeiten, 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 Massenbilanz-Modell 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 Produktionsstandorte in Westeuropa gemäß dem Lieferketten-Zertifizierungsstandard des RSPO geprüft. Diese Norm unterstützt die Verwendung von nachhaltigem Palmöl 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 50 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. 2016 erreichten wir in Pilotprojekten, die wir zusammen mit Partnern durchgeführt haben, eine Rückverfolgbarkeitsquote von 60 Prozent.



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

- 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

### 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 im Jahr 2016 ausreichen. Weitere Projekte sind geplant.

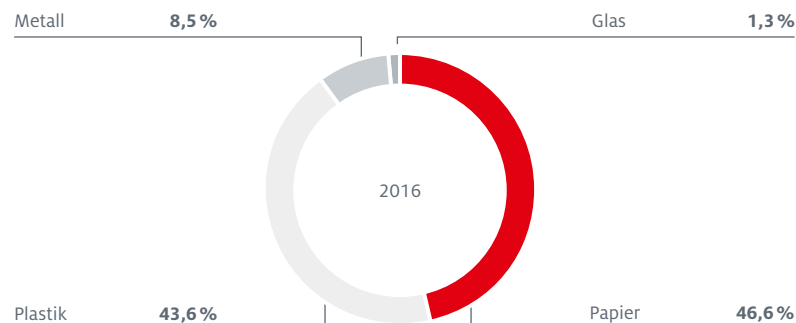
## Verpackung und Entsorgung

### Intelligente Verpackungslösungen

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 Recycling-Systeme bestehen.

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

### Henkel-Verpackungen: „Fußabdruck“ 2016<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Rund 642.000 Tonnen (geschätzt; basierend auf den Ausgaben für Verpackungsmaterialien).

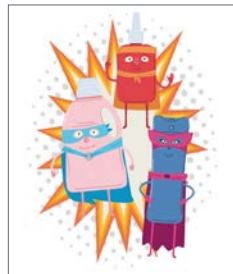
Aufbauend auf unseren Fortschritten bis 2015, haben wir im Zug der Definition unserer neuen Zwischenziele für die Verpackungsentwicklung bis 2020 bestimmte Handlungsfelder definiert:


- Alle Unternehmensbereiche arbeiten daran, Verpackungsgewicht zu reduzieren. Zu unseren Zielen bis 2020 gehört eine Senkung des Verpackungsgewichts um 20 Prozent pro 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 auf 9 Prozent erhöhen.
  - Flaschen: Unser Ziel ist, den Anteil von recyceltem Material in unsere 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


Im Oktober 2016 fand bei Henkel eine Aktionswoche rund um das Thema „nachhaltige Verpackungen“ statt. Henkel wollte in einer spielerischen und unterhaltsamen Kampagne das Bewusstsein für innovative – und vor allem nachhaltige – Verpackungslösungen schärfen. Sowohl Mitarbeiter als auch Verbraucher weltweit wurden durch gezielte Informationen für das Thema sensibilisiert.



**Henkel Sustainability Heroes**  
Haben Sie schon entdeckt, dass sich drei Verpackungen bei Henkel in echte  Superhelden verwandelt haben?

Ein weiteres Beispiel für die gezielte Verbraucherkommunikation war ein vier Meter großer Dinosaurier, der aus mehr als 4.000 PET-Flaschen gestaltet wurde. Die große Outdoor-Installation wurde von ungarischen, slowakischen, polnischen, tschechischen und arabischen Künstlern erstellt, um das Verbraucherbewusstsein in puncto Verpackungsmüll zu schärfen. Die Implementierung und die Fixierung der einzelnen Elemente wurden mit Ceresit WhiteTeq PU-Schaum von Henkel unterstützt. Das Kunstwerk stand zunächst in Budapest und wurde dann nach Abu Dhabi transportiert.



**Bewusstsein für Recycling stärken**  
4.000 PET-Flaschen wurden für die  Installation einer **Dinosaurierskulptur** im Freien benötigt. Henkel unterstützte die Skulptur mit seinem Ceresit WhiteTeq PU-Schaum.

## Beispiele für Nachhaltigkeit in unserer Verpackungsentwicklung



In einem Pilotprojekt wurden erstmals in Deutschland Flaschen der Premium-Marke Perwoll Wolle & Feines mit 15 Prozent recyceltem Polyethylen hoher Dichte (HDPE) hergestellt. Das leuchtende Rosa der Perwoll-Flasche sowie die Leistung der Inhaltsstoffe und der Duft konnten dabei ohne Kompromisse erhalten bleiben.



Gemeinsam mit unserem Lieferanten Ardagh konnten wir sowohl die Stärke der Weißblechdose von Drei Wetter Taft Haarspray reduzieren als auch deren Stabilität erhöhen, so dass über 15 Prozent Material und Wasser in der Produktionsphase eingespart werden können. Insgesamt können wir so jährlich bis zu 3.500 Tonnen CO<sub>2</sub> und rund 900.000 Kubikmeter Wasser einsparen.



Die Eimer für Metylan Objektkleister bestehen zu 50 Prozent aus Rezyklat und zu 50 Prozent aus Industrieabfällen, die bei der industriellen Produktion anfallen und dann als Rohstoff wieder in den Herstellungsprozess neuer Eimer eingebracht werden. Das entstehende Material entspricht bezüglich der Verarbeitbarkeit und der Funktionalität in der finalen Verpackung herkömmlich eingesetzter Neuware.

Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

**Produktverantwortung**

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

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 kleinstmöglichem Materialeinsatz die von den Konsumenten erwartete Leistung erbringen. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeiten unsere Verpackungsexperten 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 Konsumenten 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 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 rohöl-basierten Materialien sicher.

### Biologisch abbaubare Kunststoffe

Biologisch abbaubare Kunststoffe können sowohl auf erneuerbaren Rohstoffen, auf mineralölbasierten Quellen oder 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 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.



Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und  
Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

**Produktverantwortung**

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Verzicht auf PVC

Polyvinylchloride (PVC) gelten in Verpackungsmaterialien häufig als kritische Stoffe, da diese 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 Verpackungswissenschaftler arbeiten weiterhin eng mit unseren Verpackungslieferanten zusammen, um alternative Materialien zu finden. Unser Ziel ist nach wie vor die vollständige Eliminierung von PVC aus 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 Verpackungswissenschaftler kontinuierlich nach intelligenten Verpackungslösungen, die das Abfallaufkommen auf Konsumentenseite 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.

Daher setzen wir 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 den „Grünen Punkt“, der es unseren Kunden ermöglicht, Verpackungen auf einfache Weise zu recyceln. Dabei konzentrieren wir uns grundsätzlich auf Monomaterialien, die besonders effizient recycelt werden können.

Zudem informieren wir Kunden und Verbraucher über die Recyclingfähigkeit der eingesetzten Materialien. Wir kennzeichnen alle Verpackungen entsprechend und weisen die hauptsächlich verwendeten Materialien und ihre Recyclingfähigkeit aus. 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 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



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

hohe Materialfestigkeit aus und sind in Produktion, Vertrieb und Vermarktung einfach zu handhaben. Sie sind kostengünstig und werden von Konsumenten sehr oft als eine umweltverträgliche Alternative 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 Recycling-Systeme 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 Reduktion der Transport- und Umverpackungen setzen dabei die Anforderungen an Transportsicherheit und -auslastung. Denn um den unbeschädigten Transport unserer Produkte sicherzustellen und unsere Lastkraftwagen und Güterwaggons hinsichtlich Volumen und Gewicht optimal packen zu können, ist eine Stabilität des eingesetz-

ten Packmaterials erforderlich. Für industrielle Kunden stehen Mehrwegsysteme zur Verfügung, zum Beispiel wiederverwertbare Transportcontainer und Umverpackungen.

2015 haben wir in unserem Geschäftsfeld Elektronik von Adhesive Technologies in Nordamerika damit begonnen, Styropor-Kühlbehälter für den Transport wärmeempfindlicher Produkte durch wiederverwendbare Thermobehälter zu ersetzen. Die neuen Behälter reduzieren den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck um 75 Prozent und den Abfall pro Behälter um 95 Prozent. Die Einsparungen konnten erzielt werden, da kein Trockeneis und keine Styropor-Verpackungen verwendet werden. Stattdessen nutzt der neue Prozess ein System analog zu dem einer Kühlbox mit Kühlakkus, die dafür sorgen, dass der Inhalt gefroren bleibt. Da diese Kühlbox wiederverwendbar ist, müssen wir keine Kühlbehälter und kein Trockeneis mehr entsorgen. Das Projekt wird aktuell an ausgewählten Standorten in Nordamerika umgesetzt. Unser Ziel ist es, die Umstellung auf Thermobehälter auszuweiten.

### 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 nachhaltige 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 und Brennstoffen aus der Forst- und Landwirtschaft hergestellt. Sie steht daher nicht – wie einige der bisher verwendeten biobasierten



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

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 2016 erwirtschaftete Henkel weltweit einen Umsatz von 18.714 Millionen Euro. 42 Prozent des Umsatzes entfielen auf die Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan). In den Wachstumsregionen beschäftigen wir 53 Prozent unserer Mitarbeiter und beziehen 40 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 großes 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.
- **Lokal angepasste Produktangebote:** Sind die Verbraucherbedürfnisse, die Einkommensverhältnisse oder die Infrastruktur in unse-

ren Märkten unterschiedlich, passen wir Verpackungseinheiten oder Vertriebswege den lokalen Verhältnissen an, um unsere Leistungen und Qualität für eine möglichst breite Bevölkerungsschicht zugänglich zu machen. Verbraucher der untersten Einkommensschicht kaufen zum Beispiel kleine Einheiten, sobald sie hierfür Geld übrig haben. Dies berücksichtigen wir bei der Planung von Verpackungsgrößen und Verkaufspreisen. In Lateinamerika haben wir beispielsweise das Handspülmittel Pril in einer Packungsgröße von 30 Millilitern zum Preis von umgerechnet 10 Cent 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 Produktleistung:** Unterschiedliche regionale Gegebenheiten können auch die Anpassung der Rezepturen unserer Produkte erfordern. 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 oder die selbstnivellierende Bodenmasse Thomsit DA an. Auch kulturelle Unterschiede fließen in die Produktentwicklung ein. In vielen Ländern Nordafrikas sowie in Indien wird traditionell viel weiße Kleidung getragen. Unser Waschmittel Nadhif für den nordafrikanischen Markt enthält daher Inhaltsstoffe für ein besonders strahlendes Weiß.

- 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

Unsere hochwirksamen Lösungen und Produkte werden in vielfältigen Industrie- und Konsumenten-anwendungen eingesetzt. Dabei ist Nachhaltigkeit ein integraler Bestandteil unserer Innovationsprozesse.

# 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

## Hochwirksame, kundenorientierte Lösungen

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies entwickelt als Marktführer weltweit hochwirksame Lösungen. Unsere Technologien werden in einer einzigartigen Vielfalt von Industrie- und Konsumenten Anwendungen eingesetzt – von der Automobil- und Luftfahrtindustrie bis hin zu Unterhaltungselektronik, Lebensmittelverpackung, Heimwerker-Branche und zahlreichen anderen Bereichen. Unser umfassendes Technologieportfolio und die Kompetenz unserer globalen Expertenteams machen uns zu einem starken Partner für unsere Kunden weltweit, die sich um Innovationen bemühen, um ihren Nachhaltigkeitsverpflichtungen nachzukommen und die steigenden Erwartungen ihrer eigenen Kunden und Verbraucher zu erfüllen. Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil unserer Innovations- und Produktentwicklungsprozesse. Unsere führenden Technologien helfen unseren Kunden, die Energieeffizienz zu steigern, Abfallaufkommen und Emissionen zu verringern sowie die Sicherheit am Arbeitsplatz zu verbessern.

## Ein starker Partner

Unsere Expertenteams entwickeln gemeinsam mit unseren Kunden maßgeschneiderte Lösungen, die ihnen bei der Bewältigung spezifischer Herausforderungen in ihren Märkten helfen. Seit mehr als drei Jahrzehnten arbeitet Henkel beispielsweise mit Kunden aus der Schuhfertigungsindustrie zusammen, um die Sicherheit am Arbeitsplatz durch die Förderung nachhaltiger Technologien und die Automatisierung der Produktion stetig zu verbessern.



*„Mit unserem einzigartigen Portfolio und innovativen Technologien sind wir hervorragend positioniert, um rund um den Globus ökologische und soziale Anforderungen zu erfüllen – im Unternehmen sowie bei unseren Kunden und Partnern.“*

**Jan-Dirk Auris**

Mitglied des Vorstands und zuständig für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies

Dank unseres Technologieportfolios mit seiner einzigartigen Bandbreite konnten wir in Zusammenarbeit mit unseren Kunden einen wasserbasierten Hochleistungsklebstoff entwickeln, der sich als innovative Alternative zu den immer noch verbreiteten lösemittel-basierten Produkten anbietet. Der Klebstoff kann verwendet werden, um verschiedene Teile des Schuhwerks zu verbinden – von der Sohle über die Innenpolsterung bis hin zu den Ösen für die Schnürsenkel – und sorgt gleichzeitig für eine hohe Haftfestigkeit und Wasserbeständigkeit.

Mit unserem umfassenden Technologieportfolio von Schmelz- und wasserbasierten Klebstoffen können wir auch die Verwendung flüchtiger organischer Verbindungen (VOC) reduzieren. So haben wir zum Beispiel die VOC-Emissionen für den gesamten Herstellungsprozess

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

eines unserer größten Schuhfertigungskunden in Indien um 70 Prozent verringert. Dort wurde Henkel in Anerkennung des hohen Sicherheitsniveaus und der geringen Umweltbelastung durch unsere Klebstoffe in der Schuhbranche das renommierte „Green Label“-Umweltzertifikat des FDDI (Footwear Design and Development Institute) verliehen.



Klebstoffe auf Wasserbasis gewinnen bei der Schuhherstellung zunehmend an Bedeutung.

Henkel arbeitet auch an automatisierten Lösungen für die Schuhherstellung, die eine sicherere Arbeitsumgebung schaffen. Unser Expertenteam stützt sich dabei auf unsere Erfahrungen im Bereich Automatisierung in anderen Branchen und treibt diesen Trend in der Schuhherstellung durch aktive Zusammenarbeit mit unseren Kunden voran. Dank unseres chemischen Know-hows und unserer gerätetechnischen Kompetenz können wir sie bei der Steigerung ihrer Produktivität unterstützen und ihnen damit dauerhafte Wettbewerbsvorteile ermöglichen.

### Leuchtende Zukunftsaussichten

Henkel ist als weltweit führender Lösungsanbieter über verschiedene Märkte hinweg in einer starken Position, die Technologien des Unternehmens für neue Anwendungsbereiche anzupassen. Die innovativen

Schmelzklebstoffe der Marke Technomelt sind mittlerweile in den Beleuchtungsanlagen mehrerer Brücken in den USA im Einsatz. Diese innovative Anwendung wurde im Rahmen der langjährigen Zusammenarbeit von Henkel und Cavist, einem auf das Abdichten und den Schutz elektronischer Bauteile spezialisierten US-Hersteller, entwickelt.

Der Schmelzklebstoff wird auf seine niedrige Schmelztemperatur erhitzt und auf die Leiterplatten aufgebracht. Dort bildet der Klebstoff eine Abdichtung um die Bauteile herum, die sie vor Feuchtigkeit und Schmutz schützt. Diese könnten die Bauteile andernfalls beschädigen oder die Leistung der Beleuchtung beeinträchtigen – insbesondere, wenn sie den unterschiedlichsten Witterungsbedingungen ausgesetzt sind. Das Produkt wurde vor Kurzem für eine Brücke an der Westküste der USA in einer Reihe von Beleuchtungseinheiten verwendet, die jeweils über 18 Meter lang sind und insgesamt mehr als 25.000 LEDs enthalten. Diese Technologie von Henkel macht es möglich, die Beleuchtung über einen längeren Zeitraum zu nutzen, ohne beschädigte LEDs ersetzen und entsorgen zu müssen. Neben der Energieeinsparung aufgrund der niedrigen Auftragstemperatur reduziert der Einsatz von Schmelzklebstoff auch den Materialabfall während der Verarbeitung erheblich. Ausgehärteter Klebstoff, der nicht Teil des Endprodukts ist, wird eingeschmolzen und wiederverwendet.

Unsere Experten haben auch mit unserem Kunden Siteco, einem Tochterunternehmen von Osram, zusammengearbeitet, um ein nachhaltigeres und kosteneffizienteres Verfahren zum Aufbringen von Rostschutz auf die in der Straßenbeleuchtung verwendeten Metallgehäuse zu entwickeln. Die unter der Marke Bonderite M-NT vertriebene, maßgeschneiderte Technologie, die ebenfalls im





Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

**Adhesive Technologies**

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen


Referenz- und Berichtsrahmen

Rahmen dieser Partnerschaft entwickelt wurde, ermöglicht es Siteco, Reinigungsflüssigkeiten bei Raumtemperatur zu verwenden. So konnte eine bisher verwendete Technologie ersetzt werden, die eine Erwärmung auf 60 Grad Celsius erforderte und auch Energie zum Betreiben der Umwälzpumpen und Ventilatoren benötigte.

Unsere Technologie ermöglicht es Siteco, den Energieverbrauch um 30 Prozent zu senken und die Arbeitsbedingungen für Mitarbeiter durch die Verminderung von Lärm und Wärme in der Fabrik zu verbessern. Gleichzeitig entfällt die Notwendigkeit, Chemikalien wie Phosphorsäure zu verwenden. Bonderite M-NT erhöht darüber hinaus die Korrosionsbeständigkeit von Metallteilen und sorgt für eine bestmögliche Lackhaftung.

### Leichtbauweise für die Automobilindustrie

Unsere Kunden in der Automobilindustrie stehen vor der Herausforderung, den steigenden Erwartungen an die Sicherheit und den Komfort gerecht zu werden und gleichzeitig leichtere Fahrzeuge herzustellen, die weniger Kraftstoff verbrauchen und somit weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen verursachen. Unser Portfolio an spritzbaren Schalldämpfungsmassen zur Dämpfung von Geräuschen und Vibrationen im Auto, bekannt als LASD (Liquid Applied Sound Deadener), ist ein eindrucksvolles Beispiel dafür, wie unsere Innovationen und unser Know-how Mehrwert für unsere Kunden schaffen. Das flüssige Material wird auf den Boden, die Türen oder das Dach einer Karosserie aufgespritzt und ist bis zu 20 Prozent leichter als die Bitumenmatten, die bisher meist verwendet wurden. Unsere LASD-Technologie beschleunigt auch die Produktionsprozesse und verringert Material-

abfälle, weil das flüssige Produkt im Gegensatz zu den Matten durch  **automatisierte Roboterarme** mit hoher Präzision aufgespritzt werden kann. Unser Angebot an LASD-Technologien wurde kürzlich um Materialien auf Basis nachwachsender Ölpflanzen sowie um ein wasserbasiertes Acrylatsystem erweitert.

Wir arbeiten eng mit unseren Kunden zusammen, um sicherzustellen, dass unsere LASD-Technologien optimal auf ihre speziellen Produktionsprozesse abgestimmt sind. Die technischen Teams unserer Kunden treffen sich in unserem weltweiten Netzwerk von LASD-Technologiezentren mit Henkel-Experten, um die für die jeweilige Anwendung am besten geeigneten Werkstoffe und Prozesse zu qualifizieren und zu optimieren. In einem Gemeinschaftsprojekt mit der BMW Group und ABB wurde beispielsweise ein wasserbasiertes Acrylatsystem zur Geräuschdämpfung für die neue BMW 3er Baureihe entwickelt. Die Anwendung wird jetzt in einer Pilotanlage bei der BMW Group in München zur Serienreife geführt.



Gewichtssparend, sauber und effizient: automatisierter Auftrag spritzbarer Schalldämpfungsmassen (LASD).

- 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® – Teroson AL 7155 (LASD) im Vergleich zu Schmelzmatten aus Bitumen

Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Industrielle Verarbeitung	Anwendung	Entsorgung
<b>Leistung</b>				Prozessstabilität durch Automatisierung	Gewichtsreduzierung	
<b>Gesundheit und Sicherheit</b>						
<b>Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt</b>			Verbesserter Logistikprozess	Flexibler Auftrag ermöglicht neue Designs		
<b>Materialien und Abfall</b>		Kein Abfall durch Zuschneiden von Matten		Weniger Abfall und Lagerplatzbedarf		
<b>Energie und Klima</b>				Weniger Nacharbeit in der Lackiererei	Weniger CO <sub>2</sub> -Emissionen	
<b>Wasser und Abwasser</b>						



**Fußabdruck**

Hotspot mit signifikanter Verbesserung

Unsere spritzbaren Schalldämpfungsmassen bieten eine nachhaltige Alternative zu den bisher zur Dämpfung von Geräuschen und Vibrationen im Auto verwendeten Bitumenmatten. Vor dem manuellen Einlegen in die Fahrzeugkarosserie müssen die Bitumenschmelzmatten präzise zugeschnitten werden. Dieses Verfahren ist nicht nur arbeitsintensiv: Durch das Schneiden werden beträchtliche Mengen an Abfall produziert; und die Matten selbst können Schmutz und Staubteilchen erzeugen, die Reparaturen in der Lackierphase erfordern. Die LASD-Technologien von Henkel, wie unser wasserbasiertes Acrylatsystem Teroson AL 7155, können

vollautomatisiert durch Roboter aufgespritzt werden. Dieser Prozess ist deutlich präziser, sauberer und bietet mehr Flexibilität. Die pastöse Konsistenz der Produkte erleichtert den Transport und spart Platz bei der Lagerung. LASD ermöglicht im Vergleich zu Bitumenschmelzmatten Gewichtseinsparungen von 20 Prozent. Dies entspricht dem Branchentrend zur Leichtbauweise im Karosseriebau mit dem Ziel, den Kraftstoffverbrauch und damit die CO<sub>2</sub>-Emissionen beim Fahren des Autos zu senken.

→ 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 &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement


Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Starke Kombination

Henkel kann auf sein umfassendes Portfolio zurückgreifen, um Technologien zu kombinieren, die Spitzenleistungen liefern und gleichzeitig Nachhaltigkeit fördern. Die innovative Formulierung von  **Bonderite dualCys** beispielsweise kombiniert zwei führende Technologien von Henkel – einen Kühlschmierstoff und einen Reiniger – und ermöglicht es Herstellern von Metallbauteilen, ihre Effizienz zu maximieren, die Nachhaltigkeit zu steigern und gleichzeitig die Kosten deutlich zu senken.

Unser Kunde Daimler Werk Berlin-Marienfelde verwendet diese Technologie, um Metallbauteile für Antriebsteile von Fahrzeugen bereits während der Bearbeitung zu reinigen. So kann das Daimler Werk Berlin-Marienfelde die Produktionsprozesse vereinfachen und gleichzeitig bedeutende Fortschritte bei den Nachhaltigkeitsbemühungen des Unternehmens erzielen. Bonderite dualCys ermöglicht es unseren Kunden, den Energie- und Wasserverbrauch zu senken, Produktionsabfälle zu reduzieren und die Sicherheit am Arbeitsplatz noch weiter zu verbessern.

## Zukunftsweisende Technologien

Als globaler Marktführer setzen wir uns weltweit aktiv für den Gesundheitsschutz und die Sicherheit am Arbeitsplatz ein, indem wir bedenkliche Inhaltsstoffe aus unseren Produkten entfernen. Die Reduzierung bedenklicher Lösemittel in Klebstoffen für Verbraucher und Handwerker ist uns ein wichtiges Anliegen. Daher gehört es zu den wichtigsten Zielen unserer Forscher, lösemittelbasierte Klebstoffe durch alternative, lösemittelfreie Systeme zu ersetzen.

Mit unserer Innovationsführerschaft schaffen wir zudem Lösungen, die die gesetzlichen Vorschriften auch auf Märkten mit den höchsten Anforderungen erfüllen oder sogar übertreffen. Ein Beispiel hierfür ist die bevorstehende Einführung von Vorschriften im Zusammenhang mit Oximen als Härtern in Silikondichtstoffen, die in den kommenden Jahren in vielen Ländern der Welt in Kraft treten sollen. Mit Blick auf diese Bestimmungen haben wir Pattex FusionXLT entwickelt, eine neue Formulierung für ein neutral vernetzendes Silikon, das eine ebenso hohe Leistung wie Produkte mit Oximen bietet, jedoch ohne kritische Emissionen. Dank eines neuen, von Henkel zum Patent angemeldeten Vernetzungsmittels bietet unsere innovative Abdichtungstechnologie hervorragende Anwendungseigenschaften und Ergebnisse.



Pattex FusionXLT ist ein oximfreier Silikondichtstoff, der eine hohe Anwendersicherheit mit einer starken Haftung auf nahezu allen Oberflächen und Materialien verbindet.



Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

**Adhesive Technologies**

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen


Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Beratung, Schulung und Dialog

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

Nachhaltigkeit wird ein zunehmend wichtiges Thema für unsere Kunden und beeinflusst deren Strategie- und Kaufentscheidungen. Wir veranstalten regelmäßig Workshops mit unseren Kunden, um unser Engagement für Nachhaltigkeit zu unterstreichen und zu prüfen, wie wir partnerschaftlich an der Erreichung unserer jeweiligen Ziele arbeiten können. 2016 haben wir beispielsweise mit UPM Raflatac, einem Weltmarktführer für Haftetikettenlösungen, einen Maßnahmenplan ausgearbeitet und damit begonnen, Initiativen für den gemeinsamen Fortschritt bei wichtigen Nachhaltigkeitsthemen einzuführen.

Henkel verschafft Stakeholdern aus der Lebensmittel- und Verpackungsindustrie aktuelle Einblicke in die Gesetzeslage und Entwicklungen im Bereich Lebensmittelsicherheit. Unsere  **Wissensplattform „Food Safe Packaging“** bietet Grundlagenpapiere, Webinare und Videos in mehreren Sprachen. Seit der Einführung im Jahr 2013 tauschten sich auf der Plattform über 3.000 Teilnehmer in mehr als 50 Webinaren direkt mit Henkel-Experten aus. Die Spezialisten von Henkel sorgen dafür, dass die Hersteller bei ihren Lebensmittelver-

packungen ein sehr hohes Maß an Sicherheit bieten können. Das zentrale Element dieses Ansatzes ist unser Engagement für Wissensaustausch durch Dialog und Zusammenarbeit mit unseren Partnern.

## Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette

Die Zusammenarbeit mit Schlüsselpartnern entlang der Wertschöpfungskette – von der Beschaffung von Rohstoffen bis hin zur Entsorgung – ist ein wichtiger Bestandteil unserer Strategie. So zeichnen wir beispielsweise jedes Jahr Lieferanten für herausragende Leistungen in drei Kategorien aus: Innovation, Leistung und Nachhaltigkeit. Im Jahr 2016 haben wir die Evonik Resource Efficiency GmbH für ihren kontinuierlichen Beitrag zur Nachhaltigkeit der Produkt- und Projekt-Pipeline bei Henkel sowie herausragende Leistungen im Bereich Lebenszyklusanalysen und ein exzellentes EcoVadis-Rating ausgezeichnet. Evonik Resource Efficiency entwickelt und produziert nachhaltige Materialien, die Henkel durch Reduzierung des Ressourcenverbrauchs beim Ausbau seines Geschäfts im Bereich Kaschier- und Laminierklebstoffe unterstützen.

Wir arbeiten darüber hinaus eng mit Equipmentherstellern zusammen, um innovative und nachhaltige Lösungen für unsere gemeinsamen Kunden zu entwickeln. BOBST, ein führender Anbieter von Anlagen und Dienstleistungen für Verpackungs- und Etikettenhersteller in den Bereichen Faltschachteln, Wellpappe und flexible Materialien, empfiehlt unser Klebstoff-Aufschäumssystem der nächsten Generation für die Litho-Laminierung zur Herstellung hochwertiger Wellpappe für Verpackungen. Dem Klebstoff werden kontrollierte Mengen Luft zugeführt, wodurch der Feuchtigkeitsgehalt in der Wellpappe deutlich sinkt, die dann schneller weiterverarbeitet 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

kann. Somit erhöht sich die Geschwindigkeit des gesamten Produktionsprozesses, da auf eine platzaufwendige Zwischenlagerung verzichtet werden kann.

Eine Lebenszyklusanalyse ergab eine 20-prozentige Verringerung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks bei einem aufgeschäumten Klebstoff im Vergleich zu einem herkömmlichen Produkt. Auch der Wasserverbrauch sinkt um durchschnittlich 30 Prozent. Diese Technologie gewährleistet ein besseres Ergebnis bei geringerem Ressourcenverbrauch. Das entspricht der Nachhaltigkeitsstrategie von Henkel, mehr Wert zu schaffen und gleichzeitig den ökologischen Fußabdruck des Unternehmens zu reduzieren.

### Recyclinglösung für Verpackungen für anaerobe Klebstoffe

Henkel treibt den Fortschritt auch am Ende der Wertschöpfungskette voran. Im Jahr 2016 startete der Unternehmensbereich Adhesive Technologies eine [Partnerschaft mit TerraCycle](#), einem US-amerikanischen Unternehmen, das Recycling-Lösungen für Materialien anbietet, die üblicherweise nicht recycelbar sind. Durch diese Partnerschaft entstand das [Adhesive Recycling-Programm](#) für unsere Kunden in den USA: Sie können jetzt unsere bekannten roten Loctite-Flaschen für anaerobe Klebstoffe recyceln, anstatt sie zu einer Deponie oder Verbrennungsanlage zu schicken. Kunden bestellen einfach eine Recyclingbox, in der sie die gebrauchten Klebstoffbehälter sammeln. Wenn die Box voll ist, wird sie zum Recyceln an TerraCycle gesendet. Henkel ist der erste Klebstoffhersteller, der diese Art von Recyclinglösung anbietet.



Henkel hat mit TerraCycle eine Zero-Waste-Lösung für leere Verpackungen von anaeroben Klebstoffen entwickelt. In der Zentrale von TerraCycle in Trenton, New Jersey, USA, demonstriert Rhandi Goodman von TerraCycle ihren Projektpartnern Simon Mawson (links) und Chris Stanford von Henkel den Umgang mit den Recyclingboxen.

Die Teams von Henkel und TerraCycle haben gemeinsam an der Entwicklung eines Verfahrens gearbeitet, das den Klebstoff deaktiviert, wodurch er leichter aus der Kunststoffverpackung entfernt werden kann. Das Verpackungsmaterial wird dann aufgeschmolzen und zu Pellets verarbeitet, die zur Herstellung neuer Produkte wie Müllcontainer, Parkbänke und Gartenmöbel, verwendet werden können. Die Partnerschaft mit TerraCycle wurde in den USA im Rahmen der Fernsehserie „Human Resources“ vorgestellt: Die Teams arbeiteten zusammen, um im Rahmen ihres gemeinsamen Engagements für mehr Nachhaltigkeit in allen Phasen des Produktlebens eine Lösung für das Recycling von Klebstoffflaschen zu finden.

- 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 den gesellschaftlichen Fortschritt

Wir wollen zum gesellschaftlichen und sozialen Fortschritt beitragen und zusammen mit lokalen Gemeinschaften und unseren Partnern entlang der Wertschöpfungskette Werte schaffen. Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies nutzt ein starkes Markenportfolio, um die gesellschaftliche Entwicklung zu fördern. Mit Unterstützung der Fritz Henkel Stiftung hat sich unsere Verbrauchermarke Pritt gemeinsam mit Plan International für den Bau und die Renovierung zweier Schulen in der Stadt Codó in Brasilien eingesetzt. Das Projekt setzt auf zwei Ebenen an, indem zum einen der bauliche Zustand der Schulen verbessert wird und zum anderen die Schülerinnen und Schüler über ihre Rechte aufgeklärt werden.

2014 gründeten wir unsere „Ceresit Tiling Academy“ als Teil eines zweijährigen, EU-finanzierten Programms. Während der Laufzeit dieses Programms bot Henkel in Rumänien kostenlose Kurse an, die es 660 Arbeitern ermöglichten, sich in ihren jeweiligen Fachgebieten wie Innenausbau oder Mosaik- und Fliesenlegen zu qualifizieren. Henkel stellte auch die Schulungsmaterialien zur Verfügung und renovierte die Klassen- und Gemeinschaftsräume der Berufsschulen, in denen die Kurse abgehalten werden. Henkel führte die Arbeit der Akademie in Rumänien 2016 fort und bot mit seinem technischen Team in eigenen Räumen Schulungen für Handwerker an.



Zusammen mit Plan International hat sich unsere Verbrauchermarke Pritt beim Bau einer Schule und der Renovierung einer weiteren Schule in Brasilien engagiert. Der schlechte Zustand der Schulen ist einer der Gründe dafür, dass die Kinder entweder nur unregelmäßig zum Unterricht kommen oder die Schule gar nicht mehr besuchen. (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

# Beauty Care

Mit nachhaltigen Innovationen und Initiativen im Markenartikel- und Friseurgeschäft wollen wir einen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen, um das Leben der Menschen zu verbessern.



## 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

Der Fokus unseres Unternehmensbereichs Beauty Care liegt seit vielen Jahren auf der Entwicklung von Innovationen, die entscheidend zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Wir intensivieren unsere Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette, so dass wir sowohl in der Dimension „Fußabdruck reduzieren“ als auch „Wert schaffen“ messbare Fortschritte vorweisen können. Dabei stehen die Konsumenten unserer Kosmetikprodukte im Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns. Für sie entwickeln wir leistungsstarke, sichere und attraktive Produkte, die ihnen helfen, Ressourcen zu sparen. Gleichzeitig sensibilisieren und motivieren wir die Verbraucher, durch ihr Verhalten zum verantwortlichen Umgang mit Ressourcen beizutragen.

Wichtig ist es uns auch, über die Geschäftsaktivitäten hinaus einen Beitrag zu einer positiven gesellschaftlichen Entwicklung zu leisten. Deshalb fördern wir Projekte, die das Leben einzelner Menschen verbessern und so einen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen.

### Verantwortung von Anfang an

Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette unserer Kosmetikprodukte beginnt mit dem Einsatz von Rohstoffen. Dank der flächendeckenden Integration unserer Rohstoffdaten in den Entwicklungsprozess haben wir inzwischen den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck aller unserer über 165.000 Produktformeln ermittelt. So sind wir zu jedem Zeitpunkt in der Lage, Optimierungspotenzial zugunsten eines nachhaltigeren Produktprofils zu analysieren und wenn möglich umzusetzen. Der Erfolg der auf Rohstoffe bezogenen Methode war



*„Wir wollen unsere Kunden und Verbraucher mit unseren Innovationen und Marken begeistern. Darüber hinaus wollen wir auch gesellschaftlichen Mehrwert schaffen. Deshalb fördern wir Bildungsprojekte, die das Leben – insbesondere das junger Frauen – verbessern.“*

#### Pascal Houdayer

Mitglied des Vorstands und zuständig für den Unternehmensbereich Beauty Care

ausschlaggebend dafür, eine vergleichbare Anwendung nun auch für alle Verpackungsmaterialien einzuführen. Sie befindet sich in der Entwicklung und soll ab 2017 helfen, den ökologischen Fußabdruck der Kosmetikverpackungen systematisch transparent zu machen und zu verringern.

Auch im nächsten Schritt der Wertschöpfungskette, der Produktion, konnten wir die Qualität und Reichweite unserer Managementsysteme verbessern. Alle sieben Produktionsstandorte berichten über ein zentrales Steuerungselement kontinuierlich Nachhaltigkeitskennzahlen und -initiativen. So kann im monatlichen Austausch der Erreichungsgrad unserer globalen Ziele nachgehalten und steuernd beeinflusst werden. Beides – die flächendeckende



- 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

Steuerung und Berichtlegung – helfen uns, Optimierungspotenziale früher zu realisieren und zahlen in unsere übergeordneten Nachhaltigkeitsziele ein.

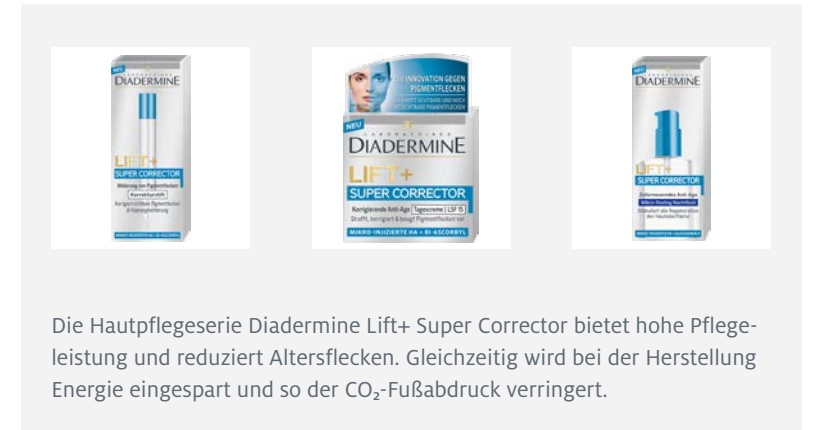
Im Fokus unserer Anstrengungen stehen unsere Produkte und deren individueller Nutzen für unsere Verbraucher. Unser Anspruch ist es, dass jede Innovation durch Leistung und Attraktivität überzeugt, dabei umweltverträglich ist und wir als Unternehmen gesellschaftliche und soziale Verantwortung übernehmen, um einen positiven Wandel voranzutreiben.

Der Verträglichkeit unserer Produkte für die Umwelt dient unsere frühzeitige Entscheidung, feste Mikroplastikpartikel (Peeling-Plastikpartikel mit einer Größe von fünf Millimetern oder kleiner) nicht mehr in unseren kosmetischen Formulierungen zu verwenden. Solche Plastikpartikel wurden in einigen wenigen „Rinse-off“-Gesichtspflegeprodukten (von englisch „rinse off“: ausspülen) eingesetzt. Obwohl kosmetische Produkte nur zu einem sehr geringen Prozentsatz Anteil an einer möglichen Belastung der Umwelt haben, werden alle Kosmetikprodukte von Henkel weltweit ohne derartige Mikroplastikpartikel formuliert.

**Diadermine Lift+ Super Corrector**

Die Gesichtspflegeserie Diadermine Lift+ Super Corrector umfasst eine Tagescreme, ein Nachtfluid und einen Korrekturstift, der gezielt auf Altersflecken aufgetragen wird. Das Nachtfluid und die Formel für den Korrekturstift werden im Kaltverfahren produziert, das in der Herstellung weniger Energie als ein Heißverfahren benötigt. Der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck wird dadurch verkleinert. Gleichzeitig zeichnet sich die Pflegeserie durch ein starkes Leistungsprofil aus: Altersflecken

können um bis zu 43 Prozent reduziert werden; und die Verträglichkeit der Produkte wurde mit dem ECARF-Siegel der „European Centre for Allergy Research Foundation“ für besondere Hautverträglichkeit ausgezeichnet.



**Syoss Pure & Care**

2016 führten wir unter der Marke Syoss das erste Haarpflegeprodukt ein, dessen Verpackung zu 25 Prozent aus recyceltem PET hergestellt wird. Das Material hierzu bezieht unser Lieferant aus dem etablierten Kreislauf der PET-Getränkeflaschen, der sich aufgrund seiner geschlossenen Charakteristik hinsichtlich Materialqualität und Verfügbarkeit besonders eignet. Recyceltes PET hat einen um 80 Prozent niedrigeren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck als vergleichbares Neumaterial und soll sukzessive in immer mehr Flaschenanwendungen das konventionelle PET-Neumaterial ersetzen. Besondere Herausforderungen sind hierbei der Erhalt der optischen sowie mechanischen Eigenschaften der Flasche. Anfang 2017 wurden auch alle anderen Syoss-PET-Flaschen auf das neue Material mit einem Rezyklatanteil von 25 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

umgestellt. Darüber hinaus arbeitet unsere Verpackungsentwicklung intensiv daran, den Anteil an recyceltem PET in den nächsten Jahren markenübergreifend zu erhöhen.



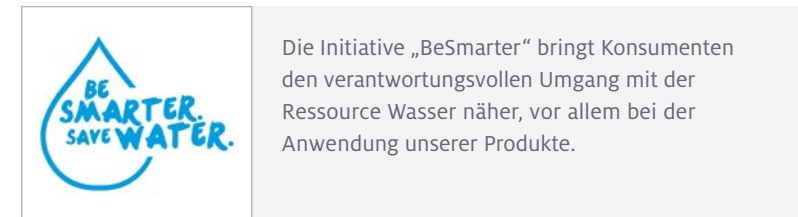
### Beratung für Verbraucher

Um zu jeder Zeit eine sichere Produkthanwendung zu gewährleisten, gibt unsere Verbraucherberatung telefonisch kompetent und schnell verlässliche Auskünfte zu Produkteigenschaften und Inhaltsstoffen. Sie steht in den meisten Ländern zur Verfügung, in denen wir unsere Produkte vertreiben. Darüber hinaus können Verbraucher unsere Social-Media-Kanäle nutzen. 2016 gab es weltweit insgesamt etwa acht Millionen Kontakte mit Verbrauchern. Die produktbezogenen Rückmeldungen werden im Rahmen unseres Qualitätssicherungssystems dokumentiert und im weiteren Produktentwicklungsprozess berücksichtigt.

### Gemeinsam mit unseren Konsumenten

Unser Ziel ist es, das Leben möglichst vieler Menschen im Einklang mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen zu verbessern und dadurch gesellschaftlichen und sozialen Mehrwert zu schaffen. Unsere Kosmetikprodukte tragen neben der Pflege von Haar, Haut,

Körper und Zähnen vor allem zu den sozialen und emotionalen Aspekten der Lebensqualität bei. Sie ermöglichen ein gepflegtes Erscheinungsbild, einen individuellen Stil und ein gestärktes Selbstwertgefühl. Lebenszyklusanalysen zeigen, dass unsere Verbraucher über ihr Konsumverhalten einen erheblichen Einfluss auf den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer Produkte nehmen können: Über 90 Prozent des Energie- und Wasserverbrauchs unserer Produkte, die nach der Anwendung ausgespült werden, entstehen während des Gebrauchs.



Um bei unseren Verbrauchern das Bewusstsein hierfür zu stärken, hat der Unternehmensbereich Beauty Care die Initiative **„BeSmarter“** ins Leben gerufen. Sie konzentriert sich im ersten Schritt auf die Ressource Wasser und den verantwortungsvollen Umgang damit. Mit einer Kombination aus Hinweisen auf den Produkten, einer umfassend informierenden Webseite und unterstützenden Maßnahmen in den Verkaufsstellen unserer Handelspartner wollen wir die Verbraucher motivieren, unsere Produkte so ressourcenschonend wie möglich anzuwenden. Protagonisten der Initiative sind bisher die Marken Schauma, Fa und Theramed. Seit Ende 2016 befinden sich Informationen über die Initiative auf ihren Produktverpackungen. Unser online verfügbarer **Ressourcen-Rechner** ermöglicht es Verbrauchern, sich zu informieren, wie sie durch ihr Verhalten nicht nur den Wasserverbrauch und den ökologischen Fußabdruck, sondern auch die Kosten für das Duschen, Baden, Haaretrocknen, Zähneputzen

- 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

und Händewaschen entscheidend beeinflussen können. Kurze, kreative Videos vermitteln unterhaltsam und originell, welchen Beitrag jeder Einzelne zum Wassersparen leisten kann. Durch die Vermittlung von Wissen in Form emotionaler Verbraucheransprache wollen wir die Attraktivität nachhaltiger Lebensstile steigern.

**Partnerschaften für nachhaltige Lösungen**


In unserem Beauty Care Lighthouse in Düsseldorf begrüßen wir regelmäßig unsere Handelspartner. Das innovative Kundencenter bietet einen idealen Rahmen, um unseren Partnern unsere Strategie, unsere Kompetenzen und die Produktinnovationen auf vielfältige und interaktive Weise näherzubringen. Einen besonderen Schwerpunkt im Gespräch mit unseren Kunden bilden unsere Nachhaltigkeitsstrategie und -initiativen. Der diesem Thema gewidmete Bereich zeigt anhand einer Vielzahl von Produktbeispielen unsere Nachhaltigkeitsbeiträge entlang der Wertschöpfungskette. Wir nutzen den Dialog mit unseren Partnern, um die uns wichtigen Themen wie Res-



Von links: Stephanie Lenzner, Emelie Elberg und Etienne Peters ermöglichen in der Nachhaltigkeitsstation des Beauty Care Lighthouse intensive Kundendialoge über nachhaltige Lösungen entlang der Wertschöpfungskette.

sourcenschonung oder auch Schaffung gesellschaftlichen Mehrwerts voranzutreiben.

Bei bisher 200 Besuchen mit über 1.000 Gästen aus 60 Nationen sind zahlreiche Initiativen mit Handelspartnern entstanden, die nachhaltiges Wirtschaften und nachhaltige Lebensstile im Fokus haben. Indem wir unsere Ideen mit unseren Kunden diskutieren und gemeinsam an Lösungen arbeiten, die über die Produkte hinaus auch die Verbraucher einschließen, leisten unsere Mitarbeiter, unsere Partner und unsere Produkte einen wichtigen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung.




Schwarzkopf Professional fördert weltweit durch spezielle Seminare in seiner Akademie Schwarzkopf (ASK) das Bewusstsein für Nachhaltigkeit im Friseurgeschäft.

Auch in unserem Friseurgeschäft arbeiten wir eng mit unseren Kunden an Themen der Nachhaltigkeit. Die Trainer unseres Schwarzkopf Professional-Teams vermitteln unseren Friseuren täglich Produkt- und Fachwissen. Darüber hinaus fördern spezielle Seminare unseres globalen Netzwerks der Akademie Schwarzkopf (ASK) das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und geben konkrete Handlungsempfehlungen, wie der Betrieb eines Salons beispielsweise sicherer oder ressourcenschonender gestaltet werden kann. 2016 erreichten wir

- 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 diesen wichtigen Themen mehr als 50.000 Friseure. Zusätzlich informieren wir unsere Kunden regelmäßig über Blog-Artikel in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit sowie ökologische Aspekte im Friseursalon.

### Engagement unserer Marken


Schwarzkopf hat 2016 die Initiative „Million Chances“ ins Leben gerufen. Gemeinsam mit internationalen und lokalen Wohltätigkeitsorganisationen setzten wir Projekte um, die Mädchen und Frauen auf der ganzen Welt dabei unterstützen, eine erfolgreiche Zukunft aufzubauen. Zum Start der Initiative hat Schwarzkopf zusammen mit dem weltweit tätigen Kinderhilfswerk Plan International drei Fokus-Projekte in China, Ägypten und Kolumbien initiiert. Alle drei zielen darauf ab, durch bessere Bildungschancen positive berufliche und private Perspektiven für junge Frauen zu schaffen. Als weiteres langjähriges Projekt, das Jugendlichen weltweit zu einer gesicherten Zukunft verhilft, bereichert  „Shaping Futures“ die



Die Initiative „Shaping Futures“ von Schwarzkopf Professional ermöglicht Jugendlichen, eine Grundausbildung in den Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen und sich so eine Existenzgrundlage aufzubauen.



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. Angefangen in Kambodscha, hat sich „Shaping Futures“ mittlerweile auf Länder wie Südafrika, Philippinen, Indien, Kroatien und Slowenien ausgeweitet. Seit dem Start der Initiative konnten durch das ehrenamtliche Engagement von 280 Friseuren und Mitarbeitern über 1.500 Jugendliche in 26 Ländern ausgebildet werden. 2016 startete eine neue Kooperation in Deutschland. In der ASK-Akademie in Hamburg erhalten Schüler mit Migrationshintergrund einer Ganztagsstadtteilschule, Geflüchtete und sozial benachteiligte Jugendliche einmal pro Woche eine Grundausbildung des Friseurberufs inklusive weiterer kosmetischer Techniken. Ziel ist es, berufliche Perspektiven für die Jugendlichen zu schaffen, Interesse für den Friseurberuf zu wecken und sie auf eine mögliche Ausbildung vorzubereiten.

Bereits zum elften Mal unterstützte Schwarzkopf als offizieller Partner „Tribute to Bambi – Hilfe für Kinder in Not“. Ziel ist, hilfsbedürftige Kinder und Jugendliche in Deutschland zu fördern und zu unterstützen. Diese Initiative ergänzt das internationale Hilfsprogramm für Krebspatienten  „look good feel better“, das der Unternehmensbereich Beauty Care seit 2006 unterstützt. Das Patientenprogramm der DKMS LIFE bietet Frauen mit einer Krebserkrankung Kosmetikseminare an, die sie im Umgang mit den äußerlichen Veränderungen einer Krebstherapie unterstützen.

Henkel-Sustainability#Master® – Igora Royal Highlifts

- 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

	Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel	Anwendung	Entsorgung
	<b>Leistung</b>					Besseres und schonenderes Farbergebnis	
	<b>Gesundheit und Sicherheit</b>					Pflegendere Haaraufhellung	
	<b>Gesellschaftlicher /sozialer Fortschritt</b>						
	<b>Materialien und Abfall</b>	Weniger Verpackung, weniger Rohstoffe					Weniger Bestand und Abfall im Salon
	<b>Energie und Klima</b>			Geringerer Transportaufwand			
	<b>Wasser und Abwasser</b>		Weniger Wasser bei der Herstellung				

**Fußabdruck**

Hotspot mit signifikanter Verbesserung

Der „Henkel-Sustainability#Master®“ zeigt das Nachhaltigkeitsprofil der neuen Highlift Coloration von Igora Royal. Die in die Farbcreme integrierte Fibre-Bond-Technologie ermöglicht eine professionelle Aufhellung der Haare auf besonders schonende Weise. Haarbruch wird minimiert.\* Die Anwendung ist besonders einfach und funktioniert ohne zusätzliche Schritte, Mischen oder Abwiegen eines Farbzusatzes. Gleichzeitig erzielen die neuen Farben kühlste Blondtöne. Durch die Integration der Fibre-Bond-Technologie in die Farbcreme konnte der ökologische Fußabdruck der Coloration verkleinert

werden – die Verwendung einer zusätzlichen, separaten Produktkomponente wird eingespart. Hierdurch reduziert sich auch das Verpackungsmaterial. Dies entspricht einer CO<sub>2</sub>-Reduktion von 11 Tonnen pro Jahr. Ferner können in der Produktion 67 Tonnen Wasser pro Jahr gespart werden. Der Wegfall dieser Produktkomponente wirkt sich zudem positiv auf die Lagerhaltung sowohl in der Produktion als auch bei den Kunden aus.

→ Erklärung des Henkel-Sustainability#Master®



\* Im Vergleich zu einer Aufhellung mit den 10- und 12-Serien von Igora Royal ohne Fibre-Bond-Technologie.

- 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

Unsere Marken wie Persil, Somat oder Pril sind für viele Verbraucher zu wichtigen Begleitern ihres täglichen Lebens geworden. Dabei sollen all unsere Produkte die Kriterien Qualität, Umweltverträglichkeit und gesellschaftliche Verantwortung erfüllen.



## 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 weiteres 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 wie Energie und Wasser ermöglichen.


Gleichzeitig versuchen wir, durch gezielte Verbraucherinformation ein verantwortungsbewusstes Verhalten während der Produktanwendung zu fördern. Mit einer zielgruppengerechten Kommunikation



*„Unsere starken Marken leisten einen Beitrag zur Nachhaltigkeit. Wir wollen auch in Zukunft Innovationen entwickeln, die gleichermaßen Leistung, Umweltverträglichkeit sowie gesellschaftliche und soziale Verantwortung bieten.“*

#### **Bruno Piacenza**

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

auch im Internet verdeutlichen wir die Vorteile unserer Produkte und leiten zu ressourcenschonender Anwendung an. Ein Beispiel ist der  **Persil-Waschrechner**.

Die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern ist für uns wichtig, um gemeinsam einen nachhaltigen Konsum voranzutreiben. Im Rahmen einer Vertriebsinitiative mit dem Namen „Say yes! to the future“ schulen wir unsere Mitarbeiter zu vertriebsrelevanten Nachhaltigkeitsthemen. Die Schwerpunkte lagen 2016 auf nachhaltigen Produktinnovationen, einer effizienten Logistikplanung und gemeinsamen Projekten für unsere Verbraucher am Point of Sale.

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 nachhaltigen Innovationen mehr Wert schaffen

Die Innovationsrate des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care lag im Jahr 2016 bei 43 Prozent, das heißt, der Unternehmensbereich generiert 43 Prozent seines Umsatzes mit Produkten, die jünger als drei Jahre sind. Dabei setzt Henkel seit Jahrzehnten Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe ein. Im Jahr 2016 basierten beispielsweise mehr als 30 Prozent der organischen Inhaltsstoffe unserer Wasch- und Reinigungsmittel auf nachwachsenden Rohstoffen.

## Industrie trifft Wissenschaft

Laundry & Home Care fokussiert sich in seinem Innovationsmanagement verstärkt auf Forschungsk Kooperationen 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 exklusiven Kooperation zwischen Henkel und der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen, konnten vielversprechende Fortschritte bezüglich nachhaltiger Rohstoffbasen erzielt werden. Ausgangspunkt der Arbeiten ist Cellulose, die am häufigsten auf der Erde vorkommende organische Verbindung. Aus Biomasse gewonnene Zwischenprodukte stellen grundlegende Bausteine für die Entwicklung innovativer und nachhaltiger Inhaltsstoffe für Wasch- und Reinigungsmittel dar. Es ist gelungen, diese Zwischenprodukte in neuartigen Tensiden mit wirtschaftlich interes-

santen Eigenschaftsprofilen umzuwandeln. Mehrere Substanzen konnten bereits zum Patent angemeldet werden. Dies ist ein entscheidender Beitrag zu ressourcenschonenden Wasch- und Reinigungsmitteln der Zukunft.

## Auszeichnung für herausragende Forschung

Eine weitere Kooperation fand mit der Friedrich-Schiller-Universität Jena in Deutschland statt. Hier haben Wissenschaftler neue Polymere auf Basis von Cellulose entwickelt. Im Rahmen ihrer Dissertation erarbeitete die Doktorandin Kristin Ganske neue Syntheserouten für biobasierte Polymere, die bei Kontakt mit Textilien zur verbesserten Schmutzablösung führen könnten. Ihre Erkenntnisse sind ein wichtiger Baustein für die Weiterentwicklung ressourcenschonender Waschmittel mit verbesserter Funktionalität. Dr. Kristin Ganske erhielt für ihre Arbeiten 2016 auch den Henkel Laundry & Home Care Research Award.



Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum (links), Leiter der globalen Forschung und Entwicklung im Unternehmensbereich Laundry & Home Care, und Dr. Michael Dreja, Leiter der globalen Forschung im Unternehmensbereich Laundry & Home Care, überreichen den Laundry & Home Care Research Award 2016 an Dr. Kristin Ganske.





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

## Flüssigwaschmittel im Fokus

In Zusammenarbeit mit seinen strategischen Partnern entwickelt Henkel immer nachhaltigere und leistungsstärkere Inhaltsstoffe, die die Basis neuer Generationen innovativer Rezepturen werden. Das Flüssigwaschmittelsegment steht hier besonders im Fokus. 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-Produkten für bunte und synthetische Textilien die Temperatur 30 statt 40 Grad Celsius gewählt würde, könnten insgesamt rund zwei Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> jährlich eingespart werden. Dies entspricht umgerechnet der jährlichen CO<sub>2</sub>-Aufnahme von mehr als 40 Millionen Bäumen.

Auch in unseren Persil Power-Mix Caps spielen Flüssigwaschmittel eine wichtige Rolle: Die vordosierte Pulver-Gel-Kapsel vereint erstmalig die Produktvorteile eines konzentrierten Gels mit der Weißkrafttechnologie eines Pulvers. So wird die Wäsche besonders gut vor Vergrauung geschützt. Mit den Power Core Packs wurde unter der Waschmittelmarke „All“ im Jahr 2016 auch auf dem US-amerikanischen Markt eine Kombination aus Flüssig- und Pulverwaschmittel in Gel-Kapselform eingeführt. „All“ gehört zu den Marken von The Sun Products Corporation, die Henkel im September 2016 übernommen hat. Im Jahr 2016 wurden auch erstmals sulfatfreie Waschmittel unter der Marke „All“ eingeführt, um regionalen Konsumentenbedürfnissen in Nordamerika zu entsprechen.



Die Akquisition von The Sun Products Corporation – zu der auch die Waschmittelmarke „All“ gehört – war ein entscheidender Schritt für unser Geschäft in Nordamerika.

## Somat phosphatfrei – keine Kompromisse zwischen Leistung und Umweltverträglichkeit

Henkel verzichtet bei seiner Geschirrspülmarke Somat, die in einigen Ländern auch unter der Marke Pril geführt wird, seit April 2016 auf Phosphate in allen europäischen Geschirrspülprodukten und setzt stattdessen auf die Kraft der Zitronensäure. Somit hat Henkel als eines der ersten Markenartikelunternehmen neun Monate vor Inkrafttreten einer Änderung der EU-Detergenzienverordnung die Anforderung erfüllt, nach der Reinigungsmittel für Haushaltsspülmaschinen seit Januar 2017 phosphatfrei sein müssen. Die Produkte ohne Phosphat sind derzeit in über 20 Ländern erhältlich. Die vollständige internationale Umsetzung ist bereits gestartet. Zur Entwicklung der phosphatfreien Rezepturen war aufwendige Forschungsarbeit nötig, da maschinelle Geschirrspülmittel eine Vielzahl von Funktionen vereinen. Bis zu 30 verschiedene Rohstoffe mussten intelligent miteinander kombiniert werden. Nicht nur die Leistung der Formel ist entscheidend, auch ihre Stabilität in Tab-Form und die Beibehaltung der schnellen Löslichkeit sind wichtige Eigen-

- 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

schaften. Mit der Verringerung der Gewässerbelastung leisten unsere phosphatfreien maschinellen Geschirrspülmittel einen zusätzlichen Beitrag zur Umweltverträglichkeit.

Würden die pro Jahr eingesparten 10.000 Tonnen Phosphat als Inhaltsstoff in Pflanzendünger eingesetzt, könnte diese Menge zum Beispiel für die Düngung der jährlichen Ernte von Kartoffeln für 40 Millionen Menschen in Deutschland verwendet werden. Ein weiterer Faktor zur Verbesserung des ökologischen Profils ist die schmalere Verpackung sowie die dadurch verbesserte und effizientere Logistik.

Die unterschiedlichen Varianten von Somat können auch in Niedrigtemperatur-Programmen und ohne Vorspülen genutzt werden. So leisten sie einen Beitrag zur Senkung des Energie- und Wasserverbrauchs und unterstützen unsere Verbraucher in ihrem nachhaltigen Handeln. Zur Schonung von Ressourcen trägt auch der neue Somat-Maschinenreiniger bei. War bisher immer ein aufwendiger Leer-Spülgang nötig, um die Maschine zu reinigen, kann die Neuheit von Somat bei voll beladener Maschine angewendet werden. So sparen Verbraucher nicht nur Zeit, sondern auch Energie und Wasser.



Gemeinsam mit ihren Teams arbeiteten die Produktentwicklerin Dr. Inga Vockenroth (links) und die Marketing-Expertin Nadine Franke an einem ambitionierten Ziel: ohne Phosphate unverändert beste Somat-Reinigungsleistung zu bieten – und das neun Monate vor Inkrafttreten der entsprechenden EU-Verordnung Anfang 2017.



Pril Pro Nature Sensitive und Pril Doppelentkruster liefern eine erstklassige Produktleistung und schonen wertvolle Ressourcen.

### Pril Pro Nature Sensitive und Pril Doppelentkruster

Das Spülmittel Pril Pro Nature Sensitive wurde dank seiner gewässer-schonenden Formel mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet. 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. Pril Pro Nature Sensitive wird diesen Kriterien gerecht. Zudem schont die gegen Fett wirkende Formel als pH-neutrales Spülmittel die Haut. Somit vereint die neue Variante gute Umweltverträglichkeit, besondere Hautschonung und eine hohe Fettlösekraft. Darüber hinaus hat sich die Verschlusskappe aller Pril-Flaschen geändert. Die neuen Kappen verhindern die Ablagerung von Spülmittelresten an der Außenseite und ermöglichen eine genauere Dosierung. Außerdem leisten sie durch einen reduzierten Kunststoffeinsatz einen Beitrag zur Ressourcenschonung. Das Einsparungspotenzial liegt hier bei mehr als 1,3 Millionen Kilogramm Plastikmaterial im Vergleich zur Vorgängerdosierkappe.



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 hat bereits 2014 leistungsstarke Enzyme entwickelt, durch die sich mit dem Handgeschirrspülmittel Pril Reis-, Nudel- und sonstige Stärkereste schnell und effektiv entfernen lassen. Dank dieser Enzyme und umfangreicher Maßnahmen zur Optimierung der gesamten Produktrezeptur konnte Henkel den Einsatz von Tensiden reduzieren und seine CO<sub>2</sub>-Emissionen deutlich senken. Die neue Formel von Pril Doppelentkruster entfernt nicht nur Fett und Stärke, sie macht auch langwieriges Einweichen überflüssig und wirkt gezielt gegen hartnäckige und eingebrannte Speiserückstände.



### **A.I.S.E.-Charta**

Nachdem Henkel 2005 als erstes Unternehmen die Kriterien der „A.I.S.E.-Charta Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ erfolgreich erfüllt hat, sind inzwischen über 200 Unternehmen Mitglied der Charta. Damit verpflichten sie sich, ihre Prozesse kontinuierlich zu verbessern und jährlich anhand festgelegter Kennzahlen über die erzielten wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Fortschritte zu berichten.

2010 wurde die A.I.S.E.-Charta im Rahmen ihrer Weiterentwicklung um die wichtige Dimension Produkte ergänzt. So kann auch gezeigt werden, dass ein Produkt nicht nur von einem nachhaltig wirtschaftenden Unternehmen hergestellt wird, sondern auch selbst ein fortschrittliches Nachhaltigkeitsprofil (Advanced Sustainability Profile) 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 2016 hat Henkel die Fortsetzung der  **A.I.S.E.-Kampagne „I prefer 30°“** („Ich bevorzuge 30°“) in Belgien unterstützt, nachdem diese bereits 2014 in ausgewählten Ländern umgesetzt worden war. Ziel ist es, Verbraucher zum Waschen bei niedrigen Temperaturen anzuregen.

Die europaweite Online-Aufklärungsinitiative der A.I.S.E.  **„Keep Caps from Kids“** („Caps weg von Kindern“) unterstützt Henkel seit 2014. Ein Video und eine Internetseite informieren darüber, warum es so wichtig ist, Flüssigwaschmittel-Kapseln von Kindern fernzuhalten. Zudem werden auf der Internetseite Tipps zur sicheren Verwendung von Flüssigwaschmittel-Kapseln gegeben. Die Online-Aufklärungsinitiative ergänzt die freiwillige Initiative „A.I.S.E. Product Stewardship Programme for Liquid Laundry Detergent Capsules“ (A.I.S.E.-Produktverantwortungsprogramm für Flüssigwaschmittel-Kapseln). In den USA unterstützt Henkel die vom Industrieverband American Cleaning Institute im Jahr 2014 gestartete Initiative  **„Take the pledge – be the key to a safe laundry room and routine“** (Verpflichte dich selbst – sei der Schlüssel zu Sicherheit in der Waschküche und beim Wäschewaschen).

- 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® – Somat Gold im Vergleich mit Somat Gold phosphatfrei

	Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel	Anwendung	Entsorgung
	<b>Leistung</b>			Effiziente Beladung		Reinigungsleistung	
	<b>Gesundheit und Sicherheit</b>						
	<b>Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt</b>					Niedrigtemperatur-Programme	
	<b>Materialien und Abfall</b>	Gezielte Rohstoffauswahl	Recyclbare Kartonverpackung		Leichtere Verpackung		Recyclbare Kartonverpackung
	<b>Energie und Klima</b>	Gezielte Rohstoffauswahl		Optimierter Transport		Kein Einweichen	
	<b>Wasser und Abwasser</b>						Phosphatfrei

Fußabdruck

Hotspot mit signifikanter Verbesserung



Seit April 2016 verzichtet Henkel auf Phosphate in allen europäischen Geschirrspülreinigern und leistet damit einen Beitrag zur Verringerung der Gewässerbelastung – neun Monate vor Inkrafttreten einer entsprechenden EU-Verordnung 2017. Da die Produkte auch in Niedrigtemperatur-Programmen und ohne Vorspülen ihre exzellente Leistung entfalten, konnte bereits in der Vergangenheit ein großer Beitrag

zur Senkung des Energie- und Wasserverbrauchs geleistet werden. Ein weiterer Faktor zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung ist die schmalere und leichtere Verpackung aus recycelbarem Karton und eine dadurch verbesserte und effizientere Logistik.

→ 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

# Mitarbeiter

Das Engagement, die Fähigkeiten und die Erfahrungen unserer Mitarbeiter sind das Fundament unseres internationalen Geschäftserfolgs.

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



# 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 einem werteorientierten Führungsstil geprägt ist. Unsere Leistungskultur basiert auf kontinuierlichem und offenem Feedback sowie auf der Wertschätzung hervorragender Leistungen – sowohl durch eine attraktive Vergütung als auch durch individuelle und langfristige Weiterbildungsmöglichkeiten. 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 Unternehmenserfolg beiträgt.

## 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 Fähigkeiten und



*„Wir schätzen, fordern und fördern unsere Mitarbeiter. Sie sind entscheidend dafür, wie erfolgreich wir die Chancen der Digitalisierung nutzen können. Deshalb integrieren wir verstärkt digitale Formate und Tools in die Aus- und Weiterbildung sowie in die tägliche Zusammenarbeit.“*

**Kathrin Menges**

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

Kenntnisse unserer Mitarbeiter 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 individuell konkrete 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.

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 Ausbildungsprogramme

Henkel bietet in Deutschland **25 Ausbildungs- und duale Studiengänge** an. 2016 begannen 159 neue Auszubildende und Studierende. Insgesamt absolvieren derzeit fast 500 Auszubildende und Studierende eine berufliche Qualifikation bei Henkel in Deutschland.



### 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 somit 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 Feedbackgespräche 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.

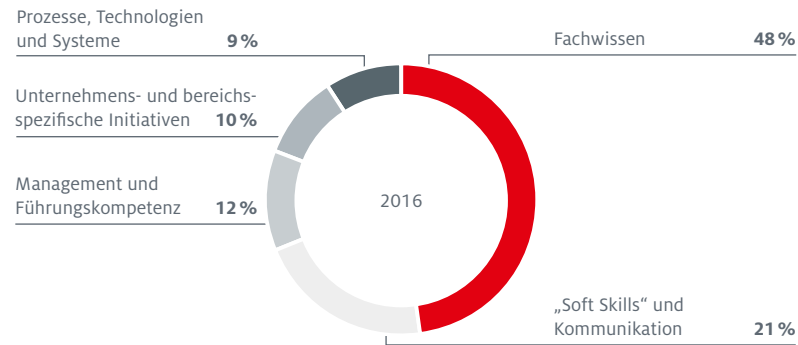
- **Unsere Führungskräfte** sowie ausgewählte Tarifmitarbeiter bewerten wir jedes Jahr im global einheitlichen „Talent Management Cycle“. Im ersten Schritt können die Mitarbeiter eine Selbsteinschätzung ihrer erbrachten Leistung und ihres zukünftigen Potenzials an ihre Vorgesetzten geben. Danach diskutieren mehrere Vorgesetzte eines Bereichs gemeinsam über Leistung und Potenzial ihrer Mitarbeiter, um eine objektive 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 diskutieren die Vorgesetzten mit ihren Mitarbeitern die Beurteilung und vereinbaren gemeinsam individuelle Entwicklungsmaßnahmen. Diese Feedbackgespräche fördern nicht nur die berufliche und persönliche Weiterentwicklung, sondern ermöglichen auch eine gezielte und langfristige Karriereplanung. Im Jahr 2016 wurden mehr als 1.100 Führungskräfte befördert.

### Lebenslanges Lernen

Lebenslanges Lernen ist für uns ein zentrales Element der Weiterentwicklung. Maßgeblich ist 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 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. Hier ist das Kernelement die „Henkel Global Academy“, unser weltweit verfügbares Lernzentrum, über das Präsenz- und virtuelle Schulungen zugänglich 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

## Trainingskategorien 2016



- 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. Sie umfassen grundlegende Kenntnisse – wie etwa Management-, Prozess- und Softwaretraining – sowie unternehmensbereichsspezifische Inhalte. Vor dem Hintergrund der Digitalisierung stellen wir vor allem Lerninhalte zu aktuellen Themen bereit, zum Beispiel digitales Marketing. So unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, sich effizient in der digitalen Welt zu bewegen und damit verbundene Chancen zu nutzen. Zudem stellen Führungskompetenzen einen zentralen Lerninhalt dar. Wir wollen einen globalen, werteorientierten Füh-

rungsstandard fördern, der unterschiedliche regionale und kulturelle Aspekte berücksichtigt. Die Inhalte vermitteln wir zum Beispiel über ein weltweit einheitliches 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 Präsenzs Schulungen ergänzen wir verstärkt durch interaktive E-Learnings sowie Videos und Webinare. Über diese digitalen Formate können unsere Mitarbeiter ihre Lerninhalte zunehmend selbst bestimmen und die Trainings zeitlich flexibel umsetzen. Auf diese Weise können wir individueller und flexibler auf die Bedürfnisse jedes Mitarbeiters eingehen. Wir nutzen die Vorteile digitaler Formate auch, um führungsbezogene Lerninhalte möglichst vielen Mitarbeitern zugänglich zu machen: Zum Beispiel haben wir im Jahr 2016 erstmalig „Massive Open Online Courses“ und Webinare in Zusammenarbeit mit der IESE Business School angeboten, an denen unsere Mitarbeiter weltweit live teilnehmen konnten. 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



Um den digitalen Wandel im Unternehmen voranzutreiben, werden spezielle Schulungs- und Entwicklungsprogramme für Mitarbeiter ausgebaut und digitale Lösungen in den Arbeitsalltag integriert.

### 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 mittlerweile mehr als 25.000 Mitarbeiter nutzen. Viele tauschen sich inzwischen in themenspezifischen Gruppen aus und nutzen das Netzwerk, um sich gegenseitig zu inspirieren. Insbesondere dadurch, dass Mitarbeiter aus ganz 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 virtuelle Zusammenarbeit von Teams immer stärker digital gestützt. Das ermöglicht es uns, schnell und flexibel an gemeinsamen Projekten zu arbeiten und in einem virtuellen Rahmen in einen schnellen und persönlichen Austausch zu treten.

### Flexibles Arbeiten

Flexible Arbeitsmodelle werden durch die digitalen Möglichkeiten unterstützt und können von unseren Mitarbeitern noch besser genutzt werden. Wir messen Leistung am Ergebnis und nicht an der Präsenz und fördern bereits seit Jahren flexible Arbeitsmodelle. Teilzeit, flexible Arbeitszeiten und mobiles Arbeiten sind für uns ein selbstverständlicher Teil der Arbeitswelt. 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 Wichtigkeit dieses Themas bei Henkel verdeutlicht.

Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und  
Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

**Mitarbeiter**

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Vergütung und weitere Leistungen

Die ganzheitliche Wertschätzung unseres globalen Teams ist ein wichtiger Teil unserer Unternehmenskultur, um unseren langfristigen und nachhaltigen Geschäftserfolg sicherzustellen. Neben der persönlichen Wertschätzung unserer Mitarbeiter durch Feedback und Weiterentwicklung ist es uns wichtig, ihre Leistung 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 am Unterneh-

menserfolg zu honorieren. So gibt es je nach Einsatzbereich und Region verschiedene Bonussysteme für Mitarbeiter im Verkauf, 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. Unsere außertariflichen Mitarbeiter und leitenden Angestellten mit unmittelbarer Vertriebsverantwortung erhalten anstelle des STI separate Bonusregelungen, die auf den Verkaufserfolg fokussieren. 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 Unternehmenswert steigert und die Erreichung von langfristigen Zielen honoriert.
- **Für unseren Vorstand** nutzen wir ebenfalls eine jährliche sowie eine auf den langfristigen Unternehmenserfolg bezogene variable Vergütung. Details hierzu enthält der Vergütungsbericht im **Geschäftsbericht**, Seiten 39-51.

Wir beurteilen die Leistung unserer Mitarbeiter stets im Kontext unserer Vision und Unternehmenswerte. In einem unserer fünf

- 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

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 Standortmanagern), 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 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 2016 mit 33 Eurocent gefördert. Rund 11.500 Mitarbeiter in 53 Ländern kauften 2016 im Rahmen des Programms Henkel-Vorzugsaktien. Insgesamt hielten rund 14.800 Mitarbeiter zum Jahresende rund 2,5 Millionen Stück und damit rund 1,4 Prozent der Vorzugsaktien. Die Haltefrist für neu erworbene Aktien beträgt drei Jahre.

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



### Unser Beitrag zur sozialen Absicherung

Unsere Beschäftigten 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.



Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und  
Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

**Mitarbeiter**

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Diversity & Inclusion

Die Vielfalt unserer Mitarbeiter mit ihren individuellen Unterschieden und Perspektiven ist ausschlaggebend für unsere Stärke und Innovationskraft. Wir wollen ein integratives Arbeitsumfeld schaffen, in dem jeder Mitarbeiter wertgeschätzt wird und individuelle Leistungen anerkannt werden. Auf der Grundlage unserer Werte und Verhaltensrichtlinien setzen wir uns weltweit mit dem Thema Vielfalt auseinander. 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.

### 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 zu entfalten. Dazu wollen wir Barrieren in unserem Denken sowie in unseren Prozessen identifizieren und beseitigen.

#### 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. 2015 hat sich Henkel Brasilien verstärkt für das Einstellen von Menschen mit Behinderung eingesetzt und dazu in Kooperation mit externen Partnern, Non-Profit-Organisationen sowie der Regierung und dem Arbeitsamt ein spezielles Programm entwickelt. Es umfasst Trainings und Workshops für Mitarbeiter und Führungskräfte sowie einen konkreten Einstellungsprozess, um Menschen mit Behinderung für zukünftige Stellen zu identifizieren. Seit dem Start des Programms wurden rund 20 Mitarbeiter mit Behinderung in den Bereichen Produktion, Kundenservice sowie Logistik eingestellt.

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

- **Kulturen:** Internationale Mitarbeiter mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen sind in einem global agierenden Unternehmen wie Henkel sehr wichtig, um ein entsprechendes Marktverständnis zu schaffen und lokale Konsumentenbedürfnisse



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

antizipieren zu können. Um den Herausforderungen kulturell 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, was auch die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter steigert. Mit Mitarbeitern aus insgesamt 123 Nationen ist kulturelle Vielfalt bei Henkel gelebter Unternehmensalltag. Allein am Hauptsitz in Düsseldorf sind 64 Nationen vertreten.

- **Gender:** Wir haben das Ziel, den Frauenanteil im Unternehmen auf allen Ebenen weltweit kontinuierlich zu erhöhen. Dazu nutzen wir gezielte Maßnahmen bei der Mitarbeitergewinnung und -förderung. Wir unterstützen die berufliche Entwicklung von Frauen in allen Führungsebenen. Den Anteil von Frauen in Führungspositionen konnten wir kontinuierlich von rund 24 Prozent im Jahr 2006 auf rund 34 Prozent Ende 2016 steigern.
- **Generationen:** 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 ein „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. Grundsätzlich fördern wir über alle Generationen hinweg lebenslanges Lernen durch entsprechende → **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. Darüber hinaus bieten wir für unsere Mitarbeiter umfangreiche Programme zur → **Erhaltung der Gesundheit** an.

#### 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.

- **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 seit Langem flexible Arbeitsmodelle anbieten. Darüber hinaus helfen wir Familien tatkräftig bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, zum Beispiel durch das Angebot von Kinderbetreuung.

- 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 in Österreich ist 2016 dem Netzwerk „Unternehmen für Familien“ beigetreten, um einen aktiven Beitrag für mehr Familienfreundlichkeit im eigenen Verantwortungsbereich zu leisten sowie Vorbild und Ansporn für andere zu sein. Zu den Maßnahmen zählen flexible Arbeitsmodelle wie Teilzeitarbeit, flexible Arbeitszeiten, mobiles Arbeiten und Job Sharing. Außerdem wird die Vereinbarkeit von Familie und Beruf durch die Unterstützung von Bildungskarenz/ Väterkarenz sowie durch eine kostenlose Beratung von Mitarbeitern in privaten und beruflichen Problemsituationen erleichtert.



### Kinderbetreuung bei Henkel

Insbesondere für junge Eltern ist eine gute Kinderbetreuung entscheidend, um Familie und Beruf vereinen zu können. Henkel bietet seinen Mitarbeitern Unterstützung an, sobald sie nach der Elternzeit in den Beruf zurückkehren: 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. Auch in anderen Ländern bietet Henkel seinen Mitarbeitern vielfältige Unterstützung bei der Kinderbetreuung 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

## 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.

### Unsere Führungskultur

Unseren Führungskräften kommt eine besondere Bedeutung im kontinuierlichen Mitarbeiterdialog zu, da sie unsere Werte und Unternehmenskultur in der Belegschaft verankern. Ein wertschätzender Führungsstil, bei dem Fähigkeiten und Ansichten jedes Mitarbeiters respektvoll integriert werden, ist uns wichtig. So wollen wir mit Hilfe unserer Führungskräfte 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 bei Henkel im Rahmen der aktiven Feedbackkultur besonderen Wert. Dazu gehören Beurteilungs- und Entwicklungsgespräche sowie Feedback im Rahmen der täglichen Arbeit. Dies wird durch regelmäßige Teammeetings, Belegschaftsversammlungen und unsere digitalen Kommunikationskanäle ergänzt.



### Globale Einführung unserer strategischen Prioritäten „Henkel 2020+“

Im November 2016 hat Henkel seine neuen Ambitionen und strategischen Prioritäten vorgestellt, die das Unternehmen bis 2020 und darüber hinaus prägen werden – kurz „Henkel 2020+“. Bereits seit Anfang des Jahres 2016 involvierten wir weltweit ausgewählte Mitarbeiter sowie unser Führungskräfte-Team intensiv, um unsere Ambitionen und strategischen Prioritäten gemeinsam zu identifizieren und deren Kommunikation an alle Mitarbeiter zu planen. Auf einem globalen Management Meeting, das an 200 Standorten live übertragen wurde, stellte unser Vorstand die neuen strategischen Prioritäten erstmalig vor. Kurz darauf vertieften rund 170 Top-Manager die Inhalte auf einer mehrtägigen Veranstaltung und bereiteten sich auf diese Weise intensiv auf die weltweite Einführung von „Henkel 2020+“ vor. In den folgenden Wochen brachte an 22 Standorten in 20 Kern-Ländern jeweils ein Vorstandsmitglied den Mitarbeitern „Henkel 2020+“ persönlich nahe. Durch Live-Übertragungen konnten wir die Reichweite ihrer Botschaft auf mehr als 90 Standorte erhöhen. An den anderen Standorten stellten die jeweiligen Standortleiter unsere neuen Ambitionen und strategischen Prioritäten vor. Um unsere Mitarbeiter aktiv einzubinden, konnten sie auf allen Veranstaltungen ihre Fragen direkt an den Vorstand oder Standortleiter stellen – in den Live-Übertragungen ermöglichten wir dies über digitale Kanäle.

Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und  
Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

**Mitarbeiter**

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Mitarbeitervertretung

Unsere verschiedenen Arbeitnehmergremien nehmen eine zentrale Rolle ein. Im Jahr 2017 werden wir das hundertjährige Jubiläum unserer Arbeitnehmervertretung in Deutschland begehen.

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.

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, grenzüberschreitende Initiativen des Unternehmens wie Restrukturierungsprogramme oder Reorganisationen, Sicherheit, Gesundheit und Umwelt oder über Schulungs- und Entwicklungsprogramme. Bei mitbestimmungspflichtigen Entscheidungen und in vielen Fällen auch darüber hinaus bindet Henkel die Arbeitnehmervertreter ein.

## Umgang mit strukturellen Veränderungen

Der Erhalt von Arbeitsplätzen und der verantwortungsvolle Umgang mit notwendigen strukturellen Anpassungen 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 ein, bevor Maßnahmen getroffen werden. Selbstverständlich beachten wir dabei die geltenden Mitbestimmungsgesetze und wenden je nach Maßnahme die vorgeschriebenen Verfahren entsprechend an. Es ist unser Ziel, Vereinbarungen mit sozialverträglichen Regelungen für die jeweiligen Mitarbeiter zu treffen. Bisher 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 &amp; Home Care

**Mitarbeiter**

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

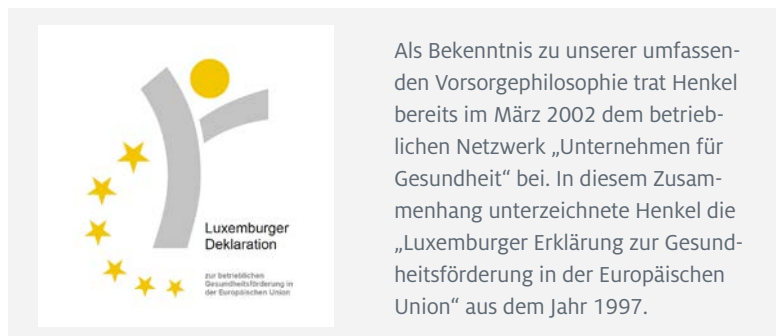
Externe Bewertungen

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, um arbeitsplatzbedingten Risiken vorzubeugen, 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, sowie 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 pro Jahr weltweit eine große gemeinsame Gesundheitsaktion, die an allen Standorten durchgeführt wird. Henkel hat sich zum Ziel gesetzt, mit diesen globalen Gesundheitsaktionen mehr als 90 Prozent der Mitarbeiter weltweit zu erreichen.



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.

### Globales Gesundheitsmanagement

Um an allen Standorten eine ganzheitliche Gesundheitsversorgung sicherzustellen, arbeiten wir kontinuierlich an der Etablierung einheitlicher Grundsätze im weltweiten Gesundheitsmanagement bei Henkel. Ein erster 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.

Die 2015 eingeführte „Health Procedure“ beschreibt globale Mindeststandards zu Gesundheitsschutz und Gesundheitsförderung. In bestimmten Regionen unterstützen zudem lokal beschäftigte Ärzte als Gesundheitsmanager die Standorte mit ihrem fachlichen Wissen, ihrer Kenntnis lokaler Gegebenheiten sowie der Landessprache bei der Umsetzung der internen Richtlinien, Programme und gesetzlichen Vorgaben. 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



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.

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 zu Kollegen in den Regionen. Wesentliche Erkenntnisse werden den Standorten international 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.

## Mentale Vitalität und eine gesunde Unternehmenskultur fördern

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 Beratungsprogramme zu den Themen Zeit-, Stress- und Konfliktmanagement. Zudem ist uns wichtig, unseren Führungskräften bewusst zu machen, dass sie hier eine Vorbildfunktion für ihre Mitarbeiter und Teams haben. Wir nutzen unter anderem Gesundheits-Webinare, um ihnen zu vermitteln, dass sie so zu mehr Motivation und einer besseren Arbeitsatmosphäre verbunden mit höheren Leistungen beitragen können – bei gleichzeitig geringeren Krankheitsfällen.

In Deutschland 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 für betriebliche Maßnahmen im Hinblick auf Arbeitsplatzgestaltung, Fortbildung und Optimierung der Arbeitsorganisation sowie des Betriebsklimas aufgezeigt. Das unterstützt sie bei der Weiterentwicklung ihrer Organisationseinheit. Seit verganginem Jahr 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 sowie ein Rückgang an Verbesserungsbedarf. Aus den Erkenntnissen werden nun besonders effektive Maßnahmen identifiziert.

**Erste globale Gesundheitsaktion „Rette ein Leben“**

Herzstillstand ist eine der häufigsten Todesursachen weltweit. Eine Reanimation mittels Herzdruckmassage erhöht die Überlebenschancen um das Dreifache. Unser Ziel für das Jahr 2016 war, dass jeder Henkel-Mitarbeiter dieses Kernelement der ersten Hilfe beherrscht und beherzt anwendet, wenn es erforderlich werden sollte. So entwickelten wir die erste globale Gesundheitskampagne rund um das Thema „Rette ein Leben“. Im Mittelpunkt



dieser Kampagne stehen drei einfach zu erlernende Grundregeln „Prüfen, Rufen, Drücken“. Für die Kampagne stellten wir an allen Standorten eine Vielfalt an Materialien bereit, um alle Mitarbeiter weltweit zu erreichen. Dazu gehörten neben Plakaten, Flyern und Notrufstickern auch kurze Praxisschulungen sowie lehrreiche und unterhaltsame Videos, die von jedem Standort individuell genutzt werden konnten. Die zahlreichen Veranstaltungen an vielen Standorten sowie die hohe Teilnahmequote und das Engagement im Rahmen der Kampagne zeigen deren Erfolg ebenso wie die deutlich gestiegene Zahl der Ersthelfer weltweit. Im Jahr 2017 setzen wir das Konzept der jährlichen globalen Gesundheitsaktion mit dem Thema „aktiver Lebensstil“ fort.



Das Bild zeigt Dr. Florian Wienforth bei der Durchführung einer Praxisübung zur Herzdruckmassage mit Jan-Dirk Auris (Mitglied des Vorstands, zuständig für Adhesive Technologies) und weiteren Henkel-Mitarbeitern. Unser Ziel ist es, die Bereitschaft zur Reanimation zu erhöhen, indem sich jeder Mitarbeiter im Notfall an die Gedächtnisstütze „Prüfen, Rufen, Drücken“ erinnert.

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 Investitionen zur Erhöhung der technischen Sicherheit sowie die Überprüfung, 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.



Das Bild zeigt Eagle Wang und Nathan Yang in der Haftklebstoffproduktion im Dragon Plant in Shanghai, China. Mit Scannern und weiteren Geräten können sie sofort herausfinden, ob Rohstoffe leicht entzündbar, ätzend oder explosiv sind. Der Scanner teilt den Mitarbeitern außerdem mit, welche Sicherheitsausrüstung sie bei der Arbeit mit solchen Stoffen benötigen. Auf diese Weise leistet Digitalisierung auch einen Beitrag zur Arbeitssicherheit.

### 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 unsere Mitarbeiter zu sensibilisieren und zu sicherem Verhalten anzuleiten. Unsere Trainings richten sich auch an die Mitarbeiter externer Firmen, die an unseren Standorten tätig sind. Immer mehr nutzen wir auch hier Synergien über unsere Unternehmensbereiche hinweg und erweitern die bereits in einzelnen Bereichen etablierten Programme auf das gesamte Unternehmen. Ab 2017 planen wir außerdem für jedes Jahr eine unternehmensweite globale Sicherheitskampagne, die gezielt noch mehr Bewusstsein für die wichtigsten Sicherheitsthemen schaffen soll.

In den letzten zwei Jahren führte der Unternehmensbereich Laundry & Home Care an allen Produktionsstandorten ein externes Trainingsprogramm zum wichtigen Thema „LoTo – Lock out, Tag out“ durch. Hierbei geht es darum, Maschinen und Anlagen nicht nur ab-, sondern komplett Energie-frei zu schalten („lock out“) und klar zu kennzeichnen („tag out“). Dadurch können an ihnen Wartungs- und Umrüstungsarbeiten risikolos durchgeführt werden. Das ist relevant, weil Maschinen auch dann unter Energie stehen können, wenn sie abgeschaltet sind (zum Beispiel, wenn Energie in Federn oder Rohrleitungen gespeichert wird). Die aus Theorie und Praxis bestehenden Schulungen wurden in lokaler Sprache durchgeführt, um sowohl Führungskräfte wie auch Produktionsmitarbeiter zu 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
 

---

Zusätzlich zu den regulären Sicherheitsschulungen führte der Unternehmensbereich Beauty Care im Jahr 2016 Trainings für seine wichtigsten Lohnhersteller und Logistikpartner in China durch. Dadurch sollte die Sicherheit von Prozessen an ihren Standorten verbessert werden. Über interaktive Fallstudien und Übungen vermittelten Henkel-Sicherheitsexperten ihr Wissen in puncto Sicherheitsinspektionen sowie Identifizierung und Kontrolle möglicher Gefahren. Die Trainings fanden direkt vor Ort bei bestimmten Lieferanten statt, zu denen Mitarbeiter weiterer Lieferanten kamen. 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 2016 wurden weltweit rund 18.000 solcher Dialoge geführt. Insgesamt haben seit Beginn des CBS-Programms bis Ende 2016 mehr als 10.000 Mitarbeiter an über 120 verschiedenen Standorten das CBS-Training absolviert. Für 2017 planen wir die Erweiterung des Programms auf alle verbliebenen Produktionsstandorte sowie auf administrative Standorte.

### Status 2016

Im Jahr 2016 haben wir 1,0 Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden erfasst. Das entspricht einer Verbesserung um 17 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2010.

Trotz unseres kontinuierlichen Engagements für die Arbeitssicherheit kam es in Düsseldorf zu einem tödlichen Arbeitsunfall. Ein Mitarbeiter einer externen Montagefirma wurde bei Arbeiten im Kraftwerk durch einen Stromschlag schwer verletzt. Der Mitarbeiter erlag trotz unmittelbarer notärztlicher Versorgung im Krankenhaus seinen Verletzungen. Henkel hat die zuständigen Behörden sowie die betroffene Firma bei der Ermittlung der Ursache für diesen tragischen Unfall unterstützt, die außerhalb des Verantwortungsbereichs von Henkel lag.

- 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

Gesellschaftliches Engagement ist ein fester Bestandteil unseres Verständnisses von verantwortungsbewusstem Handeln und seit Langem in unserer Unternehmenskultur verankert.



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

Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

**Gesellschaftliches Engagement**

Stakeholder-Dialog




Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

# Gesellschaftliches Engagement

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.

Besonderes Augenmerk richten wir dabei auf die Bildung und beruflichen Chancen junger Menschen. Durch die Verbesserung von Bildungsangeboten möchten wir mithilfe unserer Mitarbeiter und Initiativen bis 2020 mehr als 200.000 Kindern weltweit bessere Zukunftsperspektiven ermöglichen. Dies tun wir zum Beispiel durch unsere internationale  **Forscherwelt-Initiative**, unser  **Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm** in Grundschulen und unser Kreativitätszentrum  **Pega y Crea** (Kleben und Gestalten) in Mexiko.

## Unsere vier Säulen



### Ehrenamtliches Mitarbeiterengagement

Im Rahmen unseres weltweiten Mitarbeiterengagements unterstützen wir das freiwillige und ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter und Pensionäre.



### Gesellschaftliche Partnerschaften

Im Rahmen unseres Unternehmensengagements fördern wir an Henkel-Standorten weltweit gesellschaftliche Initiativen und öffentliche Einrichtungen in sogenannten Social Partnerships – gesellschaftlichen Partnerschaften.



### Markenengagement

Auch das Unternehmen und seine Marken engagieren sich, in Anlehnung an unsere Nachhaltigkeitsstrategie, direkt weltweit in und für gesellschaftliche Initiativen und öffentliche 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 ehrenamtliche Tätigkeit von Henkel-Mitarbeitern und -Pensionären in über 12.800 Projekten und mehr als 50 Ländern in aller Welt gefördert. Gleichzeitig schließen sich immer mehr Mitarbeiter und Pensionäre zusammen, um größere soziale Projekte zu realisieren.


### Special Olympics

So unterstützten Henkel-Mitarbeiter in Deutschland und den USA auch 2016 wieder die Special Olympics – die weltweit größte Sportbewegung für Menschen mit geistiger Behinderung und Mehrfachbehinderung.



In Deutschland halfen 50 Henkel-Mitarbeiter von verschiedenen Standorten bei den  **Special Olympics in Hannover**. Das integrative Motto „Gemeinsam stark“ zog sich spürbar durch die ganze Veranstaltung und zeigte sich in Umarmungen, euphorischen Jubelrufen und aufrichtiger gegenseitiger Anerkennung.

### Sonrise Ministries

Seit mehr als zwei Jahren ist Henkel-Mitarbeiterin Gabriele Haak freiwillige Helferin in den drei Waisenhäusern der Initiative  „Sonrise Ministries“ in Uganda. Mit Herzblut engagiert sie sich dort mehrmals im Jahr für elternlose Kinder. Das Preisgeld, das Gabriele Haak und ihr Kollege Roberto Pela beim MIT-Fotowettbewerb 2016 gewonnen haben, fließt in den Bau eines Brunnens, der die dauerhafte Versorgung des Sonrise Babies Home mit sauberem Trinkwasser sicherstellen soll.



Bei einem Besuch im Elendsviertel Masese in Jinja, Uganda, untersuchen die Kinder die Nase des Henkel-Mitarbeiters Roberto Pela. Das Foto ist eines der Gewinnerbilder des MIT-Fotowettbewerbs 2016.



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

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

### „Habitat for Humanity“ und „Welcome Home“

Im Jahr 2016 ging das Hausbauprojekt mit der Hilfsorganisation „Habitat for Humanity“ bereits in die dritte Runde. Während einer einwöchigen „Baureise“ im April halfen zum Beispiel Henkel-Mitarbeiter, in der rumänischen Stadt Ploiești ein neues Haus für hilfsbedürftige Familien zu bauen. Auch in mehreren Städten der kanadischen Provinz Ontario halfen im Oktober Henkel-Mitarbeiter beim Bau von Wohnhäusern. So erhielten neun Familien ein neues Zuhause.

Im Juni reiste zudem ein Team aus Henkel-Mitarbeitern aus dem Geschäftsfeld Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau nach Rumänien, um im Rahmen des 2016 ins Leben gerufenen Programms „Welcome Home“ beim Bau von Mehrfamilienhäusern für Bedürftige zu unterstützen. Die für das Projekt benötigte Spendensumme wurde zum Teil durch Spendenaktionen von Henkel-Mitarbeitern gesammelt. Außerdem leistete die Fritz Henkel Stiftung finanzielle Unterstützung; und der Klebstoffbereich für Konsumenten, Handwerk und Bau spendete Produkte für den Hausbau. Nach dem Pilotprojekt in Rumänien soll das „Welcome Home“-Programm innerhalb des Geschäftsfelds international ausgeweitet werden.



Henkel-Mitarbeiter aus Deutschland, Österreich und Rumänien arbeiteten Hand in Hand, um in der rumänischen Stadt Ploiești bedürftigen Familien ein Zuhause zu geben.

### Integration von Geflüchteten

Im Jahr 2016 haben wir angesichts aktueller Entwicklungen auch einen starken Fokus auf Flüchtlingshilfe gelegt. Im Ausbildungszentrum in Düsseldorf hat Henkel 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. Ziel ist, die Integration der Menschen, die eine hohe Bleibeperspektive haben, auf allen Ebenen zu fördern.



Henkel hat im Ausbildungszentrum in Düsseldorf ein umfangreiches Programm zur Integration von Geflüchteten gestartet. Angeboten werden zum Beispiel Praktika und Sprachkurse.

Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und  
Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

**Gesellschaftliches Engagement**

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

## Markenengagement

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

### Bau- und Bildungsprojekt in Brasilien

Zusammen mit Plan International und der Fritz Henkel Stiftung begann Henkel mit der Marke Pritt im Jahr 2015 mit einem Bau- und Bildungsprojekt in zwei Schulen im Nordosten Brasiliens. Das Projekt verfolgt das Ziel, den Kreislauf der Armut durch Verbesserung der Lernsituation zu durchbrechen. Neben Renovierungsarbeiten und Schulausstattung stehen auch begleitende Maßnahmen zur Verbesserung der Schulqualität – zum Beispiel durch Workshops für Schülerinnen und Schüler sowie ihre Eltern – auf dem Programm.



Ziel des Bau- und Bildungsprojekts in Brasilien ist es, Schülern ein Lernumfeld zu bieten, in dem sie sich wohl und sicher fühlen. Außerdem sollen sie ihre Rechte besser kennen, darunter das Recht auf Bildung und Schutz. Foto: Plan International / Sarah Gätke.

### „Million Chances“

2016 hat der Unternehmensbereich Beauty Care mit der Marke Schwarzkopf die Initiative → „Million Chances“ ins Leben gerufen. Gemeinsam mit internationalen und lokalen Wohltätigkeitsorganisationen wurden Projekte umgesetzt, die Mädchen und Frauen auf

der ganzen Welt dabei unterstützen, eine erfolgreiche Zukunft aufzubauen. Unter dem Dach von „Million Chances“ befindet sich nun auch „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 so eine Existenzgrundlage aufzubauen. So konnten durch das ehrenamtliche Engagement von fast 280 Friseuren und Mitarbeitern bereits über 1.500 Jugendliche in 26 Ländern ausgebildet werden.



Zinhle Evelyn Dlamini hat erfolgreich am Programm „Shaping Futures“ teilgenommen. Seitdem arbeitet sie als Assistentin der Salonleiterin im VXV Studio in Johannesburg, Südafrika.

### „NaturKinder“

Im Rahmen der Initiative „NaturKinder“ unterstützen das Marketing von Persil und der Rossmann Drogeriemärkte das Umweltbewusstsein von Kindern. Seit der Gründung im Jahr 2013 fördert die Initiative Projekte von Schulen, Kindergärten und gemeinnützigen Organisationen, die einen verantwortungsvollen Umgang mit der Natur vermitteln. Zur Freude von mehr als 3.000 Kindern konnten bisher 46 Projekte verwirklicht 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](#)

## Nothilfe

Henkel leistet bei Katastrophen und in Notsituationen weltweit unbürokratisch und schnell Soforthilfe über die Fritz Henkel Stiftung. Neben Sachspenden, wie Schulmaterial für Kinder aus bedürftigen Familien, hat die Fritz Henkel Stiftung für das Jahr 2016 ein Sonderbudget von 500.000 Euro für Flüchtlingsprojekte zur Verfügung gestellt.

Der Schwerpunkt des Engagements von Henkel liegt auf konkreter humanitärer Hilfe, um dort zu unterstützen, wo es am dringendsten ist: in den Flüchtlingseinrichtungen. Dazu arbeitet Henkel in Deutschland mit überregionalen Hilfsorganisationen wie Deutsches Rotes Kreuz, Caritas, Diakonie oder Arbeiterwohlfahrt zusammen. So stattete das Unternehmen Flüchtlingsunterkünfte in der Nähe der deutschen Henkel-Standorte zum Beispiel mit Wasch- und Reinigungsmitteln sowie Körperpflegeprodukten aus.



Das Unternehmen und zahlreiche Mitarbeiter helfen bei der Aufnahme und Integration von Geflüchteten. Hier: Vier Mitarbeiter in Düsseldorf bereiten Produktspenden für die Verteilung vor.

Um die Lebensumstände von geflüchteten Syrern im Libanon zu verbessern, unterstützt die Fritz Henkel Stiftung in Kooperation mit der Hilfsorganisation „Jesuit Refugee Service“ rund 800 geflüchtete Familien in den libanesischen Städten Beirut, Bekaa, Byblos und Mount Libanon. Durch den monatlichen Versand von Lebensmitteln und die Versorgung mit Winterbekleidung können die Grundbedürfnisse dieser geflüchteten Menschen im Libanon gesichert werden.



Da der Großteil der geflüchteten Kinder aus Syrien aufgrund der wenigen Schulplätze im Libanon nicht zur Schule gehen kann, werden durch die Fritz Henkel Stiftung und „Jesuit Refugee Service“ in ganz Libanon Bildungsprojekte für die Kinder angeboten. Unterrichtet werden Fächer wie Englisch, Französisch, Arabisch, Mathematik, Kunst und Friedenserziehung.

- 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

Der Dialog mit unseren Stakeholdern ist für uns eine zentrale Grundlage für die Identifikation von Trends und Risiken. Er hilft uns, unsere Nachhaltigkeitsstrategie und Berichterstattung kontinuierlich weiterzuentwickeln.



- Ziele des Dialogs
- Integrierter Dialog
- Dialog mit Politikern und Behörden
- Verbände und internationale Initiativen
- 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 verschiedener Interessengruppen an das Unternehmen zu verstehen. Daher fördern wir den Austausch mit allen Stakeholdern. Dazu 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 gezielteren und lösungsorientierteren 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 vielzähligen 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. Zahlreiche interne Plattformen dienen zur Rückkopplung der gewonnenen Erkenntnisse und der Meinungsbildung.

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 elementar wichtig für unsere Anspruchsgruppen identifiziert wurde, betrifft die gezielte Einflussnahme auf Verbraucher, um sie zu nachhaltigeren Lebensstilen und einem verantwortungsvolleren Umgang mit unseren Produkten zu bewegen. 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 mehr als 50.000 Mitarbeiter weltweit sind dazu angehalten, sich in ihrem Arbeitsumfeld zu engagieren und die Leitsätze des nachhaltigen Wirtschaftens in ihre Entscheidungen miteinzubeziehen. Für viele Mitarbeiter zählt dazu auch der regelmäßige Austausch mit Stakeholdern. Dazu diskutieren Experten unserer Standorte und Unternehmensbereiche mit den entsprechenden Anspruchsgruppen 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 2016 kamen Henkel-Mitarbeiter wieder mit Vertretern aus Politik, Wissenschaft und Forschung sowie Wirtschaft und Gesellschaft zusammen.

Beim diesjährigen OFW World Business Dialogue in Köln – eine internationale Veranstaltung, die Firmen, Referenten und Studenten zusammenbringt – stellte Henkel den **Fußabdruckrechner** vor. Der Rechner wurde in Zusammenarbeit mit dem **Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie** entwickelt und dient der Errechnung des persönlichen ökologischen Fußabdrucks. Er ist ein Beispiel dafür, wie Henkel umweltbewusstes Verhalten der Konsumenten beeinflussen kann. Experten von Henkel nutzten die Chance, um sich mit Stakeholdern auszutauschen – dabei hat sich gezeigt, dass sowohl großes Interesse an unserem Rechner als auch an Lösungen zur Verringerung des eigenen ökologischen Fußabdrucks besteht.

Mehrere Landesvertretungen in Europa und teilweise weltweit nutzten die **Europäische Nachhaltigkeitswoche** („European Sustainable Development Week“) als Anlass zum Austausch mit ihren Stakeholdern. Im Rahmen eines Gesprächsforums („The Future of CSR – Trends in the European Union and Latin America“) diskutierten Experten von Henkel Argentinien gemeinsam mit hochrangigen argentinischen Politikern, darunter Jorge Triaca, Minister für Arbeit, und Carolina Stanley, Ministerin für soziale Entwicklung, die Trends und Herausforderungen für die Europäische Union und Lateinamerika in Bezug auf nachhaltiges Wirtschaftswachstum.



Guillermo von Bergen (stehend rechts), Präsident Henkel Argentinien, beim Gesprächsforum „The Future of CSR – Trends in the European Union and Latin America“ mit hochrangigen argentinischen Politikern.

Anspruchsvolle Themen, wie etwa die Förderung von **nachhaltigem Palm- und Palmkernöl**, 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) in Mailand lag der Fokus auf „Geteilter Verantwortung“ und einem „Gemeinsamen Aktionsplan“. Henkel diskutierte 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.

- 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



Podiumsdiskussion während des BASF-Palmdialogs bei einer „in-cosmetics“-Veranstaltung in Paris: Dr. Tobias Zobel (BASF), Christine Schneider (Henkel). Foto: BASF/Xavier Granet.


Beim Deutschen Nachhaltigkeitstag, mit rund 2.000 Teilnehmern der meistbesuchte nationale Kongress zum Thema Nachhaltigkeit in Deutschland, nutzten Experten von Henkel die Gelegenheit, mit Stakeholdern über den Beitrag von Marken zur Nachhaltigkeit zu diskutieren. Für Henkel spielen Marken und Technologien die entscheidende Rolle, Nachhaltigkeit voranzubringen. Die Zusammenarbeit mit Partnern ist dabei sehr bedeutend, um Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette voranzutreiben; ebenso bindet Henkel seine Mitarbeiter aktiv in die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie ein.

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. Zu den Jurymitgliedern gehört auch Kathrin Menges, Personalvorstand und Vorsitzende des Sustainability Council von Henkel.



Steffi Götzel (rechts), verantwortlich für das Nachhaltigkeitsmanagement für Konsumentenklebstoffe bei Henkel, im Gespräch mit Christina Schulz vom Dualen System Deutschland (Der Grüne Punkt).

## 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  **Public Affairs Standard** gibt hierfür klare Verhaltensregeln vor. Über unsere Interessensfelder und den Umfang unserer politischen Arbeit informieren wir darüber hinaus offen, etwa im Rahmen unserer Eintragung in das Transparenz-Register der Europäischen Union.

Bereits zum zweiten Mal wurde Kathrin Menges, Personalvorstand und Vorsitzende des Sustainability Council, in den Rat für Nachhaltige Entwicklung berufen. Dieser wurde erstmals im April 2001 durch die damalige Bundesregierung unter Bundeskanzler Schröder




---

 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
 

---

berufen. Insgesamt gehören dem Rat 15 Personen des öffentlichen Lebens an. Zu den Aufgaben zählen die Entwicklung von Beiträgen für die Umsetzung der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie und die Benennung von konkreten Handlungsfeldern und Projekten. Außerdem verfolgt der Rat das Ziel, 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 einer Vielzahl von Initiativen auf nationaler und internationaler Ebene.

Dazu zählt nach wie vor die Mitarbeit in Arbeitsgruppen und Industrieverbänden wie dem [World Business Council for Sustainable Development \(WBCSD\)](#), dem [europäischen Waschmittelverband \(A.I.S.E.\)](#) sowie dem [Consumer Goods Forum \(CGF\)](#). Sowohl unsere Erfahrung als auch unsere führende Rolle beim Thema Nachhaltigkeit bieten uns die Möglichkeit, die Diskussion um Lösungskonzepte zu nachhaltigem Konsum entlang der Wertschöpfungskette mitzugestalten.

Als Mitglied des Verbands der [Chemischen Industrie \(VCI\)](#) engagiert sich Henkel außerdem in der Initiative Chemie<sup>3</sup>, die sich aus dem VCI, der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE) und dem Bundesarbeitgeberverband Chemie (BAVC) zusammensetzt. Ziel der Initiative ist es, Nachhaltigkeit in der Chemiebranche voranzutreiben.

Außerdem befinden wir uns kontinuierlich im Austausch mit verschiedenen Organisationen, zum Beispiel mit dem European Centre for Ecotoxicology and Toxicology of Chemicals (ECETOC), um Messmethoden für die Erfassung von Nachhaltigkeitsdaten zu verbessern und zu standardisieren. Darüber hinaus beteiligt sich Henkel an einem Pilotprojekt der EU, dem Product Environmental Footprint (PEF), in dem anhand von Fallstudien gemeinsam mit anderen Verbandsmitgliedern und Behördenvertretern Methoden und Risikobewertungen für die Ökobilanzierung erarbeitet werden.

Unter der Leitung des Handelspartners Walmart Zentralamerika hat sich Henkel Nordamerika gemeinsam mit 18 weiteren führenden Unternehmen zur Central American Sustainability Business Alliance zusammengeschlossen. Alle teilnehmenden Unternehmen haben sich verpflichtet, im Austausch mit Lieferanten, Mitarbeitern, Kunden und der Gesellschaft gemeinsam mehrere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Darunter fallen beispielsweise das Vorantreiben des sozialen Fortschritts sowie die Entwicklung von Produkten, die helfen, den Wasserverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen zu senken.



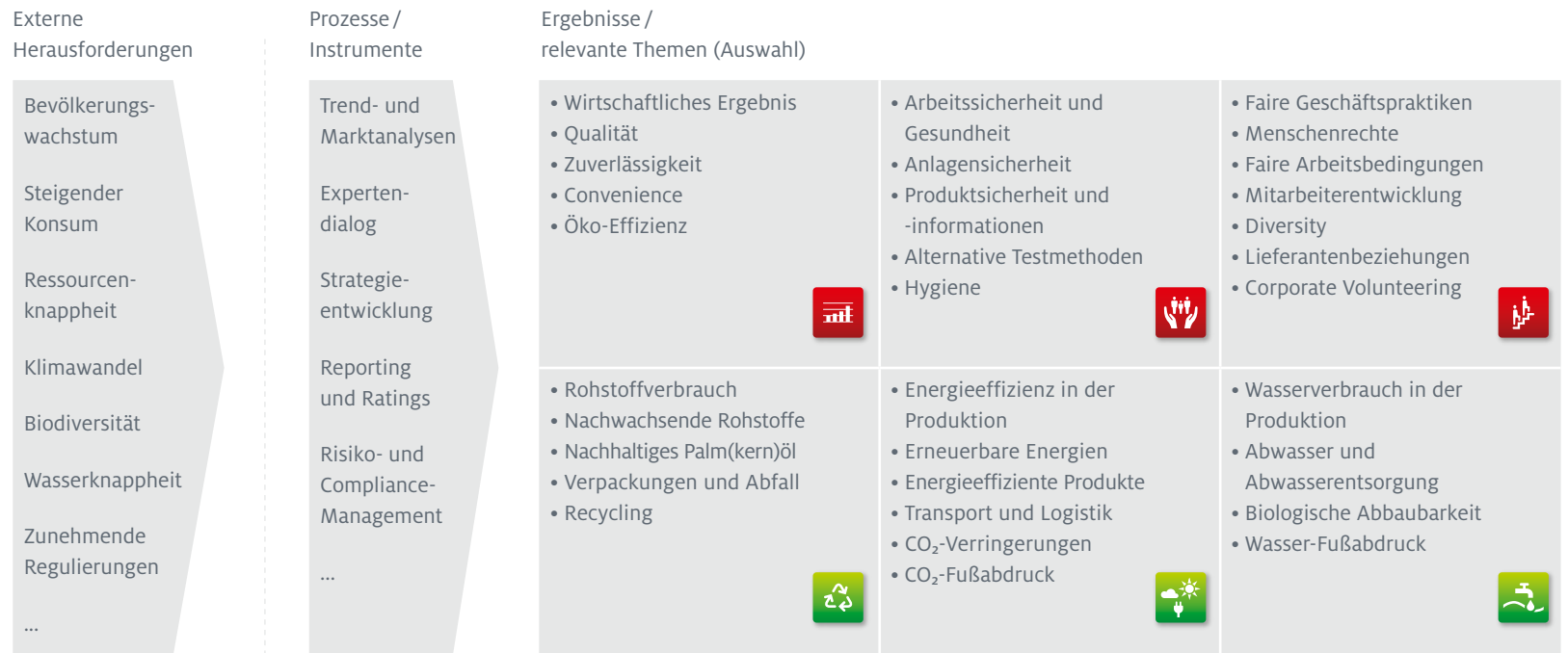
- Vorwort
- Henkel im Überblick
- Unsere Strategie
- Management
- Einkauf und Lieferantenmanagement
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog**
- Externe Bewertungen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

## 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, Analys-

ten 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

### Dow Jones Sustainability Indices



**Zürich / New York:** Im Jahr 2016 wurde Henkel erneut im Dow Jones Sustainability Index World gelistet, in den nur die besten 10 Prozent der insgesamt 2.500 weltweit größten Unternehmen kommen. 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 achtmal Branchenführer.

### FTSE4Good Ethical Index



**London:** Im Jahr 2016 ist Henkel zum 16. Mal in Folge im Ethik-Index FTSE4Good vertreten, den die Financial Times und die Londoner Börse im Jahr 2001 eingeführt haben.

### 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 Währungs-gemeinschaft (Euro) dar. ECPI S.r.l. gehört zur Gruppo Medio S.p.A. und hat die beiden Ethik-Indizes bereits im Jahr 1999 eingeführt.

### Global Challenges Index



**Hamburg:** Henkel wurde 2016 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.

### Ethibel Nachhaltigkeitsindizes und Investmentregister



**Paris:** Henkel ist 2016 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.

### MSCI World ESG Index und MSCI Europe ESG Index



**New York:** Henkel ist erneut in den Sustainability Indices MSCI World ESG und MSCI Europe ESG vertreten, die Unternehmen mit starkem Chancen- und Risikomanagement bezogen auf Umwelt, gesellschaftliche und Corporate-Governance-Themen aufnehmen.

### 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.

### STOXX ESG Leaders Indices



**Zürich:** Im Jahr 2016 hat STOXX Limited 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**

**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 2016 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:** Im Jahr 2016 wurde Henkel im Nachhaltigkeitsrating der Zürcher Kantonalbank (ZKB) erneut mit der Bestnote „AAA“ 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.

**Global 100 Most Sustainable Corporations in the World**

**Global 100 Most Sustainable Corporations in the World**

**Toronto:** Henkel erreichte den 15. Platz in der Liste der „2017 Global 100 Most Sustainable Corporations in the World“. Sie wird von der Medien- und Investmentberatung Corporate Knights bereitgestellt. Firmen, die im Global 100 Index aufgeführt werden, sind im Bereich Nachhaltigkeit in ihrer jeweiligen Branche führend.

**RobecoSAM Sustainability Yearbook 2017**



**Zürich:** Henkel hat den „Gold Class Award“ und „Industry Mover Award“ im Sustainability Yearbook 2017 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.

**World's Most Ethical Companies® Honoree 2016**

**World's Most Ethical Companies® Honoree 2016**

**New York:** Henkel wurde zum neunten Mal in Folge in die Liste der „World's Most Ethical Companies“ aufgenommen. Bewertet wird das Geschäftsverhalten der Unternehmen in den Kategorien Corporate Governance, Innovationen, Führungsstil, interne Management-Systeme, Reputationsmanagement und Corporate Citizenship.

## 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 2016 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



### Walmart zeichnete Henkel mit dem „Sustainability Supplier of the Year Award“ aus

**USA:** Walmart zeichnete Henkel für seine herausragende Partnerschaft und Führung im Bereich der Nachhaltigkeit 2016 mit dem „Supplier of the Year Award“ in den Bereichen Verbrauchsmaterialien sowie Gesundheit und Wellness aus. Ausschlaggebend für diese Auszeichnung waren die Leistungskennzahlen von Henkel in verschiedenen Bereichen: von der Verpackung und Rohstoffbeschaffung über das nachhaltige Verpackungsdesign und die recyclebaren Verpackungsmaterialien bis hin zur Etikettierung und den Prioritäten beim Chemikalienmanagement.



### Henkel gewann den „Surcar Global Environmental Footprint Impact Award“

**China:** Henkel ist der erste Preisträger des „Surcar International Award for Environmental Footprint“. Damit wurde das Unternehmen auf dem Gebiet der Abfallvermeidung und Abwasserbehandlung für seine Produktserie Bonderite 1800 zur Zirkoniumoxid-Vorbehandlung von Fahrzeugkarosserien ausgezeichnet. Der Preis ging an das Surface Technologies Team von Henkel in der Region Asien/Pazifik, zusammen mit dem Partner Qoros Auto Co. Verliehen wurde die Auszeichnung für ein gemeinsames Projekt der Lackiererei des Qoros-Werks in Changshu in der Nähe von Shanghai.



### „Green Label“-Zertifikat für Henkel Indien

**Indien:** Das Schuhdesign- und Schuhentwicklungsinstitut (Footwear Design and Development Institute, FDDI) zeichnete Henkel 2016 aufgrund seines Klebstoffangebots für die Schuhindustrie mit dem „Green Label“-Zertifikat aus. Hersteller erhalten das Zertifikat nach einer strengen Qualitätskontrolle, bei der die Verwendung von zertifiziertem Material, die umweltverträgliche Verarbeitung von Chemikalien sowie energie- und CO<sub>2</sub>-sparende Produktionsprozesse analysiert werden.



### Auszeichnung für Henkel Irland

**Irland:** Anfang Oktober 2016 wurde Henkel Irland gleich zweimal für sein Engagement im Bereich Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE) von der National Irish Safety Organization ausgezeichnet. Das irische Henkel-Team überzeugte die Jury durch die Umsetzung einer positiven und proaktiven Kultur des Sicherheitsmanagements sowie durch die kontinuierliche Weiterentwicklung im Bereich der Sicherheit.



# 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.  **Diese Kennzahlen** stehen gesammelt als Excel-Download auf unserer Webseite zur Verfügung.

## Umweltkennzahlen unserer Produktion

Die produktionsbezogenen Daten für 2016 haben wir in allen 171 Henkel-Werken in 57 Ländern ermittelt. Die Daten repräsentieren somit 100 Prozent unserer Produktion. 2011 waren es 95 Prozent; 2012 bis 2014 lag die Quote bei 99 Prozent und auch 2015 lag sie bei 100 Prozent. Die Daten 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 2016 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.

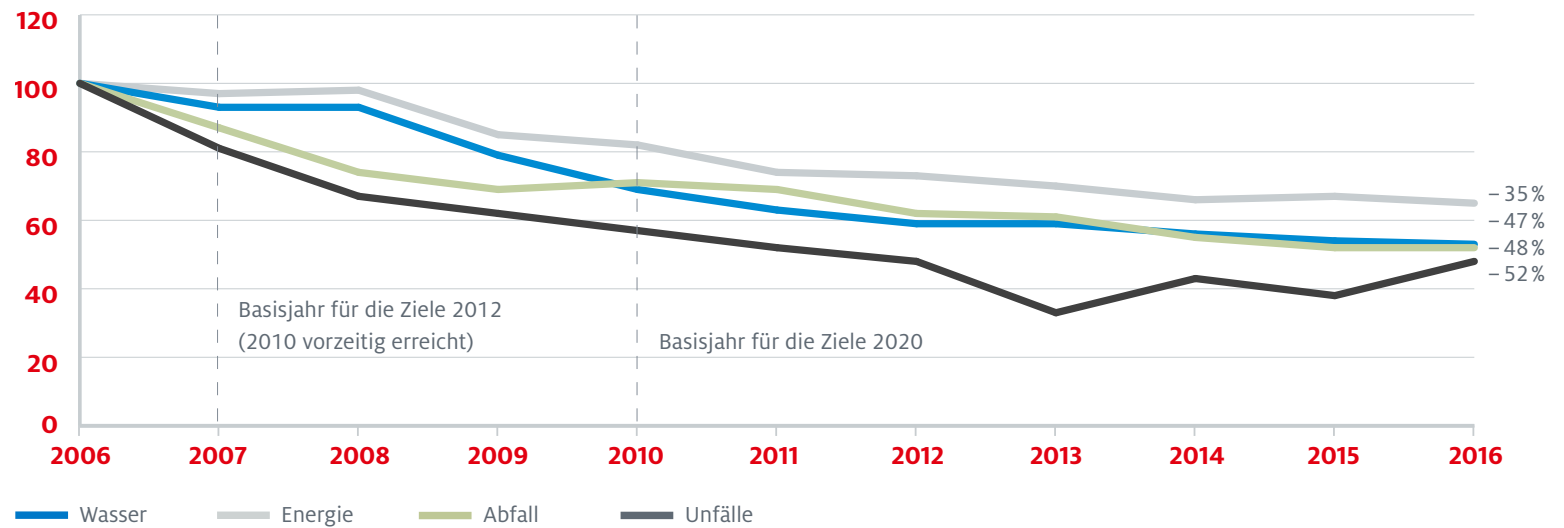
- Vorwort
- Henkel im Überblick
- Unsere Strategie
- Management
- Einkauf und Lieferantenmanagement
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen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

## Langfristige Entwicklung: Nachhaltigkeitsbilanz 2006 bis 2016

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 Produk-

tion 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 2006



- 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

	2015	2016
Umsatz in Mio Euro	18.089	<b>18.714</b>
Bereinigtes <sup>1</sup> betriebliches Ergebnis (EBIT) in Mio Euro	2.923	<b>3.172</b>
Bereinigte <sup>1</sup> Umsatzrendite (EBIT) in Prozent	16,2	<b>16,9</b>
Bereinigtes <sup>1</sup> Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) in Euro	4,88	<b>5,36</b>
Dividende je Stammaktie in Euro	1,45	<b>1,60<sup>2</sup></b>
Dividende je Vorzugsaktie in Euro	1,47	<b>1,62<sup>2</sup></b>

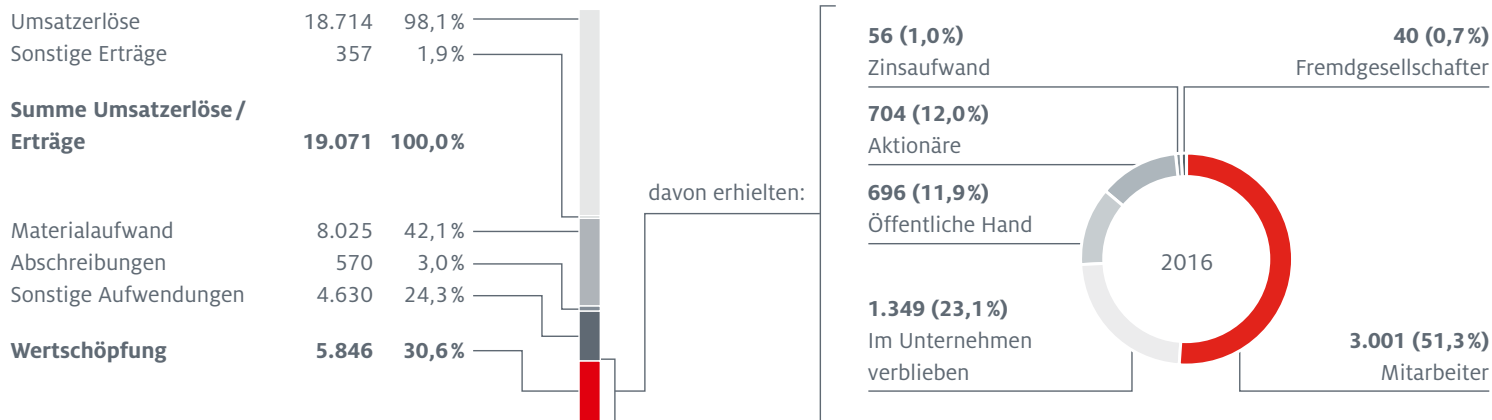
<sup>1</sup> Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.  
<sup>2</sup> Vorschlag an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 6. April 2017.

### Wertschöpfungsrechnung 2016

Die Wertschöpfungsrechnung zeigt, dass große Teile des erwirtschafteten Umsatzes in die globale Volkswirtschaft zurückgefließen sind: Der größte Teil der Wertschöpfung – 51,3 Prozent – ging an unsere Mitarbeiter in Form von Gehältern und Vorsorgeleistungen. Die

öffentliche Hand erhielt 11,9 Prozent in Form von Steuereinnahmen; die Darlehensgeber bekamen 1 Prozent durch Zinseinnahmen. 12 Prozent der Wertschöpfung haben wir als Dividende an die Aktionäre ausgeschüttet. Die im Unternehmen verbliebene Wertschöpfung steht für Investitionen in zukünftiges Wachstum zur Verfügung.

Angaben in Mio Euro



## Ökologische Kennzahlen









### Betrieblicher CO<sub>2</sub>-Fußabdruck

Die von Henkel emittierten CO<sub>2</sub>-Emissionen entstehen hauptsächlich durch Energieerzeugung und -verbrauch. Andere CO<sub>2</sub>-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<sub>2</sub> / CO<sub>2</sub>-Äquivalente

	 1. Rohstoffe	 2. Produktion	 3. Logistik	 4. Industrie und Handel	 5. Verbraucher	 6. Entsorgung	
<b>Direkte CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 1)</b>		Energieverbrauch unserer Produktionsstandorte: 350					<b>350 (1%)</b>
<b>Indirekte CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 2)</b>		Fremdbezogene Energie (Strom, Dampf): 347					<b>347 (1%)</b>
<b>Indirekte Emissionen in CO<sub>2</sub>-Äquivalenten (Scope 3)</b>	Chemikalien: 10.232 Verpackung: 1.267 Rohstofftransport: 222	Produktionsabfälle: 12 Geschäftsreisen: 65	Transport unserer Produkte: 626 <sup>1</sup>		Anwendung unserer Produkte: 30.394	Entsorgung unserer Produkte: 1.243	<b>44.061 (98%)</b>
	<b>11.721 (26%)</b>	<b>774 (2%)</b>	<b>626 (1%)</b>		<b>30.394 (68%)</b>	<b>1.243 (3%)</b>	

**Gesamt: Rund 44.758 Tausend Tonnen CO<sub>2</sub> / CO<sub>2</sub>-Äquivalente**

<sup>1</sup>Der Rückgang der Emissionen im Vergleich zum Vorjahr basiert im Wesentlichen auf der Anwendung einer verbesserten Bewertungsmethode.

- 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 &amp; 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 2012.

**Produktionsmengen**

Angaben in Tausend Tonnen	2012	2013	2014	2015	2016
Produktionsmengen	7.574	7.690	7.867	7.940	<b>8.456</b>
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016</b>					<b>+ 12%</b>

Bedingt durch eine verbesserte wirtschaftliche Lage und weltweit steigende Nachfrage stieg unsere Produktionsmenge seit 2012 jährlich an. Der Anstieg umfasst anteilig die Jahresproduktion unserer Akquisitionen.

**Energieverbrauch**

Angaben in Tausend Megawattstunden	2012	2013	2014	2015	2016
Fremdbezogene Energie	664	648	650	667	<b>727</b>
Kohle	112	114	96	127	<b>126</b>
Heizöl	141	123	113	119	<b>119</b>
Gas	1.428	1.406	1.360	1.375	<b>1.369</b>
Summe	2.345	2.291	2.219	2.288	<b>2.341</b>
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016</b>					<b>- 11%</b>

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

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

**Kohlendioxid-Emissionen**

Angaben in Tausend Tonnen	2012	2013	2014	2015	2016
Eigene Kohlendioxid-Emissionen	362	353	335	349	<b>350</b>
Kohlendioxid-Emissionen aus fremdbezogener Energie	320	309	314	318	<b>347</b>
Summe	682	662	649	667	<b>697</b>
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016</b>					<b>- 8%</b>

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

**Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen**

Angaben in Tonnen	2012	2013	2014	2015	2016
Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen	336	308*	289* <sup>1</sup>	312* <sup>1</sup>	<b>331</b>
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016</b>					<b>- 12%</b>

<sup>1</sup> Durch den Abgleich mit Einkaufsdaten und durch die gezielte Nachfrage an Standorten haben wir Fehler identifiziert und bereinigt.

**Wasserverbrauch und Abwassermenge**

Angaben in Tausend Kubikmetern	2012	2013	2014	2015	2016
Wasserverbrauch	7.502	7.642	7.438	7.190	<b>7.658</b>
Abwassermenge	3.177	3.084	3.004	2.990	<b>2.912</b>
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016</b>					<b>- 9%</b>
					<b>- 18%</b>

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

- 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	2012	2013	2014	2015	2016
CSB-Emissionen in das Abwasser	6.031	5.746	6.362* <sup>1</sup>	6.500	<b>6.716</b>
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016</b>					<b>0%</b>

<sup>1</sup> Durch den Abgleich mit Einkaufsdaten und durch die gezielte Nachfrage an Standorten haben wir Fehler identifiziert und bereinigt.  
Chemischer Sauerstoffbedarf (CSB): Maß für die Belastung von Abwässern mit organischen Stoffen.

### Schwermetall-Emissionen im Abwasser

Angaben in Kilogramm	2012* <sup>1</sup>	2013* <sup>1</sup>	2014* <sup>1</sup>	2015* <sup>1</sup>	2016
Zink	445	397	445	461	<b>415</b>
Blei, Chrom, Kupfer, Nickel	309	270	200	294	<b>262</b>
Summe	754	667	645	755	<b>677</b>
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016</b>					<b>-20%</b>

<sup>1</sup> Durch den Abgleich mit Einkaufsdaten und durch die gezielte Nachfrage an Standorten haben wir Fehler identifiziert und bereinigt.  
Besonders bedenkliche Schwermetalle wie Quecksilber und Cadmium sind in unserer Produktion nicht relevant.

### Abfälle zur Wiederverwertung und Beseitigung

Angaben in Tausend Tonnen	2012	2013	2014	2015	2016
Abfall zur Wiederverwertung* <sup>1</sup>	71	62	53	59	<b>68</b>
Gefährlicher Abfall zur Beseitigung	16	18	17	15* <sup>1</sup>	<b>13</b>
Abfall zur Beseitigung* <sup>1</sup>	40	48	48	38	<b>39</b>
Summe* <sup>1</sup>	127	128	118	112	<b>120</b>
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016<sup>1</sup></b>					<b>-15%</b>

Bau- und Abbruchabfälle

2012	2013	2014	2015	2016
14	30	21	33	<b>69<sup>2</sup></b>

<sup>1</sup> 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.  
<sup>2</sup> Der Anstieg im Jahr 2016 resultiert aus umfassenden Infrastrukturprojekten. Siehe Seite 40.

### Staub-Emissionen

Angaben in Tonnen	2012* <sup>1</sup>	2013* <sup>1</sup>	2014* <sup>1</sup>	2015* <sup>1</sup>	2016
Staub-Emissionen	312	367	382	303	<b>277</b>
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016</b>					<b>-20%</b>

<sup>1</sup> Identifizierte Fehler haben wir korrigiert.  
Die Werte schließen Aerosole mit ein, da diese messtechnisch von Staub nur schwer zu unterscheiden sind.

### Schwefeldioxid-Emissionen

Angaben in Tonnen	2012* <sup>1</sup>	2013* <sup>1</sup>	2014* <sup>1</sup>	2015	2016
Schwefeldioxid-Emissionen	148	183	143	109	<b>121</b>
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016</b>					<b>-27%</b>

<sup>1</sup> Identifizierte Fehler haben wir korrigiert.

### Stickoxid-Emissionen

Angaben in Tonnen	2012* <sup>1</sup>	2013* <sup>1</sup>	2014* <sup>1</sup>	2015	2016
Stickoxid-Emissionen	412	404	379	378	<b>329</b>
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016</b>					<b>-28%</b>

<sup>1</sup> Identifizierte Fehler haben wir korrigiert.

### Verbrauch von Chlorkohlenwasserstoffen

Angaben in Tonnen	2012	2013	2014	2015	2016
Verbrauch von Chlorkohlenwasserstoffen	1.677	1.358	1.319	1.204	<b>1.155</b>
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016</b>					<b>-38%</b>

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.

## Mitarbeiter-Kennzahlen



### Mitarbeiter (am 31.12.)

	2012	2013	2014	2015	2016
Vorwort					
Henkel weltweit <sup>1</sup>	46.600	46.850	49.750	49.450	<b>51.350</b>
Mitarbeiterstruktur					
– Tarifmitarbeiter	79,4%	78,7%	79,0%	77,5%	<b>76,9%</b>
– Führungskräfte	19,0%	19,8%	19,5%	21,0%	<b>21,7%</b>
– Top-Führungskräfte <sup>2</sup>	1,6%	1,5%	1,5%	1,5%	<b>1,4%</b>
Mitarbeiterfluktuation weltweit <sup>3</sup>	5,8%	4,4%	4,3%	4,5%	<b>6,3%</b>

<sup>1</sup> Stammpersonal ohne Auszubildende. Werte sind gerundet.

<sup>2</sup> Corporate Senior Vice Presidents, Führungskreise I und IIa.

<sup>3</sup> Mitarbeiterkündigungen.

Die Zahl der Mitarbeiter lag Ende 2016 mit 51.350 Beschäftigten über der Vorjahreszahl. Der Zuwachs ergibt sich maßgeblich aus den Akquisitionen in unserem Unternehmensbereich Laundry & Home Care.

### Alter und Betriebszugehörigkeit (am 31.12.)

	2012	2013	2014	2015	2016
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in Jahren	10,4	10,3	10,2	10,3	<b>10,3</b>
Durchschnittsalter der Mitarbeiter in Jahren	39,6	39,6	39,7	39,9	<b>40,3</b>
Altersstruktur					
16 – 29	17,6%	17,8%	18,4%	18,0%	<b>17,3%</b>
30 – 39	34,5%	34,4%	33,8%	33,4%	<b>33,0%</b>
40 – 49	29,6%	29,1%	28,2%	28,1%	<b>27,9%</b>
50 – 65	18,3%	18,7%	19,5%	20,5%	<b>21,8%</b>

Die Altersstruktur bei Henkel spiegelt die Vielfalt unserer Kunden und Märkte wider und ermöglicht es uns, den unterschiedlichen Konsumenten- und Marktbedürfnissen gerecht zu werden.

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

### Nationalitäten (am 31.12.)

	2012	2013	2014	2015	2016
Henkel	123	123	124	123*	<b>123</b>
Führungskräfte	85	88	93	87*	<b>90</b>
Am Hauptsitz Düsseldorf	55	56	62	64	<b>64</b>

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.)

	2012	2013	2014	2015	2016
Henkel	32,6%	32,9%	33,2%	33,6%	<b>33,1%</b>
Führungskräfte	30,5%	31,6%	32,5% <sup>1</sup>	33,1%	<b>34,3%</b>
Top-Führungskräfte <sup>2</sup>	18,6%	19,8%	20,6%	21,1%	<b>22,5%</b>

<sup>1</sup> Ohne Akquisitionen im Jahr 2014.

<sup>2</sup> 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.)

	2013	2014	2015	2016
Teilzeitquote global	3%	3%	3%	<b>3%</b>
Westeuropa (inklusive Deutschland)	8%	8%	9%	<b>9%</b>
Deutschland	10%	11%	11%	<b>11%</b>

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

	2012	2013	2014	2015	2016
Interne Beförderungen (Führungskräfte)	1.101	1.199	1.154	1.309	<b>1.181</b>
Internationale Job-Rotationen	503	581	666	658	<b>428</b>
Auszubildende (Deutschland)	489	487	484	508	<b>488</b>
Durchschnittliche Fortbildung in Tagen <sup>1</sup>	2	2	1,5	2,1	<b>1,6</b>

<sup>1</sup> 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.)

	2012	2013	2014	2015	2016
Anteil weltweit	44%	44%	44%	52%	<b>49%</b>
Anteil Europäische Union (EU)	79%	79%	79%	78%	<b>73%</b>

Der intensive formelle und informelle Dialog mit Mitarbeitervertretungen – auch in Ländern, in denen keine betrieblichen Vertretungen etabliert sind – hat bei Henkel Tradition.

### Mitarbeiteraktienprogramm (am 31.12.)

	2012	2013	2014	2015	2016
Beteiligungquote	28,4%	31,9%	30,1%	29,7%	<b>30,7%</b>

Rund 11.500 Mitarbeiter in 53 Ländern kauften 2016 im Rahmen des Programms Henkel-Vorzugsaktien. Insgesamt hielten rund 14.800 Mitarbeiter zum Jahresende rund 2,5 Mio Stück und damit rund 1,4 Prozent der Vorzugsaktien. Die Haltefrist für neu erworbene Aktien beträgt drei Jahre.

## Gesellschaftliche Kennzahlen



### Gesellschaftliches Engagement

	2012	2013	2014	2015	2016
Gesamtzahl der geförderten Projekte	2.339	2.422	2.265	3.431	<b>2.051</b>
Zahl der erreichten Menschen	1.046.321	1.147.483	1.358.108	1.506.525	<b>1.223.598</b>
Freistellungen von Mitarbeitern von der Arbeit für von ihnen initiierte Projekte in Tagen	131	51	284	121	<b>335</b>
Gesamtsumme Spenden in Tausend Euro (Geld- und Produktspenden ohne Freistellung von Mitarbeitern)	7.302	7.937	8.238	8.316	<b>7.814</b>
Zahl der erreichten Schulkinder durch unsere Nachhaltigkeitsbotschafter	444	19.428	20.634	24.406	<b>19.147</b>

Die Zahl der geförderten Projekte liegt unter dem Vorjahresniveau. Die Mitarbeiterprojekte ließen 2016 deutlich mehr Freistellungen als im Vorjahr zu. Dies ist auf das besondere Engagement der Mitarbeiter im Rahmen von Team-Volunteering-Projekten zurückzuführen. Grundsätzlich können Mitarbeiter im Rahmen des Mitarbeiterengagements bis zu fünf Tage Freistellung im Jahr beantragen. Die Gesamtsumme der Spenden liegt unter dem Vorjahresniveau.

- 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

### Förderprojekte, aufgeteilt nach den Entwicklungszielen der Vereinten Nationen

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>MDG 1: Bekämpfung von extremer Armut und Hunger</b> (deckt Aspekte des SDG 1 ab: Keine Armut + SDG 2: Keine Hungersnot)	30%	11%	13%	12%	10%	11%
<b>MDG 2: Primärschulbildung für alle</b> (deckt Aspekte des SDG 4 ab: Hochwertige Bildung)	23%	39%	39%	42%	43%	44%
<b>MDG 3: Gleichstellung der Geschlechter</b> (deckt Aspekte des SDG 5 ab: Gleichstellung der Geschlechter + SDG 10: Verringerung von Ungleichheiten)	2%	5%	4%	5%	3%	3%
<b>MDG 4: Senkung der Kindersterblichkeit</b> (deckt Aspekte des SDG 3 ab: Gesundheit und Wohlbefinden + SDG 6: Sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen)	14%	8%	8%	7%	5%	1%
<b>MDG 5: Verbesserung der Gesundheitsversorgung von Müttern</b> (deckt Aspekte des SDG 3 ab: Gesundheit und Wohlbefinden + SDG 6: Sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen)	1%	3%	3%	3%	3%	3%
<b>MDG 6: Bekämpfung von HIV/Aids, Malaria und anderen Krankheiten</b> (deckt Aspekte des SDG 3 ab: Gesundheit und Wohlbefinden + SDG 6: Sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen)	20%	3%	3%	3%	3%	4%
<b>MDG 7: Ökologische Nachhaltigkeit (Umweltschutz)</b> (deckt Aspekte des SDG 7 ab: Bezahlbare und saubere Energie + SDG 11: Nachhaltige Städte und Gemeinden + SDG 12: Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster + SDG 13: Klimaschutz + SDG 14: Schutz des Lebens unter dem Wasser + SDG 15: Leben an Land)	9%	15%	15%	15%	15%	4%
<b>MDG 8: Aufbau einer globalen Partnerschaft für Entwicklung</b> (deckt Aspekte des SDG 8 ab: Gute Arbeitsplätze und wirtschaftliches Wachstum + SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur + SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen + SDG 17: Partnerschaften, um die Ziele zu erreichen)	1%	16%	15%	13%	18%	31%

Seit 2011 berichten wir über den Anteil der gesellschaftlichen Projekte, mit denen Henkel die einzelnen „Millennium Development Goals“ (MDG) im Rahmen unseres Engagements für den Global Compact der Vereinten Nationen unterstützt. Die   **Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDG)** wurden im September 2015 verabschiedet und ersetzen die MDGs. Wir haben unsere Übersicht angepasst, um die neuen Ziele darzustellen und gleichzeitig Transparenz über den Fortschritt im Zeitablauf durch Betrachtung der bisherigen Ziele zu gewährleisten. Die SDGs haben keinen Einfluss auf die Auswahl der Projekte im Rahmen des Mitarbeiterengagements, dennoch unterstützen viele unserer Corporate-Citizenship-Aktivitäten die SDGs unmittelbar.

## Arbeitsicherheit



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 der Tabelle zeigt die Entwicklung der Arbeitsunfälle in Bezug zu den Arbeitsstunden (pro eine Million Arbeitsstunden).

99 Prozent der Henkel-Mitarbeiter wurden erfasst.

Basis (= 100 Prozent) für den Index ist das Jahr 2012.

### Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden

Mindestens ein Ausfalltag (ohne Wegeunfälle)	2012	2013	2014	2015	2016
Henkel-Mitarbeiter	1,0	0,7	0,9	0,8	1,0
Mitarbeiter von externen Firmen, die an Henkel-Standorten tätig sind und im direkten Auftragsverhältnis stehen	0,8	0,5	0,8	0,9	0,9
<b>Index: Veränderung 2012 bis 2016</b>					
				Henkel-Mitarbeiter	0%
				Mitarbeiter von externen Firmen	+13%

### Schwere Arbeitsunfälle

Mehr als 50 Tage Ausfallzeit	2012	2013	2014	2015	2016
Bei produktionsstypischer Tätigkeit	7	8	12	13	13
Bei der Fortbewegung, zum Beispiel Stolpern	6	5	5	4	7

- 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
<b>2016</b>	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.  <b>Aktueller Status:</b> Untersuchung der Brandursache, um entsprechende Korrekturmaßnahmen einzuleiten.	2016 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
<b>2015</b>	2015 gab es bei Henkel keine Betriebsstörungen.	2015 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
<b>2014</b>	2014 gab es bei Henkel keine Betriebsstörungen.	2014 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
<b>2013</b>	2013 gab es bei Henkel keine Betriebsstörungen.	2013 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
<b>2012</b>	2012 gab es bei Henkel keine Betriebsstörungen.	Das britische Umweltministerium hat Henkel 2012 aufgrund der verspäteten Einreichung der Emissionsdaten für das Jahr 2010/2011 unter dem Carbon Reduction Commitment Energy Efficiency Scheme (CRC) zu einer Strafzahlung in Höhe von 120.000 Euro verpflichtet. Aufgrund von Restrukturierungen hatte Henkel die geforderten Emissionsdaten nicht pünktlich geliefert.  <b>Maßnahmen:</b> Die vollständigen Daten übermittelte Henkel kurz nach der Abgabefrist an das CRC.



Vorwort

Henkel im Überblick

Unsere Strategie

Management

Einkauf und  
Lieferantenmanagement

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

**Referenz- und Berichtsrahmen**

## Referenz- und Berichtsrahmen

### GRI-Index

Unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung orientiert sich an den Leitlinien „G4“ der „Global Reporting Initiative“ (GRI). Henkel berichtet transparent alle Angaben und Daten, die zur Steuerung relevant sind für den Konzern und die erfasst werden. Unser [→ GRI-Index](#) verweist auf die erforderlichen Informationen in unserem Geschäftsbericht und in unserem Nachhaltigkeitsbericht sowie auf relevante Daten für alle Indikatoren, die durch die Angaben in unseren Berichten nicht vollständig abgedeckt sind, beziehungsweise auf Angaben, dass es sich bei diesen Lücken um „Auslassungen“ handelt.

### 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 SDG) 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 &amp; 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 26 Jahren jährlich und bildet gemeinsam mit unserem Geschäftsbericht eine integrierte Unternehmensberichterstattung.

Der Nachhaltigkeitsbericht fasst die wesentlichen ökologischen sowie gesellschaftlichen und sozialen Entwicklungen im Geschäftsjahr 2016 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 &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

**Referenz- und Berichtsrahmen**

## Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung

An die Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf

Wir haben auftragsgemäß eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit hinsichtlich folgender ausgewählter Angaben bezüglich Wesentlichkeitsanalyse und Stakeholder-Dialog, Management-Ansätze 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) sowie den Kennzahlen zu diesen Fokusfeldern, CO<sub>2</sub>-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette und ausgewählter Fallstudien zur Vermeidung von CO<sub>2</sub>-Emissionen, veröffentlicht im Henkel Nachhaltigkeitsbericht (im Folgenden „Bericht“), für das Geschäftsjahr 2016 der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf (im Folgenden „Henkel“), durchgeführt.

Ausgewählte Angaben im Umfang unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung sind im → **GRI-Index** im Anhang des Nachhaltigkeitsberichts 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<sub>2</sub>-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. Zum anderen umfasst die Verantwortung die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung von Systemen und Prozessen, um die Aufstellung einer Nachhaltigkeitsberichterstattung zu ermöglichen, die 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 &amp; Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

**Referenz- und Berichtsrahmen**

## Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Bei der Durchführung des Auftrags haben wir die Anforderungen an die Unabhängigkeit sowie die weiteren berufsrechtlichen Vorschriften des IESBA Code of Ethics for Professional Accountants, der auf den fundamentalen Grundsätzen der Integrität, Objektivität, beruflichen Kompetenz und angemessenen Sorgfalt, Verschwiegenheit sowie berufswürdigen Verhaltens basiert, eingehalten.

Das Qualitätssicherungssystem der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft basiert auf dem vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) herausgegebenen International Standard on Quality Control 1 „Quality Control for Audit, Assurance and Related Service Practices“ (ISQC 1) sowie ergänzend auf den nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen, insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie der Gemeinsamen Stellungnahme der WPK und des IDW: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (VO 1/2006).

### Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise eine Beurteilung bezüglich der im GRI-Index mit „√“ gekennzeichneten Angaben abzugeben.

### Art und Umfang der betriebswirtschaftlichen Prüfung

Wir haben unseren Auftrag 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)“, durchgeführt. Danach haben wir den Auftrag so zu planen und durchzuführen, dass bei kritischer Würdigung mit einer begrenzten Sicherheit ausgeschlossen werden kann, dass die oben genannten Angaben in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind. Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Prüfungssicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Prüfungssicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine geringere Prüfungssicherheit gewonnen wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Dies beinhaltet die Beurteilung von Risiken wesentlicher falscher Angaben der geprüften Informationen unter Einbezug der Berichtskriterien.

Im Rahmen unseres Auftrags haben wir unter anderem folgende 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 von Henkel in der Berichtsperiode.
- Einschätzung der Konzeption und der Implementierung von Systemen und Prozessen für die Ermittlung, Verarbeitung und Kontrolle der im Prüfungsumfang enthaltenen Angaben und Kennzahlen zur



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**

Nachhaltigkeitsleistung, einschließlich der Konsolidierung der Daten.

- Befragungen von Mitarbeitern auf Konzernebene, die für die Ermittlung und Konsolidierung sowie die Durchführung der internen Kontrollhandlungen bezüglich der Daten verantwortlich sind, einschließlich der Erläuterungen zu den Berichtsdaten.
- Beurteilung interner und externer Dokumente, um zu bestimmen, ob qualitative und quantitative Informationen durch ausreichende Nachweise hinterlegt sind.
- Besichtigung der Produktionsstandorte Heidelberg und Wassertrüdingen (beide Deutschland) und Montornés (Spanien) zur Beurteilung der lokalen Datenerhebungs- und Berichterstattungsprozesse sowie der Verlässlichkeit der gemeldeten Daten.
- Abgleich der Angaben und Kennzahlen mit den entsprechenden Informationen im geprüften Konzernabschluss und Konzernlagebericht des Geschäftsjahres 2016, auf die im GRI-Index verwiesen wird.
- Beurteilung der Eignung der unternehmensintern definierten Kriterien zur Ermittlung der Vermeidung von CO<sub>2</sub>-Emissionen.
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der ausgewählten Angaben und Kennzahlen zur Nachhaltigkeitsleistung, die in unseren Auftragsumfang fallen.

### Urteil

Auf Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die im Prüfungsumfang enthaltenen Angaben für das Geschäftsjahr 2016, veröffentlicht im Bericht und gekennzeichnet mit einem „√“ im

→ **GRI-Index** in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind.

### Empfehlung

Ohne unser oben beschriebenes Ergebnis einzuschränken, empfehlen wir die Methoden und Prozesse zur Ermittlung der Kennzahlen zu Abwasser und zu Emissionen in Wasser und Luft weiterzuentwickeln.

### Verwendungszweck der Bescheinigung

Wir erstellen diese Bescheinigung auf Grundlage des mit Henkel geschlossenen Auftrags. Die betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit wurde für Zwecke von Henkel durchgeführt und die Bescheinigung ist nur zur Information für Henkel über das Ergebnis der betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit bestimmt.

### Begrenzung der Haftung

Die Bescheinigung ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-) Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein Henkel gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

Düsseldorf, den 21. Februar 2017

KPMG AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Simone Fischer  
Wirtschaftsprüferin

ppa. Christian Hell

## Kontakte

### Corporate Communications

Telefon: +49 (0) 211 / 797-35 33

Fax: +49 (0) 211 / 798-40 40

E-Mail: [corporate.communications@henkel.com](mailto: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](mailto:sustainability@henkel.com)

## Impressum

### Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf

© 2017 Henkel AG & Co. KGaA

### Redaktion und Koordination

Sustainability Management:

Uwe Bergmann, Stefanie Fella, Ulla Hüppe, Mareike

Klein, Brandi Schuster, Matt Shoemith

Corporate Publications: Yvonne Gottschlich,

Wolfgang Zengerling

### Design und Satz

MPM Corporate Communication Solutions, Mainz

### Lektorat

Thomas Krause, Krefeld

### Veröffentlichungsdatum dieses Berichts:

23. Februar 2017

PR-Nr.: 02 17 0

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.

## Weitere Publikationen

Auf unserer Webseite bieten wir alle seit 1992 veröffentlichten Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichte zum Download an. Außerdem finden sich dort unsere Geschäftsberichte, Quartalsfinanzberichte, Unternehmenszweck, Vision, Mission und Werte, Code of Conduct, Code of Corporate Sustainability, Leadership Principles, SHE Standards, Public Affairs Standard, Social Standards und unser Corporate-Citizenship-Magazin „Miteinander“.

[www.henkel.de/publikationen](http://www.henkel.de/publikationen)



[www.henkel.de/nachhaltigkeit](http://www.henkel.de/nachhaltigkeit)



[www.henkel.de/geschaeftsbericht](http://www.henkel.de/geschaeftsbericht)



**Henkel App verfügbar für iOS und Android:**



**Henkel auf Social Media:**



[www.facebook.com/henkeldeutschland](http://www.facebook.com/henkeldeutschland)  
[www.twitter.com/henkel\\_de](http://www.twitter.com/henkel_de)  
[www.linkedin.com/company/henkel\\_2](http://www.linkedin.com/company/henkel_2)  
[www.instagram.com/henkelglobal/](http://www.instagram.com/henkelglobal/)  
[www.youtube.com/henkel](http://www.youtube.com/henkel)