



**Henkel**

*A Brand like a friend*

# Nachhaltigkeitsbilanz

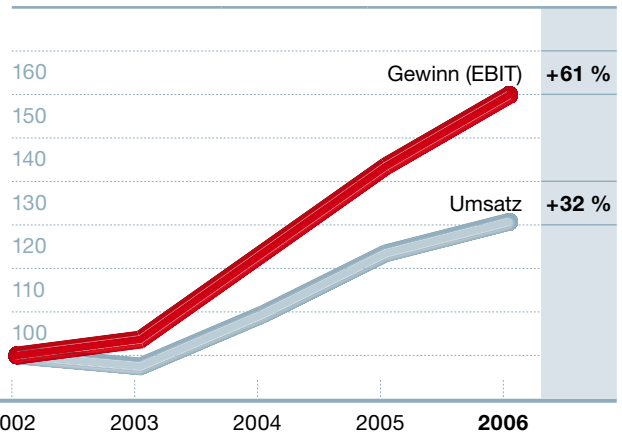
## Nachhaltigkeitsbilanz 2002 bis 2006

Umweltkennzahlen pro Tonne Produktionsmenge\*

Arbeitsunfälle	-72 %	↘
Schwermetalle	-59 %	↘
Abfälle	-30 %	↘
Energie	-27 %	↘
Schwefeldioxid	-26 %	↘
Kohlendioxid	-21 %	↘
Abwasserbelastung	-18 %	↘
Wasser	-8 %	↘
Flüchtige organische Verbindungen	14 %	↗

## Geschäftsentwicklung 2002 bis 2006

Angaben in Prozent, Index: 2002



\* Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden

<b>Vorwort</b>	1
<b>Henkel kurz gefasst</b>	2
Umsatz 2006	2
Wertschöpfungsrechnung 2006	3
<b>Werte und Management</b>	4
Lieferanten und Vertragspartner	7
Dialog	8
<b>Nachhaltige Produkte und Ressourceneffizienz</b>	12
Rohstoffe	16
Marken und Technologien	18
Produktion und Logistik	26
Umweltkennzahlen der Produktionsstandorte	32

<b>Mitarbeiter und Arbeitsplätze</b>	34
Mitarbeiter weltweit	35
Mitarbeiter nach Regionen	35
Führungskräfte	35
Arbeitssicherheit und Gesundheit	39
Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden	39
Schwere Arbeitsunfälle	39
<b>Gesellschaftliches Engagement</b>	41
Soziale Projekte „Miteinander im Team“ (MIT)	42
<b>Externe Bewertungen</b>	46
<b>Kontakte und Impressum</b>	47



### Weiterführende Informationen im Internet

Unser Internetauftritt [www.sd.henkel.de](http://www.sd.henkel.de) bietet vertiefende Informationen und zusätzlich aktuelle Nachrichten sowie alle seit 1992 veröffentlichten Berichte als Download. Ein GRI-Index verweist auf die Berichtsthemen und Indikatoren der Global

Reporting Initiative (GRI) im aktuellen Nachhaltigkeits- und Geschäftsbericht sowie im Internet. Auch die ausführlichen Statements der im Bericht zitierten Experten sind im Internet veröffentlicht. An vielen Stellen des vorliegenden Berichts weist das Symbol auf vertiefende Informationen im Internet hin.

# Gemeinsam nachhaltig handeln



Prof. Dr. Ulrich Lehner (links) und Dr. Wolfgang Gawrisch

Die Befriedigung der Bedürfnisse einer weiter wachsenden Weltbevölkerung sowie die Verfügbarkeit von Wasser, Energie und anderen Ressourcen werden in der Staatengemeinschaft verstärkt diskutiert. Und durch die stark gestiegenen Energie- und Rohstoffpreise erfahren wir derzeit unmittelbar, welche Brisanz weltweit in dem Themenkomplex Ressourcen steckt.

Eine nachhaltige Entwicklung ist somit eine globale Herausforderung. Gleichzeitig kann sie aber nur erreicht werden, wenn jeder Einzelne auch auf lokaler Ebene nachhaltig und gesellschaftlich verantwortlich handelt. Das gilt natürlich auch für Henkel. Deshalb haben wir uns in unseren Werten verpflichtet, nachhaltig und gesellschaftlich verantwortlich zu wirtschaften. Und darunter verstehen wir konkret, wie wir weltweit unsere Geschäftstätigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette verantwortlich steuern, damit wir mit unseren Marken und Technologien Wertbeiträge für die Gesellschaft leisten – für eine lebenswerte Welt heute und auch morgen.

Wir sind uns bewusst, dass dies eine permanente Verpflichtung ist, eine Verpflichtung ohne Ende. Wir können mit Stolz in unserem Unternehmen auf eine lange Tradition der Verantwortung zurückblicken. Und daraus abgeleitet haben wir unsere gesellschaftliche Verantwortung konsequent und stetig – nachhaltig – in einer sich permanent wandelnden Welt weiterentwickelt. Und wir werden dies auch so fortsetzen.

Nachhaltiges und gesellschaftlich verantwortliches Handeln darf nicht nur auf Unternehmen oder Einzelne beschränkt sein. Alle müssen dazu beitragen. Dies gilt für alle Mitarbeiter und auch für alle Bürger. Unsere Kunden und Verbraucher akzeptieren und honorieren mit ihren Kaufentscheidungen auch die Anstrengungen von Henkel beim nachhaltigen Wirtschaften. Nur wenn wir uns alle verantwortlich verhalten, werden wir eine nachhaltige Entwicklung erreichen.

**Prof. Dr. Ulrich Lehner**  
Vorsitzender der Geschäftsführung  
der Henkel KGaA

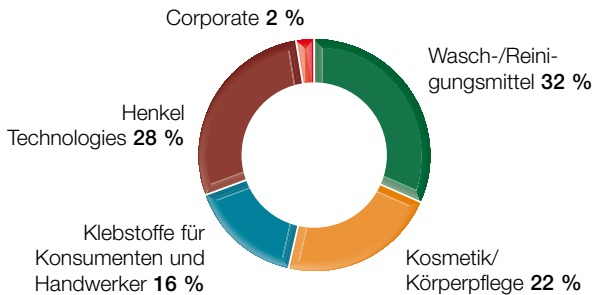
**Dr. Wolfgang Gawrisch**  
Chief Technology Officer (CTO) Forschung/Technologie  
Vorsitzender Sustainability Council



# Henkel kurz gefasst

## Umsatz 2006 nach Unternehmensbereichen

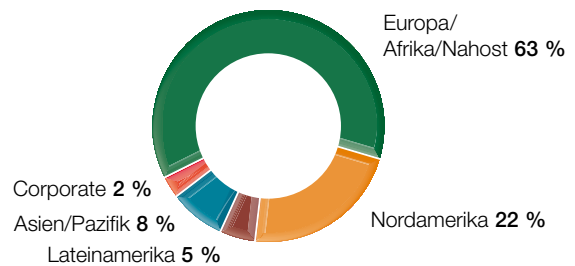
Angaben in Millionen Euro



**Gesamtumsatz 12.740 (100%)**

## Umsatz 2006 nach Regionen

Nach Sitz der Gesellschaften/Angaben in Millionen Euro



**Gesamtumsatz 12.740 (100%)**

## Das Unternehmen im Überblick

Mit unseren Marken und Technologien sind wir in drei strategischen Geschäftsfeldern aktiv: Wasch-/Reinigungsmittel, Kosmetik/Körperpflege sowie Klebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächentechnik.

Auf operativer Ebene sind die Geschäftsfelder in vier Unternehmensbereiche gegliedert:

### ► Wasch-/Reinigungsmittel

Wir vermarkten eine große Auswahl an Universal- und Spezialwaschmitteln sowie Haushaltsreinigern. Zu den Top-Marken gehören Persil, Somat, Purex, Dixan, Vernel, Mir, Pril, Bref, Spee und Weißer Riese. Henkel belegt in diesem Bereich weltweit führende Marktpositionen.

### ► Kosmetik/Körperpflege

Zum Sortiment zählen Produkte für Haarkosmetik, Körper-, Haut- und Mundpflege. International führende Marken sind Schwarzkopf, Dial, Fa, Igora, Taft, Palette, Gliss Kur, Right Guard, Schauma, Diadermine und Theramed. Wir haben mit diesen Marken weltweit führende Marktpositionen.

### ► Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker

Zum vielseitigen Sortiment gehören verschiedenste Renovierungs-, Klebe- und Korrekturprodukte für Bau, Haushalt und Büro. Mit Marken wie Pattex, Pritt, Ceresit, Loctite, Metylan, Sista, Thomsit, Duck, Tangit und Rubson sind wir weltweit führend.

### ► Henkel Technologies

Die Industrie- und Strukturklebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächentechnologien von Henkel schaf-

fen mit den Marken Loctite, Teroson, Liofol, P3, Technomelt, Adhesin, Bonderite und Hysol anerkannte Systemlösungen. Henkel Technologies ist damit weltweit führend.

Insgesamt haben wir 2006 einen Umsatz von 12,740 Milliarden Euro erwirtschaftet. Von unseren 52.292 Mitarbeitern waren 80 Prozent außerhalb Deutschlands tätig. In allen drei Geschäftsfeldern verfügen wir mit unseren vier Unternehmensbereichen über führende Marktpositionen, die weiter ausgebaut werden. Wichtige Elemente unserer langfristigen Strategie sind der profitable nordamerikanische Markt sowie die Wachstumsmärkte Osteuropa, Afrika, Nahost, Asien/Pazifik und Lateinamerika. Der Umsatzanteil dieser Wachstumsmärkte lag im Jahr 2006 bei 31 Prozent.

## Qualität von Henkel

Menschen in mehr als 125 Ländern der Welt vertrauen täglich unseren Marken und Technologien. „Qualität von Henkel“ steht für hohe Produktleistung und einfache Anwendung. Das Qualitätsversprechen gilt darüber hinaus ebenso für die Umweltverträglichkeit unserer Produkte sowie ihre umfassende Sicherheit für die Verbraucher. Und auch zentrale Unternehmenswerte wie Kundenorientierung, Mitarbeiterqualifizierung sowie nachhaltiges und gesellschaftlich verantwortliches Wirtschaften gehören dazu. Dabei ist entscheidend, dass wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette Verantwortung übernehmen.

## Innovationen im Fokus

Angesichts der sich immer schneller wandelnden Märkte und Verbraucherwünsche sichern wir mit innovativen Marken und Technologien den langfristigen Unternehmenserfolg. Allein im Berichtsjahr 2006 haben wir 340 Millionen Euro für Forschung und Entwicklung ausgegeben. Weltweit arbeiten etwa 2.800 Mitarbeiter in Forschung und Produktentwicklung. Ziel ist es, den Umsatzanteil, den wir innerhalb eines Zeitraumes von drei Jahren mit neuen Produkten erzielen, von 25 Prozent auf 30 Prozent zu steigern.

Um die Innovationskultur weiter voranzutreiben, haben wir 2006 eine dreijährige Innovationsoffensive gestartet. Hierzu haben wir eine zentrale Ideenbank eingerichtet, in die alle Mitarbeiter ihre Innovationsvorschläge einstellen können. Das Ergebnis kann sich bereits sehen lassen: Rund 71.000 Ideen kamen bis Ende Februar 2007 zusammen – jede fünfte direkt umsetzbar oder zur weiteren Bewertung empfohlen.

## Beiträge zur regionalen Entwicklung

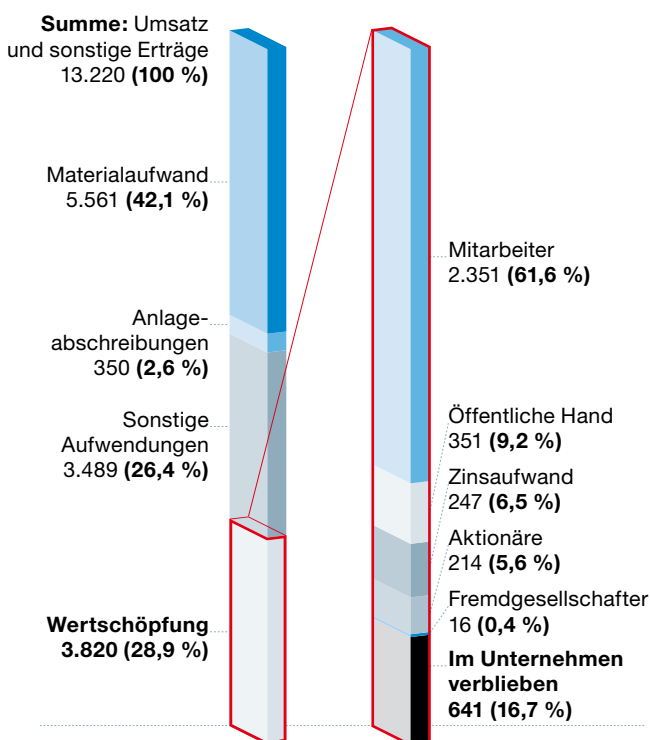
Von multinationalen Unternehmen wie Henkel wird insbesondere in Schwellen- und Entwicklungsländern erwartet, dass sie zur wirtschaftlichen Entwicklung des Landes beitragen. Eine zentrale Rolle spielt dabei der Transfer von Wissen und Technologien. Wir fördern daher weltweit den Transfer durch die Qualifizierung unserer Mitarbeiter und Kunden, moderne Managementmethoden, die konsequente Überprüfung des Produktportfolios sowie die Einführung sicherer, effizienterer und ressourcenschonenderer Produkt- und Produktionsprozesse.

## Der Mehrwert für die Gesellschaft

Anhand der Wertschöpfungsrechnung lässt sich der volkswirtschaftliche Beitrag von Henkel verdeutlichen: Der größte Anteil der Wertschöpfung – 61,6 Prozent – ging an die Mitarbeiter. Die öffentliche Hand erhielt 9,2 Prozent in Form von Steuern;

## Wertschöpfungsrechnung 2006

in Millionen Euro/in Prozent



und die Darlehensgeber erhielten 6,5 Prozent in Form von Zinsen. 5,6 Prozent der Wertschöpfung gingen als Dividenden an die Aktionäre. Diese profitierten zusätzlich von dem erfreulichen Kursanstieg der Henkel-Aktien im Jahr 2006: 31,2 Prozent bei Vorzugsaktien und 25 Prozent bei Stammaktien.

Die im Unternehmen verbliebene Wertschöpfung steht für Investitionen und damit zur Finanzierung des zukünftigen Wachstums zur Verfügung.



*„Durch die Förderung von Innovationen, den Wissens- und Technologietransfer, umweltverträgliche Produkte und eine bessere Nutzung der endlichen Ressourcen können Unternehmen einen entscheidenden Beitrag zur Lösung der globalen Herausforderungen leisten.“*

**Prof. Alejandro Sosa,**  
Executive Director, Global  
Environment Management Initiative,  
Mexiko-Stadt, Mexiko,  
[www.gemi.org.mx](http://www.gemi.org.mx)

Nachhaltigkeit steht für Zukunftsfähigkeit. Nachhaltiges Wirtschaften heißt für Henkel, Umsätze und Gewinne gesellschaftlich verantwortlich zu erzielen. Dieser Anspruch betrifft alle Aktivitäten des Unternehmens.

Indem wir unser Verhalten und unsere Geschäfte an den Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung ausrichten, können wir unsere Wettbewerbsfähigkeit auf den globalisierten Märkten festigen und ausbauen. Das Vertrauen in das Unternehmen und in seine Marken erhält unternehmerische Freiräume und fördert den Geschäftserfolg. Durch das systematische Management von Risiken können

wir möglichen Gefahren frühzeitig entgegenwirken und Chancen optimal nutzen. Effiziente und sichere Prozesse tragen nicht nur zu Umweltschutz und Arbeitssicherheit bei, sondern senken auch Kosten und Ressourcenverbrauch.


Mit leistungsfähigen und sicheren Produkten und Technologien, die hohen Kundennutzen mit ökologischem Fortschritt verbinden, können wir uns positiv im Markt positionieren. Das verantwortliche Wirtschaften stärkt die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen und ihre Motivation. So sichert unsere Nachhaltigkeitsstrategie die langfristige Wertsteigerung des Unternehmens.


### Systematisch verankert

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie ist durch konzernweite Vorgaben, leistungsfähige Managementsysteme und eine Organisationsstruktur mit klar definierten Verantwortlichkeiten systematisch im Unternehmen verankert. Entscheidend ist dabei das Zusammenspiel aus weltweit einheitlichen Standards, konzernweiten Steuerungsinstrumenten und regionalen Aktionsprogrammen. So können die Leistungen und Fortschritte erfasst und dort, wo Verbesserungen möglich und erforderlich sind, Programme optimal auf die jeweiligen gesellschaftlichen Herausforderungen und Prioritäten ausgerichtet werden.

### Verhaltensregeln auf Grundlage der Werte

In allen Geschäftsfeldern und Kulturen, in denen Henkel tätig ist, bilden die Vision des Unternehmens und die davon abgeleiteten zehn Werte die Orientierungsgrundlage für das Verhalten und Handeln aller Mitarbeiter. Aus der Vision und den gemeinsamen Werten ergeben sich Verhaltensregeln, die Henkel in einer Reihe von Codes festgelegt hat.

Der Code of Conduct unterstützt die Mitarbeiter bei ethischen und rechtlichen Fragen; der Code of Teamwork and Leadership definiert den Handlungsrahmen für Führungskräfte und Mitarbeiter; und der Code of Corporate Sustainability legt Grundsätze und Erwartungen zum nachhaltigen und gesellschaftlich verantwortlichen Wirtschaften dar. 

Gemeinsam bilden diese Codes auch die Basis für die Umsetzung des Global Compact der Vereinten Nationen bei Henkel. 

### Anforderungen klar kommuniziert

Henkel ist in verschiedenen Märkten und Regionen mit vielfältigen Rechtsordnungen, gesellschaftlichen Normen und Gepflogenheiten tätig. So wird zum Beispiel die Gewährung und Annahme persönlicher Vorteile je nach Region sehr unterschiedlich bewertet. Viele Henkel-Mitarbeiter arbeiten in Ländern, denen in Untersuchungen – beispielsweise von Transparency International – ein hohes Korruptionsrisiko zugeschrieben wird.

Seit dem Jahr 2000 hat Henkel daher einen Code of Conduct, der den Mitarbeitern weltweit hilft, ethische und rechtliche Fragen im Tagesgeschäft sowie bei strategischen Entscheidungsprozessen richtig und angemessen zu beantworten. Im Jahr

## Vision und Werte

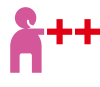
Henkel ist führend mit Marken und Technologien, die das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen.



Wir sind kundenorientiert.



Wir entwickeln führende Marken und Technologien.



Wir stehen für exzellente Qualität.



Wir legen unseren Fokus auf Innovationen.



Wir verstehen Veränderungen als Chance.



Wir sind erfolgreich durch unsere Mitarbeiter.



Wir orientieren uns am Shareholder Value.




Wir wirtschaften nachhaltig und gesellschaftlich verantwortlich.



Wir verfolgen eine aktive und offene Informationspolitik.



Wir wahren die Tradition eines offenen Familienunternehmens. 


2004 haben wir diesen Code überarbeitet und dem sich laufend ändernden rechtlichen und wirtschaftlichen Umfeld eines global agierenden Unternehmens angepasst. Durch detaillierter und präziser gefasste Anforderungen schafft er klare Verhaltensgrundlagen für den täglichen Umgang mit Kunden, Mitarbeitern, Shareholdern, Wettbewerbern sowie der Umwelt und der Gesellschaft. Henkel lehnt alle Formen der Korruption strikt ab. Daher gibt der Code zum Beispiel auch die klare Vorgabe, keinerlei Vorteile anzubieten, zu gewähren oder entgegenzunehmen.

Den überarbeiteten Code of Conduct haben wir im Jahr 2005 unternehmensweit eingeführt; er ist für alle Mitarbeiter bindend. Der Code wurde in verschiedene Sprachen übersetzt; und den lokalen Anforderungen folgend haben die Personal- und Kommunikationsverantwortlichen in den Ländern entsprechende Schulungs- und Kommunikationsmaßnahmen entwickelt. Die Vorgesetzten und die Fachleute der Personalabteilungen oder der Konzernrevision können darüber hinaus in Zweifelsfällen Rat geben.

### Standards für Nachhaltigkeit

Der Code of Corporate Sustainability wird durch interne Standards konkretisiert. Die Standards basieren auf den bestehenden Vorgaben für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE-Standards) und

erweitern diese um soziale Aspekte der gesellschaftlichen Verantwortung.

Seit 2006 haben wir die umfassend überarbeiteten SHE-Standards und die konzernweiten Einkaufsrichtlinien durch Sozialstandards ergänzt. Dazu haben wir aus den Richtlinien für multinationale Unternehmen der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), dem Social Accountability Standard (SA 8000) sowie den relevanten Vorgaben der International Labor Organization (ILO) abgeleitete Anforderungen integriert. 

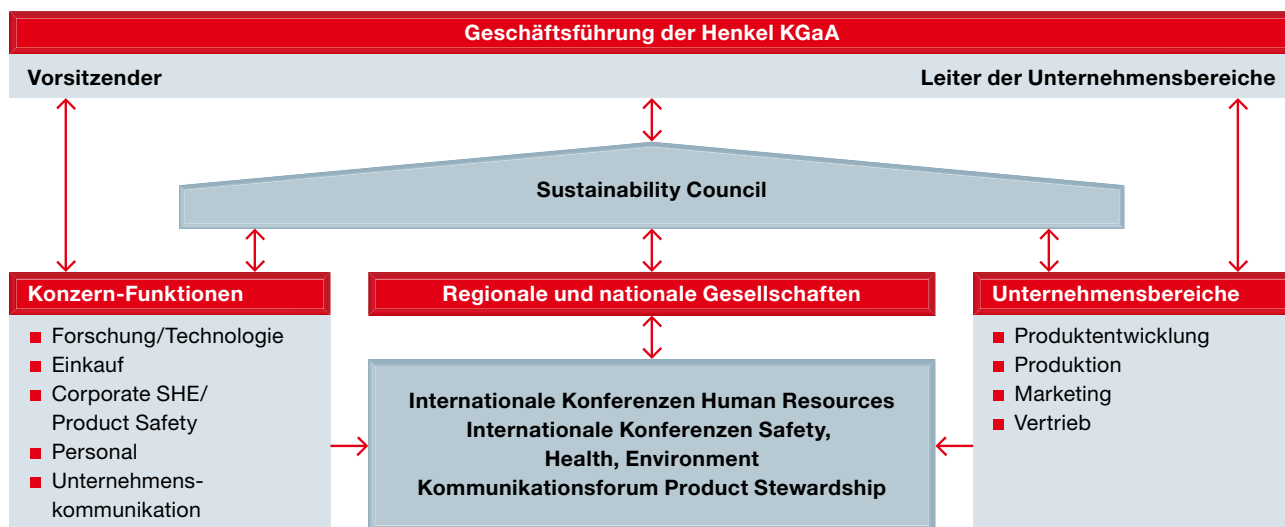
Bei der Entwicklung der Standards lag ein besonderer Schwerpunkt auf dem Umgang mit Lieferanten und Vertragspartnern. In den Unternehmensbereichen werden die konzernweit geltenden Standards zudem durch geschäftsspezifische Vorgaben zur Qualität ergänzt.



**„Eine ökonomisch, sozial und ökologisch nachhaltige Entwicklung ist der einzig mögliche Weg, um die drei großen Herausforderungen – enorme Bevölkerungszahl, Ressourcenknappheit und Umweltverschmutzung – zu bewältigen.“**

**Prof. Dr. Peng Sizhen,**  
Direktor, Centre for Environmentally Sound Technology Transfer,  
The Administrative Centre for  
China's Agenda 21, Peking, China,  
www.acca21.org.cn

Organisation für nachhaltiges Wirtschaften



Die Henkel-Geschäftsführung trägt die Gesamtverantwortung für die Nachhaltigkeitspolitik und richtet ihre Geschäftspolitik auf die Chancen und Anforderungen des nachhaltigen Wirtschaftens aus. Ein unternehmensweit besetzter Sustainability Council steuert die globalen Aktivitäten in Zusammenarbeit mit den operativen Unternehmensbereichen, den regionalen und nationalen Gesellschaften sowie den zentralen Funktionen. **i**

**In den Managementsystemen integriert**

Die sich aus den Geschäftsprozessen ergebenden Anforderungen haben wir in integrierten Managementsystemen festgelegt. Diese haben wir standort-spezifisch angepasst. Dabei müssen Unterschiede in den Produktionsverfahren und in der Art der hergestellten Produkte ebenso berücksichtigt werden wie nationale Vorschriften und Auflagen der Behörden.

Um die konzernweite Umsetzung der SHE-Standards zu gewährleisten, führen wir an allen Produktionsstandorten regelmäßig SHE-Audits durch. Sie sind ein zentraler Baustein des Risikomanagements und dokumentieren den Umsetzungsstand der integrierten Managementsysteme im Unternehmen.

Erstmalig haben wir alle Produktionsstandorte zu einer Selbstbewertung in den Bereichen Sicherheit, Umwelt- und Arbeitsschutz aufgefordert. Mit Hilfe eines detaillierten Fragenkatalogs berichteten die Standorte über die Umsetzung der Standards. So können die Stärken und Schwächen der Standorte weltweit im Überblick dargestellt und Maßnahmen


eingeleitet werden. Auf Grundlage der Audits und der Selbstbewertungen haben die operativen Unternehmensbereiche anspruchsvolle Ziele und verbindliche Maßnahmen auf allen Ebenen festgelegt, um weitere Verbesserungen voranzutreiben.

**Corporate Governance bei Henkel**

Führungsgesellschaft von Henkel ist die Henkel KGaA mit Sitz in Düsseldorf. Eine verantwortungsbewusste und auf langfristige Wertsteigerung ausgerichtete Unternehmensführung und -kontrolle sind seit jeher Teil unserer Identität. Unter Berücksichtigung der rechtsform- und satzungsspezifischen Besonderheiten entspricht die Henkel KGaA mit einer Ausnahme den Empfehlungen (Soll-Vorschriften) des Deutschen Corporate Governance Kodex: Den Aktienbesitz von Familienmitgliedern im Aufsichtsrat oder im Gesellschafterausschuss weisen wir nicht individuell aus. Der genaue Wortlaut der Entsprechenserklärung ist im Internet veröffentlicht.

Im Vergütungsbericht des Henkel-Geschäftsberichts 2006 (siehe Seite 22 bis 27) sind die Grund-



züge der Vergütungssysteme für Geschäftsführung, Aufsichtsrat und Gesellschafterausschuss erläutert und die individuellen Vergütungen ausgewiesen. 

### Lieferanten und Vertragspartner

Von unseren Lieferanten und Vertragspartnern erwarten wir, dass ihr Verhalten unseren unternehmensethischen Werten entspricht. Bei der Auswahl der Geschäftspartner berücksichtigen wir deren Leistungen in Bezug auf nachhaltiges und gesellschaftlich verantwortliches Wirtschaften. Grundlage hierfür ist unsere konzernweit gültige Einkaufsrichtlinie. Einheitliche Kriterien konkretisieren diese Anforderungen. Sie umfassen die Themen Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, Qualität, Menschenrechte, Mitarbeiterstandards und Anti-Korruption.

### Frühes Bekenntnis

Auf Grundlage unserer 1997 formulierten Standards zu Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE-Standards) haben unsere Einkaufsabteilungen sowie die operativen Unternehmensbereiche Prozesse etabliert, um die Arbeitsweise ihrer Lieferanten und Vertragspartner in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit und Umwelt zu bewerten. Abhängig von den jeweiligen Produkten und Dienstleistungen, der Region sowie der Beziehung zu den Lieferanten und Vertragspartnern werden Audits durchgeführt. Wenn die Standards nicht erfüllt sind, vereinbaren wir mit den Lieferanten und Vertragspartnern Verbesserungsmaßnahmen, die – wenn nötig – durch weitere Audits überprüft werden. Rund 20 Prozent unseres Einkaufsvolumens kommen inzwischen von Lieferanten und Vertragspartnern, deren Produktionsstätten wir auditiert haben.

### Effiziente Strukturen

Von Lieferanten und Vertragspartnern in rund 140 Ländern beziehen wir Rohstoffe, Produkte und Dienstleistungen. Dabei entfallen knapp 90 Prozent

des gesamten Beschaffungsvolumens auf Mitgliedsländer der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD). Im Jahr 2006 lag der Schwerpunkt unserer Aktivitäten auf der Optimierung der Strukturen und Prozesse unserer globalen Einkaufsorganisation. Im Rahmen dieses Projekts standardisieren wir auch die regionalen Beschaffungs- und Bewertungssysteme weltweit.

### Befragung und Bewertung

In einer ersten Pilotphase haben wir den im Jahr 2005 entwickelten Fragebogen für Lieferanten und Vertragspartner in Europa getestet und 2006 überarbeitet. Als integraler Bestandteil des internationalen Lieferantenmanagements ist der Fragebogen für uns ein Instrument, um unsere Erwartungen an die Lieferanten und Vertragspartner zu kommunizieren. Die Erkenntnisse aus der Pilotphase sowie aus verschiedenen regionalen Projekten zur Bewertung und Qualifizierung von Lieferanten und Vertragspartnern haben wir in einem umfassenden Konzept zusammengeführt, das wir im Jahr 2007 weltweit umsetzen. Bis Ende 2007 wollen wir auf Basis des Fragebogens 80 Prozent unseres globalen Einkaufsvolumens von 5,6 Milliarden Euro für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie Verpackungen, Fertigwaren und bezogene Leistungen bewerten. Auf dieser Basis werden wir – wo notwendig – Verbesserungsmaßnahmen vereinbaren und Audits durchführen.



**„Um ihre Handlungsfähigkeit am Markt aufrecht zu erhalten, müssen Unternehmen ihre unternehmerische Verantwortung gewissenhaft über die gesamte Lieferkette wahrnehmen.“**

**Prof. Dr. Marco Frey,**  
Centre for Research on  
Energy and Environmental  
Economics, Mailand, Italien,  
[www.unibocconi.it](http://www.unibocconi.it)



Das Bewusstsein für nachhaltiges Wirtschaften wächst stetig. So haben Henkel Indien und das Institute of Management Technology (IMT) in Gaziabad das „Centre for Excellence in Environment Management“ gegründet. Im Oktober 2006 veranstalteten sie gemeinsam die Konferenz „Developing Green Competitiveness for Sustainable Development“ in Neu-Delhi.



Nachhaltigkeit auf Koreanisch: Im September 2006 besuchte eine Delegation südkoreanischer Nachhaltigkeitsexperten Henkel in Düsseldorf, um sich über das Nachhaltigkeitsmanagement von Henkel zu informieren. Auf großes Interesse stieß dabei der Henkel-Nachhaltigkeitsbericht.

### Im Dialog mit allen Stakeholdern

Zukunftsfähige Lösungen für ein nachhaltiges Wirtschaften können nur im Dialog mit allen gesellschaftlichen Gruppen gefunden werden. Um die Interessen der unterschiedlichen Gruppen fallspezifisch abwägen und bewerten zu können, suchen wir kontinuierlich den Dialog mit allen Stakeholdern – lokal, regional und international.

Dazu gehören Mitarbeiter, Aktionäre, Kunden, Verbraucher, Lieferanten, Nachbarn, Behörden, Politiker, Verbände, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), Wissenschaftler und die Öffentlichkeit. Dabei verfolgen wir eine aktive und offene Informationspolitik – auch dann, wenn Fehler unterlaufen sind.

### Vorausschauend

Wir verstehen den Dialog mit unseren Stakeholdern als Chance, Anforderungen in den verschiedenen Märkten frühzeitig zu erkennen und Schwerpunkte für unsere Aktivitäten zu definieren. So stärkt der Dialog nicht nur Kommunikation und Verständnis zwischen Henkel und seinen Stakeholdern, sondern leistet gleichzeitig einen wichtigen Beitrag zum Risikomanagement des Unternehmens.

### Zielgruppengerecht

Um die Informationswünsche unserer Stakeholder zielgruppengerecht bedienen zu können, nutzen wir eine Vielzahl von Kommunikationsinstrumenten. Ausführliche Informationen und Hintergründe zum Thema Nachhaltigkeit kommunizieren wir über den Nachhaltigkeitsbericht sowie über Internet und Intranet. Über Pressemitteilungen, Verbraucherinformationen oder die Mitarbeiterinformation publizieren wir aktuelle Ereignisse zeitnah.

### Direkt

Der direkte Kontakt ist durch nichts zu ersetzen. Er bildet die Grundlage für Austausch und gegenseitiges Verstehen und bietet uns die Möglichkeit, unsere Tätigkeiten zu erläutern. Daher haben wir auch im Jahr 2006 wieder weltweit verschiedene Dialogveranstaltungen durchgeführt. Sie reichten von „Tagen der offenen Tür“ bis hin zu Diskussionsrunden mit gesellschaftlichen Interessengruppen sowie Teilnahmen an internationalen Initiativen.

Wie bereits in den Vorjahren haben wir in Deutschland den bundesweiten Aktionstag „Nachhaltiges Waschen“ mit Informationsständen und Verbraucherbroschüren begleitet. Um den lokalen

## Nachhaltigkeitskommunikation im Überblick

	Mitarbeiter	Finanzmarkt	Lieferanten	Kunden	Verbraucher	NGOs	Politik/Behörden	Medien	Wissenschaft	Nachbarn
Geschäftsbericht	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Nachhaltigkeitsbericht	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
www.henkel.de/nachhaltigkeit	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Pressemitteilungen	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Verbraucherinformation	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Mitarbeiterinformation	●									
Intranet-Portal Sustainability	●									
Direkter Dialog	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Tage der offenen Tür	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
„Roadshows“ für Investoren	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Nachhaltigkeits-Ratings	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Fachveröffentlichungen	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

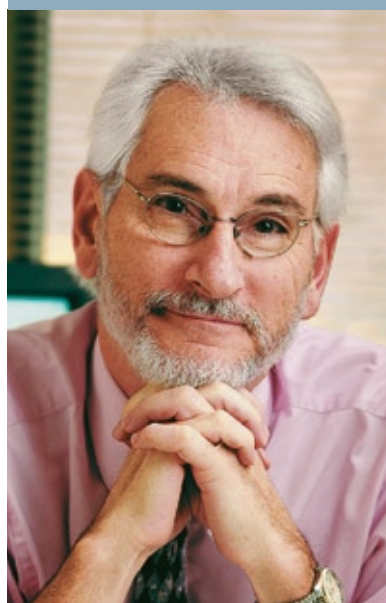
● Hauptzielgruppen    ● Weitere Zielgruppen

Dialog in Spanien zu intensivieren und die Vision und Werte von Henkel breiter zu kommunizieren, lud Henkel Ibérica im Mai 2006 den Verband der Hausfrauen (UNAE) zu einem Tag der offenen Tür am Standort Barcelona ein. Rund 300 Teilnehmerinnen nahmen das Angebot an und informierten sich über jüngste Produktentwicklungen aller Unternehmensbereiche.

In Düsseldorf kamen im September 2006 Henkel-Fachleute mit Vertretern des bildungspolitischen Programms „Eine-Welt-Netz“ des Landes Nordrhein-Westfalen zum Dialog zusammen. Im Rahmen einer eintägigen Veranstaltung wurde über nachhaltige Entwicklungsziele sowohl für Henkel als auch für die Gesellschaft als Ganzes diskutiert.

Nachhaltigkeitsinvestoren und -analysten haben wir bei Veranstaltungen und so genannten „Roadshows“ in Frankfurt am Main, London und Paris sowie in Telefonkonferenzen Rede und Antwort gestanden.

Neue Impulse in das Unternehmen tragen und eigene Erfahrungen mit anderen teilen – diesen Ansatz verfolgen wir bei der Diskussion mit der Fachöffentlichkeit auf nationaler und internationaler Ebene. Wichtige Themen waren zum Beispiel Fragen der Produkt- und Rohstoffsicherheit, die Umsetzung der Chemikalienpolitik in der Europäischen Union, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Managementsysteme, Nachhaltigkeitsberichterstattung und „Cause-Related Marketing“ – also die Verbindung von Marketing und Spenden für einen guten Zweck.



**„Erwartungen und Pflichten hinsichtlich der Veröffentlichung von Informationen, die über die reinen Finanzdaten hinausgehen, werden wachsen. Und über Umweltfragen hinaus werden dabei auch soziale, wirtschaftliche und Führungsaspekte im Unternehmen eine Rolle spielen.“**

**Dr. Allen White,**  
Vizepräsident und Mitglied des  
Vorstands Tellus Institute,  
Boston, Massachusetts, USA,  
[www.tellus.org](http://www.tellus.org)

**Wissenschaftlich**

Henkel fördert weltweit die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit. Workshops und Seminare an Universitäten vermitteln Einblicke in die Umsetzung von Nachhaltigkeit in der Praxis. So waren in Deutschland Studenten des Studiengangs Umweltwissenschaften der Fernuniversität Hagen sowie der Universität Lüneburg eingeladen, in einem Workshop in Düsseldorf Fallstudien zum Einsatz nachwachsender Rohstoffe

und zur „Balanced Scorecard“ zu bearbeiten. Mit Studenten der Universität Düsseldorf haben wir über den Einfluss von Nichtregierungsorganisationen und deren Bedeutung für Henkel diskutiert.

In Indien haben wir gemeinsam mit dem Institute of Management Technology (IMT) einen Lehrstuhl für „Excellence in Environment Management“ gegründet. Dieser soll eine Plattform für Kooperationen zwischen Wirtschaft und Wissenschaft bieten, um Bekanntheit und Akzeptanz von umweltverträglichen Unternehmenspraktiken zu fördern.

**Dialog mit Nachhaltigkeitsexperten**



**Henrique B. Cavalcanti**  
Präsident von FUNATURA, Brasilia, Brasilien

**Prof. Dr. P.D. Jose**  
Institute of Management, Bangalore, Indien

**Prof. Dr. Peng Sizhen**  
Direktor, Center for Environmentally Sound Technology Transfer, Peking, China



**Prof. Dr. Marco Frey**  
Centre for Research on Energy and Environmental Economics, Mailand, Italien

**Dr. Mikhail Kozeltsev**  
Russian Regional Environmental Center (RREC), Moskau, Russland

**Prof. Alejandro Sosa**  
Direktor, Global Environment Management Initiative (GEMI), Mexiko-Stadt, Mexiko



**Christian Hochfeld**  
Stellvertretender Geschäftsführer, Öko-Institut e.V., Büro Berlin, Deutschland

**Prof. Dr. István Láng**  
Mitglied der Ungarischen Akademie der Wissenschaften, Budapest, Ungarn

**Dr. Allen White**  
Vizepräsident und Mitglied des Vorstands Tellus Institute, Boston, Massachusetts, USA


Im Rahmen des Dialogs mit Stakeholdern spielt der Austausch mit international anerkannten Nachhaltigkeitsexperten eine besondere Rolle. Für die Nachhaltigkeitsberichte 2004 und 2005 haben wir Experten aus Brasilien, China, Deutschland, Indien, Italien, Mexiko, Russland, Ungarn und den USA gebeten, die Herausforderungen und Prioritäten in ihren Ländern und Regionen darzustellen. Die Experten haben wir zum einen aufgrund ihres Überblicks über die Herausforderungen in ihren Ländern ausgewählt, zum anderen aufgrund ihrer Erfahrungen mit dem Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen.

Inzwischen haben diese Experten in Italien und Mexiko den Dialog mit den lokalen Henkel-Verantwortlichen weiter geführt. Dabei konnten wir unsere Perspektiven auf die Herausforderungen mit denen der Experten abgleichen. Und die Experten bessere Einblicke in unsere Aktivitäten und Vorstellungen gewinnen. Der Dialog hilft uns, unsere Ausrichtung auf nachhaltiges und gesellschaftlich verantwortliches Wirtschaften an den externen Erwartungen in den verschiedenen Regionen zu spiegeln und die richtigen Antworten zu finden – besonders, wenn es darum geht, auf lokaler Ebene angemessene Lösungen zu entwickeln.



**Dialogergebnisse**

Zusammengefasst präsentieren die Beiträge der Experten ein ausgewogenes Bild der Schlüsselthemen in Schwellen- sowie in Industrieländern. Es wird deutlich, dass viele der Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung über Ländergrenzen hinweg ähnlich sind; die Prioritäten und Perspektiven sind jedoch regional sehr unterschiedlich. So wird insbesondere in Schwellenländern von multinationalen Unternehmen erwartet, dass sie zur Entwicklung des Landes beitragen. In den Industrieländern entwickelt sich dagegen zunehmend der Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit zu einer zentralen Herausforderung. Die Tabelle präsentiert die Ergebnisse des Expertendialogs in komprimierter

Form und bietet konkrete Beispiele der unterschiedlichen Erwartungshaltungen. Die ausführlichen Statements der Experten stehen im Internet. 

Auf Basis der Dialogergebnisse haben wir unseren Nachhaltigkeitsbericht weiterentwickelt. Die neue Berichtsstruktur orientiert sich direkt an den im Dialog identifizierten Schlüsselthemen und stellt die Antworten des Unternehmens auf die verschiedenen regionalen und globalen Herausforderungen dar. Dieser Ansatz soll noch deutlicher zeigen, wie wir unsere gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen und Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung leisten.

Schlüsselthemen	Erwartungen in Industrieländern	Erwartungen in Schwellenländern
<b>Wirtschaftliche Entwicklung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Eigene Wettbewerbsfähigkeit erhalten und Schwellenländern Entwicklungsmöglichkeiten bieten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Zur Entwicklung des eigenen Landes beitragen, insbesondere auch in strukturschwachen Regionen</li> </ul>
<b>Werte und Management</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Umwelt- und Sozialstandards entlang der Wertschöpfungskette umsetzen, insbesondere bei Zulieferern</li> <li>▶ Transparenz über ökonomische, ökologische und soziale Aspekte der Unternehmensaktivitäten herstellen, insbesondere in Schwellenländern</li> <li>▶ Einsatz für Menschenrechte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ethisch und rechtlich einwandfreies Handeln</li> <li>▶ Hohe Umwelt- und Sozialstandards etablieren und als Vorbild Einfluss auf Zulieferer und Wettbewerber nehmen</li> <li>▶ Unterstützung beim Aufbau von Managementkompetenzen und Institutionen</li> </ul>
<b>Mitarbeiter und Arbeitsplätze</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Durch die Förderung und Qualifizierung der Mitarbeiter zur Sicherheit der Arbeitsplätze beitragen</li> <li>▶ Herausforderungen wie Chancengleichheit und alternde Gesellschaften aktiv angehen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Arbeitsplätze schaffen und Mitarbeiter qualifizieren</li> <li>▶ Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gewährleisten</li> <li>▶ Bewusstsein der Mitarbeiter für den Umweltschutz fördern und entwickeln</li> </ul>
<b>Produkte und Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Produktsicherheit gewährleisten</li> <li>▶ Qualitätsprodukte zu fairen Preisen anbieten</li> <li>▶ Nachhaltigen Konsum durch ethisch und ökologisch einwandfreie Produkte sowie die Information und Sensibilität der Kunden fördern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Qualitätsprodukte für den „unteren Bereich der Wohlstandspyramide“ entwickeln und vermarkten</li> <li>▶ Sicherheit und Umweltverträglichkeit der Produkte gewährleisten</li> <li>▶ Kulturellen und gesellschaftlichen Kontext berücksichtigen</li> </ul>
<b>Ressourceneffizienz und Klimaschutz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Verstärkter Fokus auf Produkten: „Dematerialisierung“ der Wirtschaft durch Wechsel von produkt- zu servicebasierten Geschäftsmodellen</li> <li>▶ Beitrag zur Verringerung der Treibhausgasemissionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Transfer von Know-how sowie moderner, energie- und ressourcenschonender Technologien</li> <li>▶ Befriedigung der steigenden Bedürfnisse der Verbraucher mit Produkten, die begrenzte Ressourcen effizient nutzen</li> </ul>
<b>Gesellschaftliches Engagement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Beitrag zu den „Millennium Development Goals“ der Vereinten Nationen</li> <li>▶ Beiträge zur Lösung gesellschaftlicher Probleme, auch durch Förderung des gemeinnützigen Engagements der Mitarbeiter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Unterstützung und Förderung insbesondere von benachteiligten Kindern und Jugendlichen</li> <li>▶ Sensibilisierung der Bevölkerung für den Umweltschutz</li> <li>▶ Förderung der Bildung und Forschung für eine nachhaltige Entwicklung</li> </ul>

# Nachhaltige Produkte und Ressourceneffizienz

## Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Entscheidend ist für uns, entlang der gesamten Wertschöpfungskette verantwortlich zu handeln – also von der Forschung und Entwicklung bis hin zu der Produktion und Logistik unserer Marken und Technologien.

Innovation ist der Schlüssel zur Nachhaltigkeit. Die konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse unserer Kunden und Verbraucher sowie die frühzeitige Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten in unserer Forschungsstrategie geben uns technischen Vorsprung und Vorteile im Wettbewerb.

Die Anforderungen des nachhaltigen und gesellschaftlich verantwortlichen Wirtschaftens fließen

von Beginn an in unsere Forschungsaktivitäten und die Produktentwicklungen ein. Bereits bei der Forschung und Entwicklung vergewissern wir uns, dass unsere Produkte und Technologien bei sachgemäßer Anwendung sicher sind und keine negativen Auswirkungen auf Gesundheit und Umwelt haben. Unsere Fachleute bewerten mögliche Risiken neuer Produkte über den gesamten Lebenszyklus. So erfüllt Henkel mit innovativen Produkten und Technologien die Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden sowie der Verbraucher.

Ziele	Status
Entwicklung eines Nachhaltigkeits-Checks für neue Produktkategorien des Unternehmensbereichs Wasch-/Reinigungsmittel	Kriterienkatalog wurde entwickelt und die Umsetzung wird derzeit geprüft
Systematische Bewertung der Umweltverträglichkeit von Kosmetik-Rohstoffen	Für mengenmäßig wichtige Stoffe liegen Bewertungen vor und fließen in die Produktbewertungen ein; sukzessive Ausdehnung auf alle Alt- und Neustoffe in Arbeit
Kontinuierliche Weiterentwicklung von Hautmodellen zur Wirksamkeitsprüfung für die Erhöhung des Verbrauchernutzens	Produktinnovationen bei Gesichtspflege erfolgreich im Markt eingeführt; Beispiel: Diadermine Wrinkle Expert
Kontinuierliche Optimierung der gesamten Produktpalette nach Sicherheits-, Gesundheits- und Umweltaspekten	Ständiges Ziel; siehe Seiten 18 bis 25
Weiterentwicklung tierversuchsfreier Prüfmethode	Beteiligung an unternehmensübergreifenden Programmen, um noch effektiver an der Erforschung und Etablierung weiterer Testmethoden zu arbeiten; siehe auch Seiten 14 und 15
Vorbereitung auf das neue Zulassungsgesetz für Chemikalien (REACH) in der Europäischen Union	Siehe Seiten 14 und 15

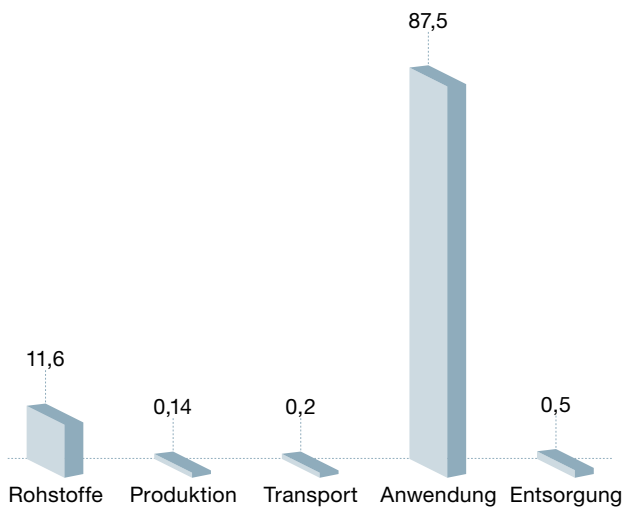
## Produktlebenszyklus im Blick

Wir verbessern kontinuierlich die Sicherheit und Umweltverträglichkeit unserer Produkte in allen Phasen des Produktlebenszyklus: von Forschung und Entwicklung über die Rohstoffe, die Produktion und Logistik bis hin zur Anwendung und Entsorgung. Dabei sollten Verbesserungsmaßnahmen insbesondere dort ansetzen, wo die Auswirkungen für die Umwelt besonders relevant sind und Verbesserungen effizient realisiert werden können. Um diese zu identifizieren, analysieren und bewerten unsere Fachleute den Lebenszyklus der Produkte.

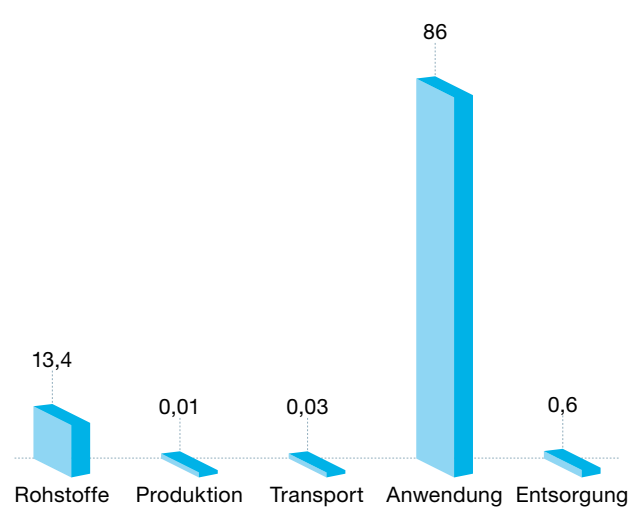
Grundlage dafür sind zum Beispiel ihre Erfahrungen und Erkenntnisse über Produktion, Anwendung und Entsorgung unserer Produkte ebenso wie Lebenszyklusanalysen. Am Beispiel der Lebenszyklusanalyse des maschinellen Geschirrspülers wird deutlich, dass in der Gebrauchsphase die größten Belastungen entstehen. Eine zentrale Aufgabe für die Produktentwickler ist es daher, die Wirksamkeit der Reinigungsmittel auch bei niedrigeren Temperaturen und geringeren Wassermengen zu verbessern; eine Innovation auf diesem Feld ist Somat 7 (siehe Seite 19).

## Lebenszyklusanalyse des maschinellen Geschirrspülens

### Energieverbrauch in Prozent



### Wasserverbrauch in Prozent



## Gemeinsame Aufgabe

Henkel engagiert sich in verschiedenen unternehmensübergreifenden Initiativen, weil eine nachhaltige Entwicklung nur gemeinsam erreicht werden kann. Im Jahr 2006 waren vor allem zwei Projekte des internationalen Industrieverbands für Wasch- und Reinigungsmittel (A.I.S.E.) von besonderer Bedeutung: zum einen das „Laundry Sustainability Project“ für nachhaltiges Waschen, zum anderen das „Save Energy and Water“-Projekt für energieeffizienteres maschinelles Geschirrspülen in der Europäischen Union, Norwegen, Island und der Schweiz. <sup>i</sup>

Daneben verfolgt Henkel weiter die Ziele der A.I.S.E.-Charter nachhaltiges Waschen und Reinigen. Bereits im März 2005 unterzeichnete Henkel nach erfolgreichem Abschluss des Eingangsaudits als erstes Unternehmen die Charter. Ziel der Charter ist es, die Prozesse bei der Entwicklung, Herstellung, Verwendung und Entsorgung von Wasch- und Reinigungsmitteln nachhaltig zu gestalten, und zwar über den gesamten Lebenszyklus. <sup>i</sup>



## Produktsicherheit: Umsetzung bei Henkel

Zu erstklassiger Qualität gehören neben einfacher Anwendung und hoher Produktleistung auch umfassende Produktsicherheit und Umweltverträglichkeit. Unsere Kunden und Verbraucher können sich darauf verlassen, dass Henkel-Produkte und -Technologien bei sachgemäßer Anwendung sicher und umfassend auf ihre Verträglichkeit für Gesundheit und Umwelt geprüft sind. Dazu werden bereits in der Forschung und Entwicklung mögliche Risiken neuer Produkte systematisch bewertet. <sup>i</sup>

In einem ersten Schritt untersuchen unsere Experten, ob Inhaltsstoffe von Produkten eine



*„Über Initiativen zum nachhaltigen Konsum sehen wir in den Märkten der Europäischen Union und anderer Industrienationen große Potenziale, um Kunden zu sensibilisieren und mit nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen erfolgreich zu sein.“*

**Christian Hochfeld,**  
Stellvertretender Geschäftsführer,  
Öko-Institut e.V., Büro Berlin,  
www.oeko.de

Gefährdung für Menschen und Umwelt darstellen können. In einem zweiten Schritt klären sie, in welchem Umfang Menschen und Umwelt diesem Stoff ausgesetzt sind. Denn in den meisten Fällen tritt eine schädliche Wirkung erst ab einer bestimmten Menge und Konzentration des fraglichen Stoffs auf. Erst die Zusammenführung der Ergebnisse beider Bewertungsschritte zu einer Gesamtbewertung des Risikos zeigt, ob ein Produkt im Rahmen seiner Anwendung sicher ist. Das formulierte Produkt wird noch einmal einer Bewertung unterzogen. Die Eigenschaften der Einzelbestandteile, ihre Konzentration im Produkt und dessen Anwendungsbedingungen werden dabei beurteilt.

Der Einsatz von Stoffen mit bestimmten gefährlichen Eigenschaften ist von vornherein für manche Anwendungen ausgeschlossen. So werden Stoffe mit nachgewiesenen krebserzeugenden, erbgutverändernden oder fortpflanzungsgefährdenden Risiken für den Menschen nicht in Konsumentenprodukten eingesetzt. Andere Stoffe unterliegen strikten Henkel-internen Auflagen und Beschränkungen.

Produktentwickler und Experten für Produktsicherheit beobachten die Produkte von Henkel kontinuierlich im Markt. Zum einen, um die gesammelten Erfahrungen in die Bewertungen einfließen zu lassen, zum anderen aber auch, um die Sicherheit der Produkte im Markt zu gewährleisten. Neue wissenschaftliche Erkenntnisse, Rohstoffverunreinigungen oder andere Probleme in der Produktion könnten eine erneute Bewertung eines Produkts oder Anpassung der Vorsorge- und Schutzmaßnahmen erforderlich machen.

### Entwicklung von Alternativen zu Tierversuchen


Im Jahr 2006 haben wir die Haut- und Haarforschung, die Entwicklung tierversuchsfreier Testsysteme und die dermatologischen Studien in unserer biologischen Forschungsgesellschaft Phenion gebündelt. Ziel des neuen Kompetenzzentrums ist es, die

### Umsetzung im Unternehmen




Der Konzernbereich Produktsicherheit definiert Vorgaben und Abläufe und überprüft in regelmäßigen Audits deren Einhaltung. Die Unternehmensbereiche verantworten die Umsetzung der Produktsicherheit.

Wechselwirkung von Stoffen mit der menschlichen Haut zu erforschen. Mit den gewonnenen Erkenntnissen unterstützt Phenion die Entwicklung innovativer Henkel-Produkte und treibt die Entwicklung alternativer Testmethoden zu Tierversuchen voran.

Phenion nutzt unter anderem ein selbst entwickeltes Modell der menschlichen Haut als Basis für die Entwicklung neuer In-vitro-Testmethoden (Tests im Reagenzglas). Durch weltweite Kooperation mit führenden Forschungsgruppen engagiert sich Phenion zudem als industrielles Referenzzentrum für die Umsetzung von alternativen Testmethoden. 

### Europäische Partnerschaft für Alternativen zu Tierversuchen

Ende 2005 gründeten die Europäischen Kommission und einzelne Unternehmen der Industrie die Europäische Partnerschaft für Alternativen zu Tierversuchen (EPAA). Ziel der Partnerschaft ist es, die Entwicklung von Alternativen zu Tierversuchen voranzutreiben. Henkel beteiligt sich zusammen mit seiner Forschungsgesellschaft Phenion aktiv an der Partnerschaft. Am 18. Dezember 2006 legte die EPAA den ersten Jahresbericht der Öffentlichkeit vor. 




## Anforderungen der EU-Chemikalienpolitik

Henkel unterstützt die Grundidee der unter dem Namen REACH bekannten neuen EU-Verordnung. Dabei geht es um die Erfassung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung von Chemikalien. Mit der Entschließung der EU-Umweltminister im Dezember 2006 wurde eine mehrjährige Diskussion über die Reform der europäischen Chemikalienpolitik abgeschlossen. REACH tritt am 1. Juni 2007 in Kraft.

Als Verwender von chemischen Stoffen hat Henkel bereits heute strenge Bewertungsprozesse eingeführt. Diese werden nun wo notwendig angepasst, um auch die zukünftigen Anforderungen abzudecken. Henkel ist aber auch Importeur und Hersteller von Chemikalien. Diese werden der Registrierungspflicht nach REACH unterliegen.

Arbeitsgruppen aus allen betroffenen Unternehmensteilen leisten die notwendigen Vorbereitungen, um die für REACH erforderlichen Maßnahmen im vorgegebenen Zeitrahmen effizient umsetzen zu können. Dazu gehören die Kommunikation mit unseren Rohstofflieferanten und mit den Kunden unserer technischen Produkte sowie die Vor-Registrierung von Rohstoffen.

Die Umsetzungsvorschriften zu REACH liegen noch nicht vor. Um dazu beizutragen, diese pragmatisch zu gestalten, beteiligt sich Henkel auf europäischer Ebene aktiv an der Entwicklung entsprechender Vorschläge. Hierbei liegt der Fokus darauf, Produkte auf Basis der Einzelbewertungen der eingesetzten Inhaltsstoffe mit effizienten Verfahren bewerten zu können. 

## Beitrag zum Klimaschutz

Der Klimawandel ist ein komplexes Umweltproblem und gehört zu den größten Herausforderungen unserer Zeit. Wir nehmen deshalb die Reduzierung der weltweiten Treibhausgas-Emissionen sehr ernst. Als Hersteller kurzlebiger Verbraucherprodukte sowie industrieller Produkte und Technologien sind unsere Aktivitäten nicht sehr energie- und treibhausgasintensiv. Der Hauptenergieverbrauch und

### Auszeichnung für die Entwicklung alternativer Energien




Mit maßgeschneiderten Hightech-Kleb- und -Dichtstoffen ermöglichte Henkel die Fertigung flexibler und besonders leichter Solardächer der Firma Solar Integrated. Diese erfolgreiche Kooperation wurde im November 2006 auf der Umweltmesse Pollutec in Lyon, Frankreich, mit dem European Environmental Press Award geehrt.

die damit verbundenen Kohlendioxid-Emissionen entstehen während der Anwendung, wie beispielhaft die Lebenszyklusanalyse des maschinellen Geschirrspülers zeigt (siehe Seite 13).

Wir konzentrieren uns daher auf die Entwicklung energieeffizienter Produkte und Technologien. So können wir bei der Entwicklung neuer, „sauberer“ Energiequellen wie der Brennstoffzelle oder flexiblen und leichten Solarzellen unser Know-how mit maßgeschneiderten Kleb- und Dichtstoffen sowie Oberflächentechnologien einbringen. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung von Alternativen zu fossilen Energiequellen.

An unseren Standorten steigern wir die Energieeffizienz unserer eigenen Produktionsprozesse und verringern unsere Kohlendioxid-Emissionen. Am Standort Düsseldorf setzen wir beispielsweise erneuerbare Ressourcen und Kraft-Wärme-Kopplungs-Anlagen in unserem Kraftwerk ein.

Durch unsere weltweiten Aktivitäten konnten wir in den letzten fünf Jahren unseren Energieverbrauch um 27 Prozent verringern. Über die damit verbundene Verringerung von Kohlendioxid-Emissionen leisten wir einen Beitrag zum Klimaschutz. 

# Rohstoffe

## Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Wir setzen seit vielen Jahrzehnten Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe zur ganzheitlichen Optimierung von Produkteigenschaften ein, wenn dies unter Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und gesellschaftlicher Gesichtspunkte möglich ist. Bei Waschmitteln, Duschgelen, Klebstiften, Tapetenkleistern und Verpackungsklebstoffen bilden nachwachsende Rohstoffe zentrale Be-

standteile der Rezepturen. Ein weiterer Teil der Inhaltsstoffe basiert auf nicht erneuerbaren und mineralischen Rohstoffquellen.

Von unseren Rohstofflieferanten erwarten wir, dass ihr Verhalten unseren unternehmensethischen Erwartungen entspricht. Dem Einkauf liegen die konzernweit geltenden Einkaufsrichtlinien zugrunde.

### Ziele

Entwicklung leistungsstarker Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe, um langfristig Abhängigkeit von erdölbasierten Inhaltsstoffen zu reduzieren

### Status

Langfristiges Ziel; diverse Forschungsanstrengungen, auch mit externen Partnern

## Rohstoffe mit Zukunft

Ein zentrales Ziel unserer Forschung und Entwicklung ist der Ersatz von erdölbasierten Inhaltsstoffen. Für sie werden alternative Rohstoffe aus erneuerbaren Quellen gesucht. Zum Beispiel sind stärke- und cellulosebasierte Rohstoffe ökologisch und wirtschaftlich interessant. Zum einen, weil eine Vielzahl von Quellen als Ausgangsbasis in Frage kommen, unter anderem sind dies Mais, Kartoffeln, Baumwolle und Bastpflanzen. Zum anderen reduziert die Umstellung die Abhängigkeit von dem begrenzt verfügbaren und immer teurer werdenden Rohstoff Erdöl. Wir forschen daher zusammen mit Partnern intensiv nach Alternativen.

## Nachwachsende Rohstoffe

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, die vollständig aus nachwachsenden Rohstoffen bestehen wie Alkylpolyglucoside (APG), sind die Ausnahme.

Um optimale Wascheleistungen 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, wie zum Beispiel das nur für den industriellen Einsatz nutzbare Palmkernöl, und Fette. Der Anteil nachwachsender Rohstoffe liegt insgesamt bei den Tensiden für Wasch- und Reinigungsmittel bei rund 35 Prozent. Die übrigen 65 Prozent teilen sich auf in anorganische und erdölbasierte Bestandteile.



### Stärkebasierte Stylingprodukte

In der Kosmetik werden natürliche Rohstoffe in allen Produktgruppen eingesetzt. Seifen, Duschgele und Hautpflegeprodukte basieren überwiegend darauf. Der Anteil nachwachsender Rohstoffe in unseren Shampoos beträgt rund 45 Prozent, bezogen auf die Trockenmasse. Auch in Stylingprodukten kommen zunehmend Inhaltsstoffe aus erneuerbaren Rohstoffen zum Einsatz. Zum Beispiel werden die mineralölbasierten Verdickersysteme (Polyacrylate) auf stärke- und cellulosebasierte Rezepturen umgestellt. In unserer neuen Haarstylingcreme Osis Buff beträgt der Anteil nachwachsender Rohstoffe ein Drittel.

### 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 Verpackungsklebstoffen. Bei Klebstoffen zur Flaschenetikettierung beträgt der Anteil zum Beispiel 45 Prozent. Die Rezeptur des Pritt Stifts haben wir im Jahr 2000 auf eine nachwachsende Rohstoffbasis umgestellt. Sie enthält 90 Prozent nachwachsende Rohstoffe bezogen auf die Trockenmasse.


### Dialog zur nachhaltigen Palmölgewinnung

Der Runde Tisch zur nachhaltigen Palmölbewirtschaftung (RSPO) wurde als weltweite Initiative



aller Interessengruppen im Jahr 2004 gegründet. Wir unterstützen das Ziel des Runden Tisches, nachhaltige Herstellung und Verwendung von Palmöl entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu fördern. Im Mittelpunkt des Dialogs stand im Jahr 2006 die Entwicklung von Methoden, um den Einsatz von nachhaltig gewonnenem Palmöl von der Plantage bis zum industriellen Endnutzer nachzuvollziehen. Henkel nutzt – indirekt über seine Lieferanten von Vorprodukten – weniger als 0,2 Prozent des weltweit gewonnenen Palm- beziehungsweise Palmkernöls als Rohstoff. Gleichwohl sehen wir es als Verpflichtung an, unsere Erfahrungen und unser Fachwissen in die gemeinsame Suche nach tragfähigen Lösungen einzubringen.

### Biologisch und abbaubar

„Bioplastik“ ist unter mehreren Aspekten umweltverträglicher als herkömmliches Plastik: Es senkt den Verbrauch von Mineralöl und wird unter Idealbedingungen weitgehend biologisch abgebaut. Mit Blick auf die steigenden Mineralölpreise und die damit verbundenen Herstellkosten können diese Verpackungsmaterialien langfristig auch interessante wirtschaftliche Vorteile bieten. Wir testen daher regelmäßig die Einsatzmöglichkeit von Biokunststoffen als Verpackungsmaterial. Leider konnte bis jetzt kein Stoff die hohen Anforderungen erfüllen, die wir an unsere Verpackungsmaterialien stellen. Wir werden die Entwicklung auf diesem Sektor weiterverfolgen und aktiv nach geeigneten Materialien und Anwendungen suchen. 

# Marken und Technologien

## Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Die Verbraucher und Kunden erwarten von unseren Marken und Technologien hohe Leistung und einfache Anwendung ebenso wie umfassende Produktsicherheit und Umweltverträglichkeit. Die Marken und Technologien von Henkel leisten wichtige Beiträge zur Gesundheit und Hygiene, zur Verlängerung der Lebensdauer von Sachgütern sowie zur effizienteren Nutzung von Ressourcen.

So reinigen leistungsfähige Waschmittel Textilien schonend und gründlich auch bei niedrigen Waschartemperaturen. Kleb- und Dichtstoffe helfen, Bauwerke vor Feuchtigkeit, Hitze und Kälte zu schützen. Innovative Systemlösungen bieten Industriekunden Vorteile im Umweltschutz und deutliche Einsparungen bei den Energie-, Wasser- und Abfallkosten. Oberflächenbehandlungen schützen vor Korrosion und verlängern die Lebensdauer von Produkten.

Die Umweltverträglichkeit unserer Produkte stellen wir durch weltweit standardisierte Freigabeprozesse sicher. Unsere Wasch- und Reinigungsmittel sowie Produkte für die Kosmetik und Körperpflege, die nach dem Gebrauch ins Abwasser gelangen, sind so entwickelt, dass sie die Gewässer nicht übermäßig beeinflussen. Bei der Anwendung chemisch-technischer Produkte müssen die entstehenden Abwässer teilweise zur Entfernung von Schadstoffen vorbehandelt werden, bevor sie ins Kanalnetz geleitet werden.

Produktinnovationen sowie die konsequente Überprüfung unseres Produktportfolios tragen dazu bei, die mit der Anwendung verbundenen Umweltbelastungen noch mehr zu reduzieren und den Gesundheitsschutz weiter zu verbessern.

Ziele	Status
Europäischer Roll-out des Internetportals TheoPrax, um Öffentlichkeit und Fachleuten fundierte Informationen rund um die Themen Waschen, Spülen und Reinigen zu bieten	Ein Projektplan wurde erstellt. Die Unternehmensbereiche arbeiten an der Abstimmung und Sammlung der Inhalte
Kontinuierliche Innovation im Hinblick auf leichtere Anwendung, höhere Leistung und geringere Dosiermengen von Wasch-/Reinigungsmitteln	Siehe Seiten 19 und 20
Substitution stark lösemittelhaltiger Parkettklebstoffe durch emissionsarme Alternativen als Beitrag zum Umwelt- und Gesundheitsschutz	Zwei Parkettklebstoffe auf innovativer Silanbasis – Thomsit P 685 und Thomsit P 690 – ersetzen in Deutschland fast 30 Prozent der lösemittelhaltigen Parkettklebstoffe. Thomsit P 690 wurde in weiteren europäischen Ländern eingeführt und entwickelt sich positiv
Ausweitung des Markts für besonders leichte und ergiebige Fliesenkleber und Übertragung der Technologie auf andere Produktgruppen als Beitrag zur Ressourceneffizienz	Einführung eines Fliesenklebers, der neben einer 30 Prozent höheren Reichweite auch eine Reduktion des Staubs um 90 Prozent gegenüber herkömmlichen Produkten bietet; siehe Seiten 21 und 22
Beseitigung von bleihaltigen Lötpasten in der Elektronikindustrie als Beitrag zum Umweltschutz	Der Anteil bleifreier Produkte wurde von 5 Prozent im Jahr 2004 auf mehr als 61 Prozent im letzten Quartal 2006 gesteigert
Beseitigung von Nickel aus Spülwässern bei der Karosserievorbehandlung in der Automobilindustrie als Beitrag zum Gewässerschutz	IonGard-Technologie weiterentwickelt, um weitere Schadstoffe zu beseitigen und einen geschlossenen Wasserkreislauf zu ermöglichen
Entwicklung hochreiner und langlebiger Kleb- und Dichtstoffe für Brennstoffzellen als Beitrag zur Entwicklung „sauberer“ Energiequellen	Erste Produkte werden für Brennstoffzellen in Fahrzeugen und stationären Anwendungen verkauft. Entwicklung der nächsten Produkt-Generation mit noch längerer Lebensdauer
Entwicklung innovativer Leichtbau-Verbundwerkstoffe für die Luftfahrtindustrie zur Verringerung des Treibstoffverbrauchs	Die von Henkel entwickelten Technologien werden weiter von potenziellen Kunden getestet
Entwicklung von maßgeschneiderten Systemlösungen für Technologien zur Nutzung erneuerbarer Ressourcen als Beitrag zur Entwicklung „sauberer“ Energiequellen	Dichtstoffe für Windturbinen und Reiniger für die Formen von Rotorblättern erfolgreich im Markt etabliert
<b>Neues Ziel:</b> Entwicklung eines nanokeramischen Beschichtungsverfahrens als Alternative zur Eisenphosphatierung in der Automobilindustrie bis Ende 2008	Intensive Entwicklungsarbeiten gemeinsam mit Partnern





### Nachhaltiges Waschen für ganz Europa

Die natürlichen Ressourcen zu schonen, ist auch das Ziel weiterer Initiativen des internationalen Industrieverbands für Wasch- und Reinigungsmittel (A.I.S.E.). Im Zuge derer wurden die Leistung der Henkel-Waschmittel in Westeuropa kontinuierlich gesteigert und die nötigen Dosiermengen und Waschttemperaturen verringert: Seit dem Jahr 2006 engagiert sich Henkel im „Laundry Sustainability Project“ der A.I.S.E. besonders in den neuen EU-Mitglieds- und Anwärtstaaten in Mittel- und Osteuropa sowie in einigen Nachbarländern, um auch dort zu ressourcenschonendem Waschen beizutragen. Ziel des Projekts ist es, den Verbrauch von Chemikalien, Verpackung und Energie sowohl während Herstellung und Transport als auch bei der Anwendung erheblich zu reduzieren.

Im Rahmen des „Laundry Sustainability Projects“ verpflichten sich die teilnehmenden Hersteller, die klassischen Universalwaschmittel durch moderne und effiziente kompakte Pulverwaschmittel im Markt zu ersetzen. Die neu formulierte Rezeptur der Waschmittel von Henkel erlaubt nun auch in Mittel- und Osteuropa eine um ein Drittel gesenkte Dosiermenge pro Waschgang: von 150 auf 100 Gramm. Um den Konsumenten die neue Dosierung zu erleichtern, liegt jeder Packung Pulverwaschmittel von Henkel ein entsprechender Mess-



becher bei. Zu erkennen sind die Kompakt-Pulverwaschmittel an dem EuroCompact-Logo auf der Verpackung. ⓘ

### Somat 7 mit Niedrigtemperatur-Aktivator

Mit dem innovativen Somat 7 setzen wir beim maschinellen Geschirrspülen in Sachen Leistung und Energiesparen neue Maßstäbe. Somat 7 bietet Verbrauchern überragende Reinigungsleistung auch bei wasser- und energiesparenden Spülprogrammen. Mit Hilfe eines Niedrigtemperatur-Aktivators wird Geschirr bereits ab 40 Grad Celsius glänzend sauber. Der neue Reinigungsverstärker aus waschaktiven Enzymen entfernt hartnäckige Verschmutzungen wie Ei- und Soßenreste, so dass diese schon bei 40 Grad Celsius abgespült werden können. Die Bleichmittel entfernen selbst Teerückstände vollständig. Gegenüber vergleichbaren Programmen mit 50 oder 55 Grad Celsius erzielt Somat 7 beim Geschirrspülen bei 40 Grad Celsius Energieeinsparungen bis zu 20 Prozent. Das hilft nicht nur der Umwelt, sondern reduziert auch den Stromverbrauch und damit die Stromkosten. Diese Ziele verfolgen wir nicht allein:

Seit 2006 unterstützen wir mit unseren Geschirrspülmitteln die Initiative „Save Energy and Water“ des internationalen Industrieverbands für Wasch- und Reinigungsmittel (A.I.S.E.). Diese Initiative will die Verbraucher in allen EU-Mitgliedsstaaten sowie in Norwegen, Island und der Schweiz zum Energie- und Wassersparen beim maschinellen Geschirrspülen anregen. Entsprechende Logos auf den Maschinengeschirrspülmitteln und Informationen im Internet ermuntern die Verbraucher, die energieeffizienteren Programme zu wählen. ⓘ



len anregen. Entsprechende Logos auf den Maschinengeschirrspülmitteln und Informationen im Internet ermuntern die Verbraucher, die energieeffizienteren Programme zu wählen. ⓘ



### Volle Waschkraft bei geringer Dosierung

Auch an der Umweltbilanz unserer Flüssigwaschmittel in den USA haben wir intensiv gearbeitet. Die optimierte Rezeptur des Waschmittels Purex erreicht jetzt als Konzentrat mit der halben Dosiermenge die gleiche Waschleistung wie konventionelle Flüssigwaschmittel. Da Waschmittelkonzentrate eine neue Produktgruppe in den USA sind, wurde 2006 die Akzeptanz verschiedener Verpackungsgrößen in zahlreichen Konsumententests evaluiert. Im Jahr 2007 wird Purex Ultra Concentrate schrittweise landesweit eingeführt.

Das neue Produkt hilft in mehrfacher Hinsicht, Ressourcen einzusparen und Umweltbelastungen zu verringern: Die niedrigere Dosierung des Flüssigwaschmittels und das damit geringere Produktvolumen bedeuten weniger Wasserverbrauch während der Herstellung. Zudem benötigen wir rund 40 Prozent weniger Verpackungsmaterial. Das wirkt sich auch positiv auf Transport, Distribution und Lagerung aus. Die Transportfahrten können deutlich verringert werden, was Einsparungen von bis zu 6,5 Millionen Litern Diesel pro Jahr und damit rund 17.000 Tonnen Kohlendioxid-Emissionen bedeutet. Einzelhändler können Regalplätze und Warenlager effizienter nutzen. Und schließlich profitieren auch die Verbraucher von den kompakten Verpackungsgrößen – Purex Ultra Concentrate ist handlicher und lässt sich leichter tragen und verstauen.

### Strahlend weiß

Ein Schlüssel für den weltweiten Erfolg von Henkel ist die Anpassung der Produkte an die regional spezifischen Wünsche und Bedürfnisse der Verbraucher. So wird in vielen Ländern Nordafrikas traditionell viel weiße Wäsche getragen. Den Weißgrad der frisch gereinigten Wäsche beurteilen die Konsumenten dabei sehr kritisch.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, enthalten die Waschmittel Nadhif in Tunesien und Isis in Algerien Inhaltsstoffe für ein besonders strahlendes Weiß. Nach der Wäsche hilft die Sonne, das Waschergebnis weiter zu verbessern, denn beim Trocknen auf der Leine wirken die Inhaltsstoffe in Nadhif und Isis weiter. Sie wirken gegen Flecken und verbessern den Weißindruck des Kleidungsstücks. Die Wäsche wird so nicht nur strahlend weiß, sondern sie muss auch weniger häufig nachgewaschen werden. So wird wertvolles Wasser gespart.

In Mexiko, wo die Wäsche ähnlich häufig in der Sonne getrocknet wird, sind die Inhaltsstoffe in der Waschmittelmarke 1-2-3 ebenfalls erfolgreich eingeführt worden.

### Fa Soft Schaum

Hautfreundlichkeit und Pflege sind bei Seifen wichtige Kriterien. Gewünscht werden pH-hautneutrale Rezepturen, die die Hände nicht austrocknen.

Für eine sanfte Reinigung sorgen eine neue Pflegeformel und die innovative Anwendungsform



der Fa Soft Schäume. Eine speziell für Henkel entwickelte Pumpe erzeugt ohne die Zugabe von Wasser schon bei der Entnahme einen milden und cremigen Schaum. Dieses Vorschäumen bietet gleich zwei Vorteile: Zum einen senkt es den Wasser- und Produktverbrauch beim Händewaschen, da für die Schaumentwicklung kein Wasser mehr benötigt wird. Zum anderen kommt der mikrofeine Schaum bei gleicher Reinigungskraft mit weniger waschaktiven Substanzen (Tensiden) als herkömmliche Flüssigseifen aus. Das macht den Fa Soft Schaum besonders mild und hautverträglich. Darüber hinaus ist die Rezeptur mit reduziertem Tensidgehalt auch unter ökologischen Gesichtspunkten besonders positiv zu bewerten.

### Intensive Pflege für das Haar

Henkel setzt seit vielen Jahren auf die Verwendung nachwachsender Inhaltsstoffe in seinen Produkten. In der Haarpflege beispielsweise helfen Pflegestoffe aus der Natur, den Feuchtigkeitsgehalt des Haares zu regulieren. In zwei neuen Pflegeserien hat Schauma erstmals Wirkstoffkombinationen nutzbar gemacht, die bisher vorrangig in der Hautpflege eingesetzt wurden:

► Die neue Pflegelinie Schauma Joghurt & Aloe Vera nutzt die natürlichen Inhaltsstoffe, um das Haar vor dem Austrocknen zu schützen. Denn auch wenn man es mit bloßem Auge nicht sieht: Der Anteil von Wasser im gesunden Haar beträgt etwa 30 Prozent. Joghurt und Aloe Vera sind besonders für ihre feuchtigkeitsspendenden Eigenschaften

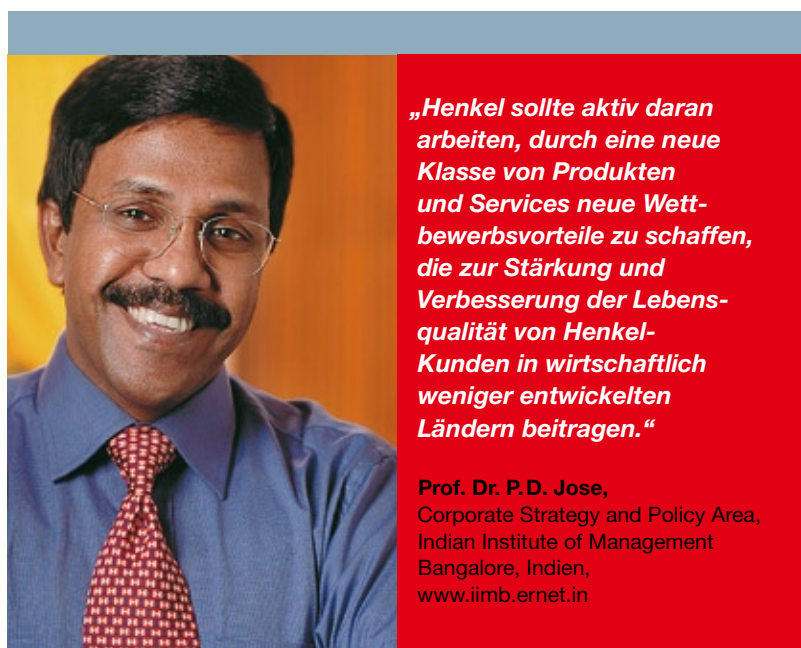


bekannt. Zusätzlich regenerieren Aufbauvitamine das Haar und kräftigen es.

► Auch die Schauma Repair-Rezepturen mit Shea-Butter und Kokos-Extrakt nutzen die Wirkstoffe der Natur: Sheabutter eignet sich mit ihrem hohen Anteil an pflegenden Fetten und Vitaminen hervorragend als Inhaltsstoff für die Haarkosmetik. Die wirkungsvolle Kombination aus Sheabutter und Kokos-Extrakten baut strapaziertes Haar im Inneren auf und glättet gleichzeitig die Haaroberfläche. So lässt sich das Haar besser kämmen.

### Schluss mit Staub

Beim Öffnen, Ausschütten und Anmischen von Fliesenklebern waren Hand- und Heimwerker bislang oft von einer Wolke aus Zementstaub umgeben. Husten, Hautreizungen und Staub in den Augen waren unter Umständen lästige Begleiterscheinungen.



*„Henkel sollte aktiv daran arbeiten, durch eine neue Klasse von Produkten und Services neue Wettbewerbsvorteile zu schaffen, die zur Stärkung und Verbesserung der Lebensqualität von Henkel-Kunden in wirtschaftlich weniger entwickelten Ländern beitragen.“*

**Prof. Dr. P.D. Jose,**  
Corporate Strategy and Policy Area,  
Indian Institute of Management  
Bangalore, Indien,  
[www.iimb.ernet.in](http://www.iimb.ernet.in)



Im Ceresit-Schulungszentrum in Stąporków, Polen, lernen Handwerker die optimale Anwendung von Bautechnik-Produkten.

Im neu entwickelten Ceresit Microgranulat Fliesenkleber Hochflexibel sind die Staubpartikel zu einem feinen Mikrogranulat verbunden. Dadurch wird eine Staubreduktion von bis zu 90 Prozent gegenüber herkömmlichen Fliesenklebern erreicht. Das schont nicht nur die Gesundheit der Anwender – auch die gesamte Arbeitsumgebung und angrenzende Räume verstauben deutlich weniger.

Ein weiterer Vorteil ist die um bis zu 30 Prozent höhere Reichweite je Kilogramm Klebstoff: Mit 18 Kilogramm Ceresit Microgranulat Fliesenkleber Hochflexibel erhält man die gleiche Flächenleistung wie sonst mit 25 Kilogramm. Zudem lässt sich der neue Fliesenkleber mit wesentlich weniger Kraftaufwand verarbeiten.

### Große Kraft ganz ohne Lösemittel

Im US-amerikanischen Markt gelten zunehmend gesetzliche Beschränkungen für den Einsatz von Lösemitteln in Baumaterialien. Auch Verbraucher fordern verstärkt den Einsatz von gesundheits- und umweltverträglichen Materialien beim Hausbau. Bisher stand die Industrie jedoch vor dem Problem, dass lösemittelfreie Bau- und Montagekleber die Anforderungen des Markts nicht erfüllen.

Henkel hat nun den ersten Hochleistungsmontagekleber im nordamerikanischen Markt etabliert, der auf einer wasserbasierten Rezeptur beruht. Dabei ist die Anfangshaftung von Loctite PowerGrab neunmal höher als die herkömmlicher Montagekleber. Zudem ist der Kleber geruchsarm und kann mit Wasser abgewaschen werden. Durch den Einsatz

von Loctite PowerGrab anstelle von lösemittelbasierten Montageklebern wurden – bezogen auf die Verkaufszahlen – im Jahr 2006 beim Bauen und Kleben rund 430 Tonnen weniger Lösemittel ausgestoßen.

### Handwerkerschulungen in Mittel- und Osteuropa

Das Qualitätsverständnis unserer Bautechnik-Spezialisten hört nicht mit der Entwicklung und dem Verkauf leistungsfähiger Produkte auf. Vielmehr will Henkel den Handwerkern helfen, die Produkte auch optimal einzusetzen.

In vielen Ländern der Welt gibt es noch keine standardisierten Ausbildungen für Handwerker, so dass es oft an technischem Hintergrundwissen mangelt. Deshalb bieten wir rund um die Welt Schulungen an. In Mittel- und Osteuropa beispielsweise bauen wir für die Aus- und Weiterbildung von Handwerkern in der gesamten Region Schulungszentren auf. In der Ukraine und Russland hat Henkel Ceresit mittlerweile über 27 „Engineering Technological Centers“ ins Leben gerufen. Bis Ende 2007 sollen mehr als 30 weitere entstehen. Hier lernen die Handwerker die optimale Anwendung der Ceresit Bautechnik-Produkte, vor allem bei der Installation von wärmedämmenden Fassadenbeschichtungen. In Zusammenarbeit mit dem Bildungsministerium der Ukraine helfen Henkel-Bauprofis auch an den staatlichen Berufsschulen bei der Ausbildung des Nachwuchses. So entstehen schrittweise neue Qualitätsstandards.





Im Rahmen der engen Zusammenarbeit zwischen Ceresit und Handwerkern sowie Bau-Experten legen wir Wert auf einen offenen Dialog. Das qualifizierte Feedback der Anwender nutzen wir für weitere Produktverbesserungen und neue Ideen.

### Energiesparen rund ums Haus



Im Durchschnitt gehen fast 22 Prozent der Wärme im Haus über Fenster und Türen verloren. Die Ur-

sache sind häufig unzureichend abgedichtete Fugen oder Verbindungen zum angrenzenden Mauerwerk. Gut isolierte Fenster und Türen hingegen halten Wärme länger in den Räumen und tragen so dazu bei, Energieverbrauch und Heizkosten zu verringern. Mit dem „Windows Technology Quality“-System (WINTeQ-System) haben wir eine Reihe von Produkten unter der Marke Teroson für die Abdichtung der Fugen an Holz-, Kunststoff- und Metallfenstern sowie Türen entwickelt, die helfen, den Energieverlust rund ums Haus deutlich zu senken.

Um Wärmeverlusten ganzheitlich entgegenzuwirken, stellt WINTeQ nach dem Baukastenprinzip für jedes Problem individuelle Lösungen bereit: Es bietet neben flexiblen Isolierschäumen und Dichtmassen für Fugen und Zwischenräume auch komprimierte Schaumstoffdichtbänder und dampföffene Dichtfolien für die Fensteraußenseite sowie dampfdichte Dichtfolien für die Innenseite an. Wärmebrücken und Zugwind werden so optimal vermieden und die Baukörper gleichzeitig vor Schäden durch

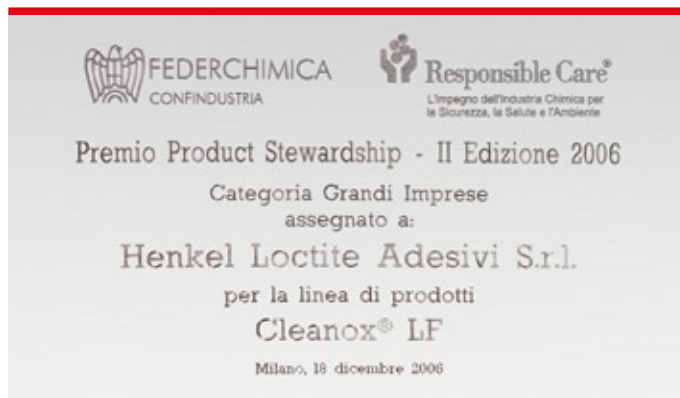
Feuchtigkeit und Schimmel geschützt. Ob Alt- oder Neubau, die aus Fenstern und Türen entweichende Wärme wird auf ein Minimum reduziert.

So hilft WINTeQ zum Beispiel den Handwerkern und Bauprofis in Deutschland, die anspruchsvollen Anforderungen der Energieeinsparverordnung zu erfüllen. Im Jahr 2006 wurde das System auch in den USA eingeführt. Mit Produkten, die auf die Bauweise in den USA angepasst sind, soll WINTeQ auch dort den Energieverbrauch und damit die Treibhausgas-Emissionen verringern.

### Dämpfe auf ein Minimum reduziert

Bücher, Küchenfronten, Spülschwämme und Wohnmobileinbauten – sie alle werden durch reaktive polyurethane Schmelzklebstoffe zusammengehalten. Diese haben viele Vorteile: Sie sind lösemittelfrei, verkleben innerhalb kurzer Zeit, sind sehr belastbar und hitzebeständig. Einen Nachteil gibt es jedoch: Die bei der Anwendung des Schmelzklebers entstehenden Dämpfe können ein Gesundheitsrisiko darstellen, wenn vorgeschriebene Schutzmaßnahmen nicht eingehalten werden.

Um die Arbeitssicherheit bei der Anwendung von Schmelzklebstoffen zu optimieren, haben wir eine Alternative geschaffen: Der neue Schmelzkleber Purmelt MicroEmission reduziert die beim Verarbeitungsprozess entstehenden Dämpfe auf ein Minimum. Im Vergleich zu konventionellen Polyurethan-Schmelzklebstoffen setzt Purmelt Micro Emission 90 Prozent weniger Dämpfe frei und muss daher nicht als „gefährlich“ gekennzeichnet werden.



In Italien erhielt Henkel im Dezember 2006 den Federchimica Product Stewardship Award in der Kategorie „Großunternehmen“ für die Cleanox-LF-Technologie. Dank der neuen Technologie werden für die industrielle Stahlbeize nun erheblich weniger gefährliche Stoffe benötigt. Das verbessert die Arbeitssicherheit und setzt neue Umwelt-, Gesundheits- und Sicherheitsstandards in der Stahlindustrie.

Purmelt MicroEmission leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung von Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit in klebstoffverarbeitenden Betrieben. Dies bestätigen Berufsgenossenschaften und andere unabhängige Einrichtungen, wie das Fraunhofer Institut für Fertigungstechnik und angewandte Materialforschung.

### Chemikalien-Management

Der Übergang von produkt- zu servicebasierten Geschäftsmodellen gewinnt für Henkel an Bedeutung. Fachwissen, Service und technische Kompetenz ergänzen dabei zunehmend den Verkauf materieller Güter.

Ein Beispiel ist das Chemikalien-Management-Konzept von Henkel in den USA. Über den Verkauf unserer Produkte hinaus bieten wir Kunden ein integriertes System, das alle produktionsbezogenen Aspekte der Anwendung von Chemikalien umfasst. Ein Team von 115 Henkel-Experten unterstützt in Nashville im Bundesstaat Tennessee Kunden bei der Auswahl, Verarbeitung und Entsorgung von Chemikalien. Davon sind 80 mobile Berater, die Firmen überall im Land Hilfestellung leisten.

Die fachliche und technische Kompetenz von Henkel im Umgang mit Chemikalien hilft den Kunden, eigene Prozesse zu verbessern, Kosten zu



senken und die Umwelt zu schonen. Zum Beispiel wendet Henkel bei einigen Kunden neue Qualitätskontrollen an, die Rohstoffverbrauch und Fehlerquoten in der Herstellung verringern. Gemeinsam werden Programme zur korrekten Entsorgung von Chemikalien sowie zur Einhaltung von Umweltauflagen erarbeitet und umgesetzt.

### Langfristige Werterhaltung mit Loctite

Maschinenanlagen und industrielle Anlagen stellen erhebliche Investitionswerte dar. Störungsbedingte Produktionsausfälle ziehen meist kostspielige Folgen nach sich. Die langfristige Erhaltung der Anlagen ist für Unternehmen von zentraler Bedeutung. Die Produkte von Loctite leisten einen wesentlichen Beitrag dazu, die permanente Funktionsfähigkeit zu gewährleisten und Risiken zu vermeiden.

Im Fall eines US-amerikanischen Unternehmens der Stahlindustrie halfen Loctite-Produkte, die Ausfallzeit einer Industriepumpe erheblich zu verkürzen und Kosten zu reduzieren. Das Werk stellte bei einer Routineinspektion schwerwiegende Verschleißerscheinungen am Gehäuse einer Pumpe in einem Kühlturm fest. Die kalkulierte Reparatur und Instandsetzung der Pumpe hätte einen Ausfall von fünf Wochen verursacht.

Loctite half, die Schäden innerhalb weniger Stunden zu beheben. Dazu wurden zuerst Verunreinigungen am beschädigten Gehäusebereich mit dem Loctite Schnellreiniger entfernt, um dann die Verschleißstellen mit der Spachtelmasse Loctite Fixmaster Superior Metal auszugleichen. Abschlie-



ßend wurde die Keramikbeschichtung Loctite Nordbak auf das Pumpengehäuse aufgetragen, um eine reibungsarme Oberfläche herzustellen, die die Pumpe vor zukünftigem Verschleiß schützt.

### Sauberer und leistungsstarker Korrosionsschutz

Henkel entwickelt in enger Kooperation mit Partnern und der Automobilindustrie eine Alternative zur Zinkphosphatierung. Diese ist seit Jahrzehnten das Standardverfahren, um Metallbleche für Karosserien vor Korrosion zu schützen und den Lacken einen gut haftenden Untergrund zu bieten.

Mit Bonderite NT haben wir bereits erfolgreich eine Alternative zur Eisenphosphatierung etabliert, die dieser qualitativ, ökologisch und wirtschaftlich weit überlegen ist. Das nanokeramische Beschichtungsverfahren wird beispielsweise in der Produktion von Kühlschränken, Büromöbeln, Supermarktregalen und Landmaschinen eingesetzt. ⓘ

Nun entwickeln wir eine Lösung, mit der wir diese Vorteile auch der Automobilindustrie bieten können. Ziel ist es, die extrem anspruchsvollen Anforderungen für Karosserien zu erfüllen und bereits in zwei Jahren das neue Verfahren in den ersten Produktionslinien für Automobile einzusetzen. Die neue Technologie soll einen bestmöglichen Korrosionsschutz bieten. Gleichzeitig sollen im Vergleich zur Zinkphosphatierung der Energieverbrauch sowie durch eine drastische Schwermetallreduktion der notwendige Aufwand für die Abwasserbehandlung und Entsorgung deutlich reduziert werden.



### Die Ware schützen und Abfall vermeiden

Die Verpackungen unserer Markenprodukte werden nach Gebrauch zu Haushaltsabfällen. Deshalb folgen wir unternehmensweit den drei Prinzipien „vermeiden, vermindern, wiederverwerten“. Um über den gesamten Produktzyklus Verpackungsvolumen zu reduzieren, arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten und Kunden zusammen. Für industrielle Kunden stehen Mehrwegsysteme zur Verfügung, zum Beispiel wiederverwertbare Transportcontainer und Umverpackungen. Transportverpackungen werden so entwickelt, dass Paletten und Container hinsichtlich Volumen und Gewicht optimal gepackt werden können.

Zudem vermindern intelligente Verpackungsformen bei den Verbrauchern die Menge an Verpackungsabfällen. Die Verpackungsentwickler versuchen kontinuierlich, den Materialeinsatz ohne Qualitäts- und Stabilitätseinbußen zu reduzieren. Dabei sind oft auch kleine Schritte von großer Bedeutung. So werden seit dem Jahr 2006 für die Verpackung des Dial-Seifenstücks in den USA statt Faltschachteln weitgehend Papiereinschläge verwendet. In Deutschland konnten wir beispielsweise das Volumen unseres Verpackungsmaterials seit den 1980er Jahren um rund die Hälfte senken. Außerdem arbeiten wir daran, den recycelbaren Anteil unserer Verpackungen kontinuierlich zu erhöhen. Um Kunden beim Recycling von Verpackungen zu unterstützen, setzen wir daher auf Materialien, für die aktuell ein öffentliches Recycling-System besteht.

# Produktion und Logistik

## Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Henkel verfügt über Produktionsstandorte in 52 Ländern. Um die Sicherheit und Wirtschaftlichkeit dieser Standorte kontinuierlich zu erhöhen sowie zugleich Ressourcenverbrauch und Umweltbelastungen zu verringern, verbessern wir bestehende Anlagen, Verfahren und Strukturen und entwickeln neue. Und zudem fördern wir unsere Mitarbeiter. Computergestützte Simulationsprogramme helfen, einzelne Anlagen ebenso wie umfassende Produktions- und Logistikstrukturen effizient zu gestalten und zu steuern. Im Rahmen des weltweiten Wissens- und Technologietransfers zwischen den Standorten fördern wir so auch den technischen Fortschritt und tragen zum sozialen Ausgleich bei.

Um die konzernweite Umsetzung unserer Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE-Standards) zu gewährleisten, überprüfen wir alle Produktionsstandorte regelmäßig durch Audits. Im Jahr 2006 umfasste das interne Auditprogramm insgesamt 22 Standorte weltweit. Der Schwerpunkt lag dabei auf Indien und China. Über die letzten

drei Jahre betrachtet ergab sich eine signifikante Verbesserung der Auditergebnisse. So haben die Auditoren einen erheblich größeren Anteil der Anforderungen an den einzelnen Standorten als „gut“ erfüllt bewertet und an keinem der auditierten Standorte dringenden Handlungsbedarf festgestellt.

Zusätzlich führten die Produktionsstandorte 2006 erstmalig eine Selbstbewertung im Bereich Sicherheit, Umwelt- und Arbeitsschutz durch. Die Rücklaufquote betrug mehr als 98 Prozent. Zur kontinuierlichen Verbesserung legen wir auf Grundlage dieser Ergebnisse anspruchsvolle Ziele und verbindliche Maßnahmen auf allen Ebenen fest. Darüber hinaus lassen wir Managementsysteme extern zertifizieren, wenn wir dadurch Wettbewerbsvorteile erzielen. Ende des Jahres 2006 kamen rund 55 Prozent der Produktionsmenge aus Standorten, die nach der international anerkannten Norm für Umweltmanagementsysteme ISO 14001 zertifiziert sind.

Ziele	Status
Ressourcen- und umweltschonende Produktion durch Umsetzung moderner technischer Verfahren	Ständiges Ziel: siehe Beispiele auf den Seiten 26 bis 31
Weltweite Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme des Unternehmensbereichs Wasch-/Reinigungsmittel nach internationalen Standards	22 Standorte in Europa, Südamerika und Asien zertifiziert; weitere in Vorbereitung
Weltweite Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme des Unternehmensbereichs Henkel Technologies nach internationalen Standards	66 Produktionsstandorte weltweit zertifiziert; weitere in Vorbereitung
Weltweite Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme des Unternehmensbereichs Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker nach internationalen Standards	15 Produktionsstandorte weltweit zertifiziert; weitere in Vorbereitung

## Effizientere Produktions- und Logistikstrukturen in Europa


Durch organisches Wachstum und Akquisitionen entwickelten sich die Produktionsstrukturen des Unternehmensbereichs Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker in Europa zu einem komplexen Verbund. Innerhalb dieser Strukturen lag bisher

der Fokus von Optimierungsmaßnahmen auf den einzelnen Standorten und nicht auf dem Verbund. Um die Komplexität bei Einkauf, Produktion und Distribution zu verringern, haben wir nun die Produktion für Dichtstoffe und Montagekleber europaweit analysiert.

Mit Hilfe eines computergestützten Simulationsprogramms haben wir das gesamte System, bestehend aus Zulieferern, Produkten und Verpackungen,



Produktionsstandorten, Lagern und Logistik, optimiert – zum Beispiel durch die Harmonisierung von Produkten und Formulierungen. Jetzt bilden die Standorte ein Produktionsnetz. Durch die Organisation der Produktionsstandorte in Kompetenzzentren haben wir die Wettbewerbsfähigkeit auf Basis von Marktnähe, Know-how und Produktgruppen erheblich gesteigert.

So produzieren wir beispielsweise in Hannover unter anderem Fugendichtmassen. Diese Fugendichtmassen lassen wir nun in Tanklastwagen statt in Einweg-Stahlfässern transportieren. Dadurch sparen wir jährlich ungefähr 160.000 Euro an Rohstoffkosten. Darüber hinaus werden auch weniger Abfälle produziert und die Reinigungskosten gesenkt. Die Einführung dieser Tankwagen an weiteren Standorten in Spanien und Großbritannien ist für das Jahr 2007 geplant. 

### Großbritannien: Integration eines neu akquirierten Standorts

Am Standort Newark in Großbritannien fertigen 55 Mitarbeiter unter anderem wasserbasierte Klebstoffe und Schmelzklebstoffe für Großbritannien und Irland. Den Standort Newark hat Henkel im Jahr 2005 akquiriert. Bereits vor dem Kauf haben unsere Experten den Standort begutachtet und einen Plan zur Minimierung der Sicherheits-, Gesundheits- und Umweltrisiken aufgestellt. Darauf aufbauend haben wir ein umfassendes Modernisierungsprogramm in die Wege geleitet.

Durch die enge Zusammenarbeit zwischen lokalen, regionalen und zentralen Managementorganisationen und die effiziente Nutzung von Synergien konnten schnell sichtbare Erfolge verzeichnet werden – interne und externe Audits bestätigen dies. So wurde zum Beispiel durch die Optimierung der Wartungssysteme die Effizienz der Anlagen erhöht. Auch der Kontakt zu den lokalen Behörden wurde wesentlich verbessert. Im Jahr 2006 gab es keinen Arbeitsunfall mit Ausfalltagen. Darüber hinaus wurde der Standort nach dem Industrie-Hygiene-Standard BRC/IOP erfolgreich zertifiziert. Auf eine

### Mitdenken, Mitmachen, Mitsparen



Energiesparen: Mit Hilfe der Mitarbeiter soll der Energieverbrauch am Standort Düsseldorf im Jahr 2007 um 10 Prozent gesenkt werden. Den Auftakt bildet seit Ende 2006 die Kampagne „Licht aus, Heizung runter“. Dazu wurden an allen Gebäudeeingängen Plakate aufgestellt.

weitere Zertifizierung des Managementsystems für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz haben wir uns vorbereitet.

### Weltweit: Beiträge zu Energieeffizienz und zum Klimaschutz

Henkel hat bereits in den vergangenen Jahrzehnten wirksame Energiesparmaßnahmen entwickelt und umgesetzt. So konnten wir allein von 2002 bis 2006 den Energiebedarf pro Tonne Produkt um 27 Prozent senken und die damit verbundenen Kohlendioxid-Emissionen um 21 Prozent verringern. Um gemeinsam weitere Wege zu finden, Kosten und Energieverbrauch zu senken, lud das Team der Energiewirtschaft in Düsseldorf die Fachkollegen aus allen anderen Standorten in Deutschland zu einem „Energiegipfel“ ein.

Nachfolgend einige Beispiele für erfolgreiche Projekte:

#### ► Deutschland, Düsseldorf: Effizienz in der Liofol-Produktion

Durch den Umbau von Anlagen, die Verwendung von Kühlturmwater anstelle des Einsatzes von Kälteanlagen und weitere Maßnahmen konnten

**Karaikal in Indien**

Durch eine neue Abwasserbehandlungsanlage und Optimierungen bei der Waschmittelherstellung (Foto) konnten die Kohlendioxid-Emissionen um 25 Prozent und der Wasserverbrauch um rund acht Prozent reduziert werden. So leistet Henkel einen beispielhaften Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung in Indien.

die Energiekosten für die Herstellung einer Tonne Klebstoff seit dem Jahr 2002 um mehr als die Hälfte reduziert werden.

► **Österreich, Wien: Druckluftherzeugung optimiert**

Durch die Nutzung der Abwärme sowie eine am Verbrauch optimierte Druckluftsteuerung konnten die Kohlendioxid-Emissionen um 574 Tonnen reduziert werden. Die jährlichen Einsparungen betragen circa 327.000 Euro.

► **Indien, Karaikal: Energieverbrauch reduziert**

Bei der Herstellung von Pulverwaschmitteln zählt die Trocknung im Sprühturm zu den energieintensiven Prozessschritten. Wir setzen daher bei der Waschmittelherstellung einen niedrigen Anteil von sprühgetrockneten Rohstoffen ein. Am Standort Karaikal in Indien konnten der Gasverbrauch und die entsprechenden Kohlendioxid-Emissionen um 25 Prozent pro Tonne Produkt gesenkt werden.

► **Ungarn, Körösladány: Dampferzeugung optimiert**

Durch die Erneuerung der Dampf- und Warmwassererzeugung konnten wir die damit verbundenen Kohlendioxid-Emissionen um 15 Prozent verringern. Zusätzlich führten die Modernisierung der Infra-

struktur und die Optimierung der Gebäudeheizung zu Einsparungen von rund 100.000 Euro pro Jahr.

**Indien: Wasser gespart**

Am Standort Karaikal in Indien produzieren wir Geschirrspülmittel, Glasreiniger und Waschmittel, deren Herstellverfahren und Rezepturen viel Wasser benötigen. Um Wasser einzusparen, haben wir am Standort gleich zwei Prozesse umgestellt: Zum einen werden die im Abwasser verbleibenden Feststoffe aus der Produktion abgetrennt und mit einem neuen Filtersystem entwässert. Das so gewonnene Prozesswasser kann anschließend wieder in der Produktion eingesetzt werden. Zum anderen haben wir eine neue Behandlungsanlage in Betrieb genommen, die die organische Belastung des Sanitärabwassers reduziert. Statt des ehemals verwendeten Brunnenwassers kann nun aufbereitetes Abwasser für den Kühlturm sowie für die Pflanzenbewässerung eingesetzt werden. Die jährlichen Einsparungen betragen rund acht Prozent.

**Irland: Energieeinsparungen und -Monitoring**

Am Standort Tallaght bei Dublin produzieren 395 Mitarbeiter unter anderem Sekundenkleber und Hochleistungsdichtstoffe. Um Einsparpotenziale aufzudecken, führte Henkel Ireland ein umfangreiches Energie-Audit durch.

Anhand eines Monitoringsystems konnten wir die größten Energieverbraucher identifizieren und Ursachen für hohen Verbrauch aufdecken. Basierend auf diesen Ergebnissen haben wir einen Energiemanagementplan aufgestellt: Einsparungen konnten unter anderem durch die Optimierung des Heißwassersystems sowie die Beseitigung von undichten Stellen im Druckluftsystem erzielt werden. Zahlreiche Schulungs- und Kommunikationsprojekte verbesserten das Bewusstsein der Mitarbeiter zu Energiethemen. Dadurch haben wir den gesamten Energieverbrauch um 12 Prozent gesenkt, trotz Steigerung der Produktionsmenge. Das entspricht einer jährlichen Einsparung von 97.000 Euro.

Weitere Standorte in Irland werden dem Beispiel Tallaght folgen und sich auf ein Energie-Audit im Jahr 2007 vorbereiten.

### Mehr Logik in der Logistik

Mit dem Projekt „Optimization of Transport and Warehouses“ (OTTAWA) wollen wir die Komplexität beim Transport und bei der Lagerung von Henkel-Fertigwaren verringern. Dadurch wollen wir sicherstellen, dass die Ware stets auf dem effizientesten Weg zu den Kunden gelangt. Ein zentral koordinierter Logistik-Einkauf sowie die weitgehende Zusammenlegung von Waschmittel- und Kosmetiklagern sollen weitere Synergieeffekte erzielen.

### Kooperation bei Transporten

Intelligente Transporte funktionieren vernetzt und partnerschaftlich am besten. Daher bevorzugen wir Transportunternehmen, die bereits mit anderen Transportunternehmen kooperieren. Zudem nutzen wir Möglichkeiten, uns mit anderen Anbietern ähnlicher Produkte beim Transport zusammenzuschließen, da die Empfänger häufig identisch sind: Zum Beispiel kooperieren wir in Deutschland bei der Distribution unserer Kosmetikprodukte mit anderen führenden Konsumgüterherstellern.

Auch für den französischen Handel haben wir gemeinsam mit zwei weiteren Konsumgüterherstellern die Distributionslogistik zusammengelegt. Durch die Bündelung wird die Lkw-Auslastung von bisher 75 auf nahezu 100 Prozent steigen. Die Zahl der für die Auslieferung benötigten Lkws und die Transportkilometer werden so um 20 Prozent sinken.

### Lager zusammengefasst

Der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel will zukünftig die Lieferkette noch effizienter gestalten und die Bestandskosten der Lagerhaltung weiter senken: Um die Vorläufe von der Produktion

zum Lager besser zu strukturieren, werden unsere acht Lager in Deutschland bis Anfang 2008 zu drei großen Regionallagern in Düsseldorf, Genthin und einem Standort in Süddeutschland zusammengefasst. Dabei werden wir weitgehend auf die Bahn zur Belieferung der Lager zurückgreifen.

Auch in Österreich entstand ein neues Zentrallager am Produktionsstandort in Wien. Von diesem Zentrallager aus liefern wir Wasch- und Spülmittel direkt zu Kunden in Tschechien, der Slowakei und Slowenien sowie Wasch- und Reinigungsmittel und Kosmetika zu Kunden in Österreich. Durch die zentrale Auslieferung unserer Produkte und durch die Einstellung der bisherigen Belieferung unserer nationalen Lager werden jährlich rund 200.000 Lkw-Kilometer vermieden. Dies entspricht rund 70.000 Litern Dieselkraftstoff pro Jahr.

### Deutschland: Stahl gespart

In Heidelberg produziert Henkel unter anderem Kleb- und Dichtstoffe, Korrosionsschutzprodukte sowie hochviskose Polyurethanklebstoffe. Diese lagern üblicherweise in Stahlfässern, bevor sie mit einer hydraulischen Presse in Kartuschen abgefüllt werden. Weil dabei ein Hydraulikstempel mit hohem Druck in die Stahlfässer gepresst wurde, dehnten sich die Fässer bisher immer um einige Millimeter aus und wurden für eine Wiederverwendung unbrauchbar. Die Fässer wurden zwar von



**„Der Kampf gegen Klimaveränderungen wird in den kommenden Jahrzehnten immer wichtiger werden. Positive Trends im Umweltschutz sollten durch die Einführung fortschrittlicher Umweltmanagementverfahren gefestigt werden.“**

**Dr. Mikhail Kozeltsev,**  
Executive Director, Russian  
Regional Environmental Center  
(RREC), Moskau, Russland,  
[www.rusrec.ru](http://www.rusrec.ru)



Die Mischkessel im Werk Cerano in Italien werden nicht mehr mit Lösemitteln, sondern unter Hochdruck mit Wasser gereinigt.

einer Manschette umschlossen, aber diese war mit einem Spannhebel verschlossen, dessen Spanndruck nicht ausreichte, um die Fässer in ihrer Form zu halten. Jetzt werden die Fässer mit massiven Klemmschrauben ohne Spiel in der Manschette gehalten und können dadurch bis zu sechsmal wieder verwendet werden. So können wir 6.500 Fässer pro Jahr einsparen, das entspricht 120 Tonnen Stahl. Und für die eingesparten Fässer fallen auch keine Entsorgungskosten mehr an.

### Italien: Kessel sauber gereinigt

Das Werk Cerano in Italien liefert ausschließlich Kleb- und Dichtstoffe an Standorte von Henkel zur Weiterverarbeitung. Bei der Herstellung von Silikon-Produkten ist die Hygiene ein kritischer Faktor: Oftmals verbleibt nach der Entleerung ein dünner Film aus Silikonresten an den Wänden der Mischkessel. Damit dieser nicht die nächste Produktionscharge verunreinigt, mussten Mitarbeiter die Kessel bisher aufwändig mit Bürsten und Lösemitteln von Hand säubern.

Anfang 2006 ist es gelungen, den gesamten Reinigungsprozess zu automatisieren. Die Mischkessel werden jetzt nicht mehr mit Lösemitteln, sondern unter Hochdruck mit Wasser in weniger als 25 Minuten gereinigt. Wasser und Silikonreste werden kontinuierlich in einem geschlossenen Kreislauf vom Boden des Gefäßes abgezogen und über einen Filter

einem Tank zugeführt. Das gefilterte Abwasser kann mehrfach wiederverbenutzt und dann entsorgt werden. Auf diese Weise werden alle Rückstände lösemittelfrei entfernt, der Reinigungsprozess beschleunigt, die Umwelt entlastet sowie ein hoher Sicherheits- und Gesundheitsstandard gewährleistet.

### Europa: vermarkten statt entsorgen

Ob Rohstoffe und Verpackungen, Fertigprodukte oder technische Geräte – Henkel führt alle Restbestände, für die intern keine Verwendung mehr besteht, einer virtuellen Reststoffbörse zu. Von dort werden sie an externe Interessenten verkauft, angefangen bei nicht mehr für Henkel verwendbaren Rohstoffen über Zwischenprodukte bis hin zu ausgemusterten Produktionsanlagen. Auf diese Weise sparen wir Kosten für die Entsorgung sowie für weitere Lagerhaltung. Mit dem Verkaufserlös kann auch ein Teil der Herstell- und Einkaufskosten dieser Reststoffe gedeckt werden. Durch die Rückführung der überschüssigen Materialien in den Wertstoffkreislauf leistet Henkel einen wichtigen Beitrag zur Abfallvermeidung und Ressourcenschonung.

### USA: geschickt gelöst – Recycling von Lösemitteln

In den USA werden die Emissionen von flüchtigen organischen Verbindungen (VOC) seit Dezember 2006 durch eine neue Verordnung der Environmental Protection Agency (EPA) deutlich begrenzt. Landesweit müssen Unternehmen VOC-Emissionen, die sie ohne Abluftbehandlungen emittieren, um mindestens 75 Prozent reduzieren. Davon sind die Henkel-Standorte in Buffalo in New York, Carol Stream in Illinois und Mentor in Ohio direkt betroffen. Einem internationalen Team ist es in enger Kooperation mit den Behörden gelungen, die Anforderungen nicht nur fristgerecht umzusetzen, sondern die Emissionen sogar um 90 Prozent zu reduzieren. Anstelle des Standardverfahrens, bei dem Lösemitteldämpfe unter Energiezufuhr verbrannt







# Umweltkennzahlen der Produktionsstandorte

## Transparenz

Konzernweit verwenden wir Kennzahlen, um Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren, Maßnahmen zu steuern und die Zielerreichung zu kontrollieren. Gleichzeitig sind diese Kennzahlen wichtig, um die Öffentlichkeit kompakt und transparent über Leistungen und Fortschritte zu informieren. Sie basieren auf den Umweltkennzahlen des europäischen Chemieverbands.

Im Nachhaltigkeitsbericht 2006 fokussiert Henkel stärker auf die Veröffentlichung weltweit relevanter Kernindikatoren. Stickoxid- und Staub-Emissionen sowie der Verbrauch von Chlorkohlenwasserstoffen sind als globale Steuerungsgrößen für uns weniger relevant und werden daher ausschließlich im Internet veröffentlicht. 

Im Internet verweist zusätzlich ein GRI-Index auf die Berichtsthemen und Indikatoren der Global Reporting Initiative (GRI). 

## ► Weltweite Erhebung

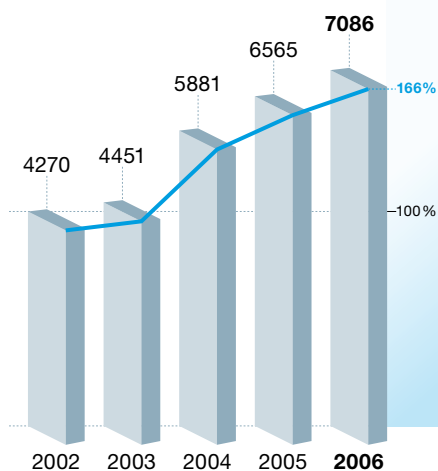
Die produktionsbezogenen Daten werden an 162 Werken von Henkel in 52 Ländern ermittelt. Diese Standorte sind unter anderem nach dem Produktionsvolumen sowie nach Art und Höhe des Ressourcenverbrauchs und der Emissionen ausgewählt. Sie repräsentieren mehr als 95 Prozent der weltweiten Produktion.

## ► Vergleichbare Basis

Henkel wächst und damit die Zahl der in die Erfassung der Umweltdaten einbezogenen Standorte – von 117 im Jahr 2002 auf 162 im Jahr 2006. Da der Zuwachs nicht gleichmäßig erfolgt, ergeben sich Sprünge in der Datenentwicklung. Um die Interpretation der Zahlen zu erleichtern, ist daher auf den Grafiken als Index auch die Entwicklung der Kennzahlen im Vergleich zur Produktionsmenge (pro Tonne Produkt) dargestellt. Basis (= 100 Prozent) für diese Kurven ist das Jahr 2002.

### Produktionsmengen

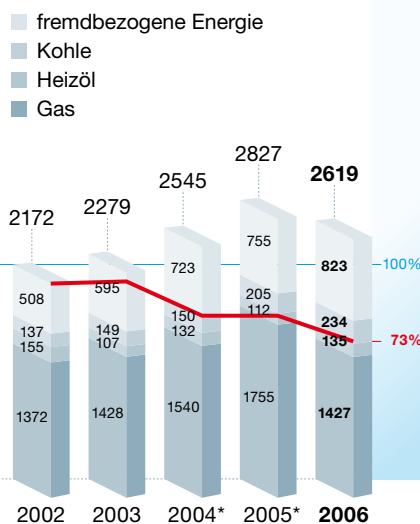
Angaben in Tausend Tonnen



Die Produktionsmenge stieg im Jahr 2004 durch Akquisitionen – insbesondere von Dial und Sovereign Specialty Chemicals – um rund 20 Prozent an.

### Energiebedarf

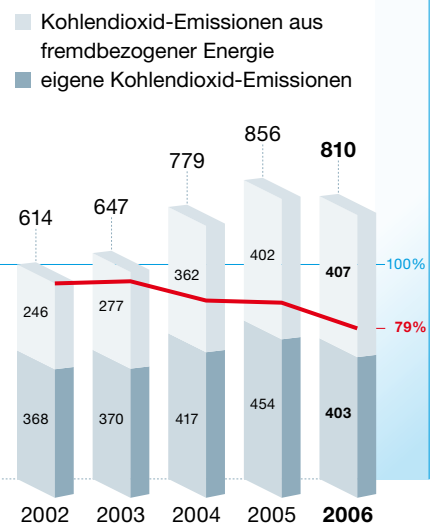
Angaben in Tausend Megawattstunden



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

### Kohlendioxid-Emissionen

Angaben in Tausend Tonnen



Das durch die Aktivitäten von Henkel freigesetzte Kohlendioxid entsteht fast ausschließlich bei der Energieerzeugung. Die angegebenen Werte beinhalten auch Kohlendioxid, das bei der Erzeugung von fremdbezogener Energie entstand und nicht an den Henkel-Standorten emittiert wurde.

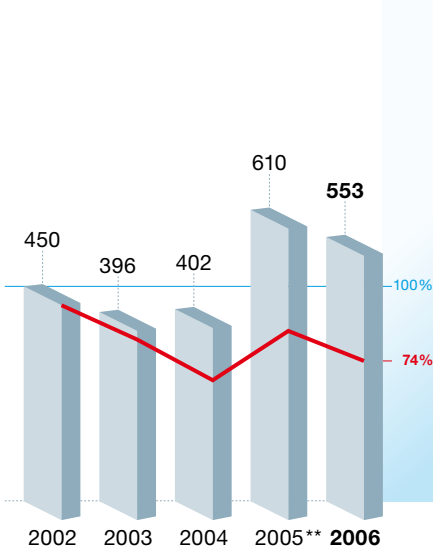


Die Index-Kurve auf den Grafiken stellt die Entwicklung der Kennzahlen im Vergleich zur Produktionsmenge (pro Tonne Produkt) dar. Basis (= 100 Prozent) für die Index-Kurve ist das Jahr 2002.

\* Im Rahmen der Datenvalidierung wurde an mehreren Standorten ein Fehler bei der Erfassung identifiziert und geändert.

**Schwefeldioxid-Emissionen**

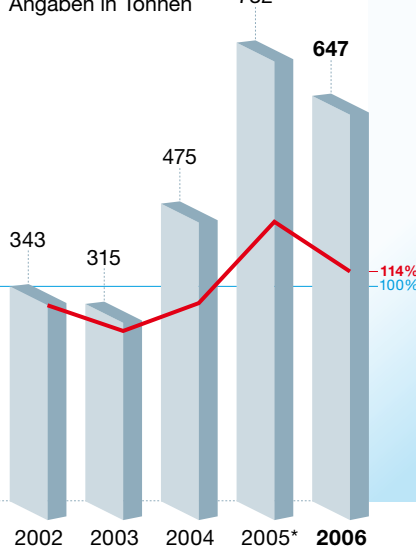
Angaben in Tonnen



\*\* Bedingt durch Veränderungen im Brennstoff-Mix einzelner Standorte stiegen die Schwefeldioxid-Emissionen an.

**Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen**

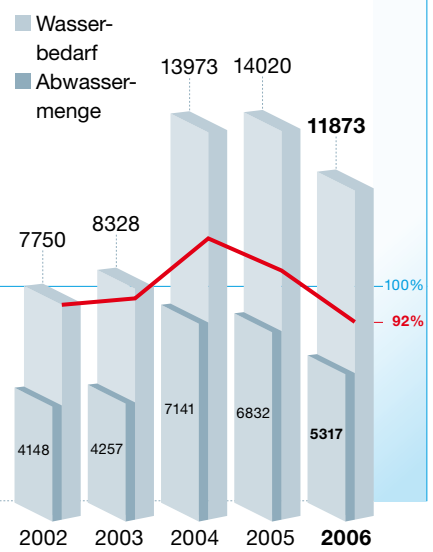
Angaben in Tonnen



Der Anstieg in den Jahren 2004 und 2005 ist insbesondere durch Akquisitionen begründet. Im Jahr 2006 konnten bereits Maßnahmen zur Reduzierung der Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen umgesetzt werden.

**Wasserbedarf und Abwassermenge**

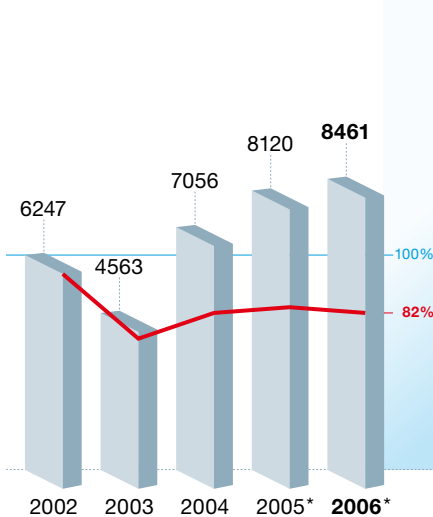
Angaben in Tausend Kubikmeter



Die Werte beinhalten fremdbezogenes und selbst gefördertes Wasser. Hauptsächlich wird Brauchwasser eingesetzt. Da Verdunstungsverluste auftreten und Wasser auch in vielen Produkten enthalten ist, ergeben sich gegenüber dem Wasserbedarf geringere Abwassermengen.

**CSB-Emissionen in das Abwasser**

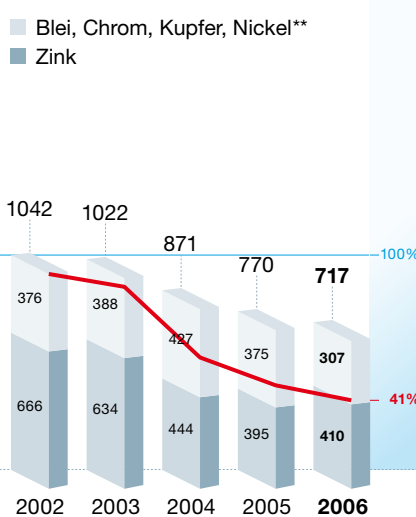
Angaben in Tonnen



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

**Schwermetall-Emissionen im Abwasser**

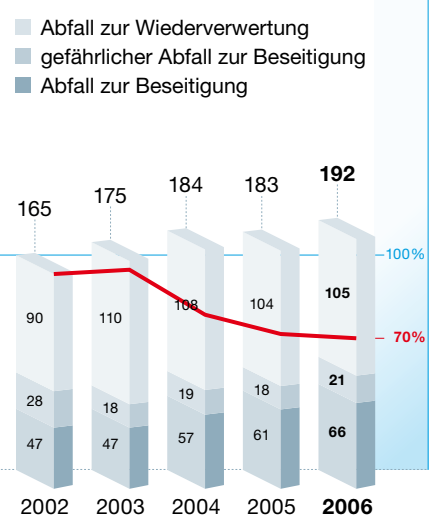
Angaben in Kilogramm



Da Zink bezüglich seines Einflusses auf die Umwelt im Allgemeinen weniger kritisch als die übrigen Schwermetalle zu bewerten ist, wird die Zinkfracht gesondert ausgewiesen. \*\* Besonders bedenkliche Schwermetalle wie Quecksilber und Cadmium sind nicht relevant.

**Abfälle zur Wiederverwertung und Beseitigung**

Angaben in Tausend Tonnen



„Gefährlicher Abfall zur Beseitigung“ umfasst alle Abfallarten, die nach dem jeweiligen nationalen Recht als gefährlich eingestuft sind, und die in der Basler Konvention von 1989 aufgeführten gefährlichen Abfälle. Da in den einzelnen Ländern immer mehr Abfallarten als gefährlich eingestuft werden, ist es möglich, dass die Menge an „gefährlichem Abfall“ steigt, ohne dass sich die Abfallsituation von Henkel geändert hat.

Die Index-Kurve auf den Grafiken stellt die Entwicklung der Kennzahlen im Vergleich zur Produktionsmenge (pro Tonne Produkt) dar. Basis (= 100 Prozent) für die Index-Kurve ist das Jahr 2002.

\* Im Rahmen der Datenvalidierung wurde an mehreren Standorten ein Fehler bei der Erfassung identifiziert und geändert.

# Mitarbeiter und Arbeitsplätze

## Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Als international tätiges Unternehmen setzen wir auf bestens ausgebildete, flexible und hoch motivierte Mitarbeiter, deren Erfahrungen, Talente und Fähigkeiten die Vielfalt unserer Märkte und Kunden widerspiegeln.

Wir fördern unsere Mitarbeiter gezielt und verknüpfen ihr persönliches Engagement mit dem Erfolg des Unternehmens. Dafür setzen wir auf zielorientierte Führung, leistungsorientierte Vergütung, regelmäßige Bewertung und kontinuierliches Lernen.

Neben der Motivation der Mitarbeiter tragen auch die Unternehmenskultur und ein positives

Arbeitsklima entscheidend zum Unternehmenserfolg bei. Dazu gehören die Verpflichtung, die persönliche Würde, die Privatsphäre und die Persönlichkeitsrechte unserer Mitarbeiter zu respektieren, sowie der Grundsatz der Gleichbehandlung. Beide Elemente haben wir als wichtige Verhaltensregeln im Code of Conduct verankert.

Die Sicherheit und Gesundheit aller Mitarbeiter haben für Henkel oberste Priorität. Wir wollen die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz stetig verbessern. Gezielte Programme tragen zur Gesundheitsförderung bei und erhalten langfristig die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter.

Ziele	Status
<b>Neues Ziel:</b> Positionierung von Henkel als Arbeitgeber erster Wahl bei besonders qualifizierten Studenten	
<b>Langfristiges Ziel:</b> Kontinuierliche Verbesserung der Unternehmenskultur durch regelmäßige und systematische Mitarbeiterbefragungen. Ziel ist es, zu den besten 25 Prozent der Unternehmen zu gehören	Siehe Seite 37
<b>Neues Ziel:</b> Harmonisierung der weltweiten Personalinformationssysteme und der Personaldaten bis zum Jahr 2010	
<b>Neues Ziel:</b> Förderung der Vielfalt im Unternehmen. Ziel: Die Erfahrungen und Fähigkeiten der Mitarbeiter sollen die Vielfalt der Märkte und Kunden widerspiegeln. Dazu gehören unter anderem die Förderung des Frauenanteils in Führungspositionen sowie eine angemessene Repräsentation der verschiedenen Nationalitäten und Altersgruppen	Siehe Seiten 34 bis 36
<b>Langfristiges Ziel:</b> Null Arbeitsunfälle. Neues Zwischenziel bis Ende des Jahres 2010: Reduzierung um 50 Prozent	2,0 Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden (Basisjahr 2005: 3,0 Arbeitsunfälle)

## Diversity – Vielfalt macht stark


Ein Baustein für den Erfolg heißt Diversity – die Vielfalt im Unternehmen. Sie leistet einen wichtigen Beitrag zur Kreativität, Innovation und wirtschaftlichen Stärke. In diesem Bewusstsein fördern wir die Mitarbeiter in ihren Fähigkeiten und schätzen ihre individuellen Eigenschaften und Besonderheiten als wichtige Werte für das Unternehmen. Diese Wertschätzung ist im Code of Conduct sowie im Code of Teamwork and Leadership verankert.

Wir wollen, dass in unserem Unternehmen Menschen unterschiedlicher Herkunft, verschiedenen

Alters und mit vielfältigen individuellen Fähigkeiten effektiv und mit Freude zusammenarbeiten. Daher ist Diversity ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur. Im Fokus steht dabei die Identifikation und Beseitigung von Barrieren, die individuelle Entfaltungsmöglichkeiten einschränken. Im Jahr 2006 haben wir beispielsweise aufbauend auf unserem „Diversity Cockpit“ verschiedene Ziele formuliert und Programme aufgelegt, um die Vielfalt bei Henkel weiter auszubauen. Dieses Cockpit zeigt die drei Dimensionen Alter, Geschlecht und Internationalität in der weltweiten Struktur der Führungskräfte bei Henkel.



## „Urban Award“ geht an Henkel CEE

Im November 2006 erhielt Henkel Central Eastern Europe (CEE) in Wien den „Urban Award“ in der Kategorie „Großunternehmen“. Der Preis steht für besonders vorbildhaftes Verhalten im Bereich der Umsetzung von Gleichstellungsmaßnahmen sowie der Förderung der interkulturellen Vielfalt. 

Die Bandbreite unserer personalpolitischen Maßnahmen in Mittel- und Osteuropa reicht von flexiblen Arbeitszeitmodellen über die Förderung der Vielfalt im Unternehmen bis hin zur internationalen Henkel CEE Academy. Sie bietet Seminare und Workshops für Mitarbeiter in zehn Sprachen an.

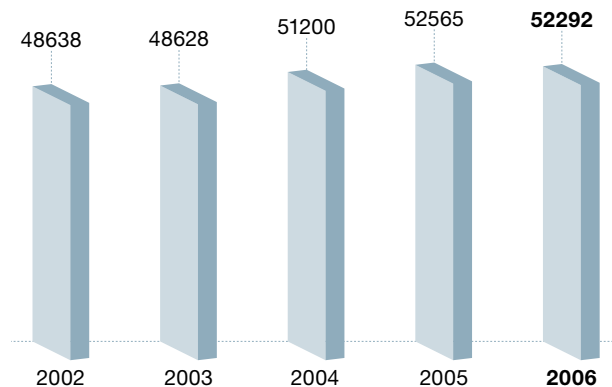
## USA: Diversity-Programm

Bei der seit März 2004 zu Henkel gehörenden Dial Corporation fördert ein zentrales Personalentwicklungsprogramm ein auf Verständnis und Toleranz basierendes Arbeitsklima. Ziel ist es, dass alle neuen Mitarbeiter das Programm in ihrem ersten Jahr der Unternehmenszugehörigkeit absolvieren. So wurden im Jahr 2006 127 Mitarbeiter in Workshops geschult in ihrer Aufmerksamkeit und Sensibilität gegenüber anderen Kulturen, ethnischen Hintergründen, Religionen und Denkweisen. Aufbauend auf diesen Grundprinzipien wollen wir das Programm im Jahr 2007 auf alle neuen Henkel-Mitarbeiter in den USA anpassen und ausweiten.

Zusätzlich hat Dial ein spezielles Entwicklungsprogramm für Frauen und Minderheiten etabliert, die das Potenzial und die Bereitschaft haben, eine höhere Managementqualifikation zu erlangen. Das Programm vermittelt den Teilnehmern ein besseres Verständnis für ihre eigenen Stärken und Schwächen. Es hilft ihnen, ihre Fähigkeiten mit der Unterstützung eines Coachs, eines Mentors und der anderen Teilnehmer weiterzuentwickeln. Die bisherigen Resultate sind Erfolg versprechend: Nach zwei Jahren konnten rund 70 Prozent der Teilnehmer ihre Managementqualifikation verbessern.

## Mitarbeiter weltweit

zum 31. 12. 2006



## Mitarbeiter nach Regionen

	2005	2006	in %
Deutschland (mit Auszubildenden*)	10.688	10.454	20,0 %
Europa (ohne Deutschland)	17.553	17.673	33,8 %
Afrika/Nahe Osten	5.490	5.672	10,8 %
Nordamerika	7.271	6.651	12,7 %
Lateinamerika	4.208	4.297	8,3 %
Asien/Pazifik	7.355	7.545	14,4 %
<b>Henkel</b>	<b>52.565</b>	<b>52.292</b>	<b>100 %</b>

Ende 2006 beschäftigte Henkel 52.292 Mitarbeiter. Im Laufe des Jahres sank die Zahl der Beschäftigten um 273 Mitarbeiter. Weltweit arbeiten rund 9.100 Mitarbeiter als Führungskräfte. Der Anteil der Frauen im Management liegt bei rund 24,6 Prozent. \* In Deutschland begannen im Jahr 2006 insgesamt 167 junge Leute ihre Ausbildung bei Henkel. Das sind 15 Prozent mehr als im Vorjahr. Insgesamt erlernen damit 473 Auszubildende 26 verschiedene Berufe.

## Führungskräfte

**Top-Führungskräfte\***  
764 Mitarbeiter  
Durchschnittsalter: 47,4

**Führungskräfte gesamt**  
9.100 Mitarbeiter  
Durchschnittsalter: 42,2



12,3 % Frauenanteil



24,6 % Frauenanteil

Insgesamt arbeiteten Ende des Jahres 2006 rund 6.550 nicht-deutsche Führungskräfte aus 79 Ländern bei Henkel.

\* Geschäftsführung, Direktorium, Führungskreise I und IIA weltweit.

### Indien: mehr Vielfalt bei neuen Mitarbeitern

Zusammen mit dem Automobil-Zulieferer ANAND betreibt Henkel Teroson in Indien ein Joint Venture, das Partner der SNS Foundation ist. Diese Stiftung engagiert sich unter anderem für die Armutsbekämpfung und setzt sich für Chancengleichheit ein. Mit Hilfe der SNS Foundation wurde die Rekrutierung von Mitarbeitern an den drei Standorten des Joint Ventures an die lokalen Gegebenheiten angepasst. Die verschiedenen regionalen Bevölkerungsgruppen und Frauen sollen angemessen repräsentiert sein. Besonders erfolgreich war hier der Standort Chennai: Bereits 40 Prozent der dort arbeitenden Ingenieure sind Frauen.

### Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Henkel unterstützt seine Mitarbeiter dabei, ihr berufliches Engagement mit ihrer persönlichen Lebensplanung in Einklang zu bringen. Für die deutschen Standorte legt die Arbeitsgruppe „Familie und Beruf“ Ziele fest und erarbeitet Lösungen. Besonderes Augenmerk kommt hier weiterhin der Betreuung von Kindern unter drei Jahren zu. In diesem Bereich konnte das Angebot am Standort Düsseldorf im Jahr 2006 auf insgesamt 26 Betreuungsplätze mehr als verdreifacht werden. Darüber hinaus unterstützen der externe „Familienservice“ und die „Sozialen Dienste“ von Henkel die Mitarbeiter in Deutschland bei der Suche nach Betreuungseinrichtungen für ihre Kinder sowie für pflege- und betreuungsbedürftige Familienangehörige. Sie vermitteln bei Bedarf auch Fachpersonal und stehen den Mitarbeitern mit Beratungsangeboten zur Seite.

Kasper Rorsted, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung der Henkel KGaA, wurde von der Bundesfamilienministerin Dr. Ursula von der Leyen zum Botschafter des Landes Nordrhein-Westfalen für das Unternehmensprogramm „Erfolgsfaktor Familie“ berufen. Neben Rorsted wurden weitere hochrangige Manager als Repräsentanten der 15 anderen Bundesländer ernannt.

In Österreich bietet Henkel in Kooperation mit der Firma Employee Service seinen Mitarbeitern umfangreiche Beratung und Unterstützung in den Bereichen Konfliktmediation, Gesundheit, Schwangerschaft und Familie an. In Spanien bauen wir an unseren Standorten gemeinsam mit der Dienstleistungsfirma „Más Vida Red“ (Mehr-Leben-Netz) ein Programm mit verschiedenen Schulungen und Serviceleistungen rund um das Thema Familie und Beruf auf.

### Führen durch Vorbild: Leadership-Programm bei Henkel

Ein wesentlicher Faktor für den Erfolg unseres Unternehmens sind Führungskräfte, die mit ihrer Persönlichkeit ein Team von Mitarbeitern motivieren können. Um das Potenzial künftiger Führungskräfte aufzudecken und zu fördern, setzt Henkel eine Reihe von Werkzeugen und Methoden ein. Der Code of Teamwork and Leadership definiert die Rahmenbedingungen für Führungskräfte und gibt ihnen klare Richtlinien für Entscheidungen an die Hand. Das „Management Competencies Assessment“ (MCA) dient zur fachlichen Weiterentwicklung. Im „Leadership Dialogue“ bekommen Manager mit Personalverantwortung eine Rückmeldung über ihr Führungsverhalten direkt von den Mitarbeitern, denen sie vorgesetzt sind.

#### Motivation für den Unternehmenserfolg



## PHAROS | evaluation System




Für sein PHAROS | evaluation System wurde Henkel in Deutschland im November 2006 mit dem Initiativpreis Aus- und Weiterbildung ausgezeichnet. Die Otto-Wolff-Stiftung verleiht den Preis gemeinsam mit dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und der Zeitschrift Wirtschaftswoche einmal pro Jahr für beispielhafte Initiativen zur Steigerung von Qualität und Attraktivität der betrieblichen Bildung. Nach dem Erfolg in Deutschland setzt Henkel das System seit dem Jahr 2006 auch in Österreich sowie in ganz Mittel- und Osteuropa ein.

Im Rahmen des „Triple Two“-Konzepts werden Nachwuchs-Führungskräfte durch mindestens zwei unterschiedliche Aufgaben, in zwei Unternehmensbereichen und in zwei Ländern auf die Anforderungen des höheren Managements vorbereitet.

### Neue Beurteilungs- und Entwicklungsgespräche für Tarifmitarbeiter

Für seine Tarifmitarbeiter am Standort Düsseldorf hat Henkel seine Förderinstrumente verbessert und ein neues Beurteilungs- und Entwicklungssystem eingeführt. Anders als im bisherigen System beurteilen die Vorgesetzten nicht nur rückblickend die Leistung ihrer Mitarbeiter, sondern erarbeiten im vertraulichen Gespräch konkrete Maßnahmen für ihre persönliche und fachliche Weiterentwicklung. Diese umfassen zum Beispiel Schulungen am Arbeitsplatz, Aufgabenerweiterung und Seminare, aber auch die Vorbereitung auf zukünftige Aufgaben und Anforderungen.

So können die Mitarbeiter erkennen, was von ihnen erwartet wird, wo ihre Stärken liegen und wo Entwicklungsbedarf besteht. Die individuellen Maßnahmen werden schriftlich dokumentiert und in angemessenen Zeitabständen überprüft. Das neue Förderinstrument wurde in Anlehnung an das „Management Competencies Assessment“ (MCA) zur Beurteilung von Führungskräften konzipiert. 

### Unternehmenskultur auf dem Prüfstand

Im Herbst 2006 haben wir zum dritten Mal seit 2001 weltweit unsere Führungskräfte auf Basis der „Denison Culture Indicators“ befragt. Mit der regelmäßigen und systematischen Befragung zur Unternehmenskultur und darauf aufbauenden Aktionsprogrammen wollen wir langfristig die Grundlagen für Wachstum, Rentabilität, Innovation und Mitarbeiterzufriedenheit verbessern. Die erneut gestiegene Beteiligungsquote – um weitere fünf Prozentpunkte auf jetzt 85 Prozent – zeigt den hohen Stellenwert, den unsere Führungskräfte der Befragung und den darauf aufbauenden Maßnahmen beimessen. Die Ergebnisse zeigten in allen vier Themenfeldern – Anpassungsfähigkeit, Vision und Strategie, Konsistenz von Werten und Mitarbeiterbindung – deutliche Verbesserungen. Dazu beigetragen haben beispielsweise ein besseres Verständnis unserer Unternehmensstrategie auf der unteren Managementebene und eine ausgesprochen positive Bewer-



**„Das Denken und Verhalten der Menschen und die ständige Erweiterung des Wissens sind letztlich die entscheidenden Faktoren für die Schaffung einer nachhaltigen Gesellschaft.“**

**Prof. Dr. István Láng,**  
Mitglied der Ungarischen Akademie der Wissenschaften, ehemaliges Mitglied der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung, Budapest, Ungarn, [www.mta.hu](http://www.mta.hu)

**Brasilien: ausgezeichnete Arbeitgeber**

Henkel Brasilien wurde 2006 erstmals in das landesweite Ranking der 150 besten Arbeitgeber aufgenommen. Das Ranking basiert auf einer Mitarbeiterbefragung und deren Auswertung durch eine unabhängige Jury, die von Journalisten der angesehenen brasilianischen Wirtschaftsmagazine „Exame“ und „Você S/A“ gebildet wird. Mit der Auszeichnung positioniert sich Henkel Brasilien als bevorzugter Arbeitgeber in der Region.

tung der Aspekte Kooperation, Teamorientierung und Konsistenz.

**Kommunikation des Wertes „Nachhaltigkeit“**

Unseren Mitarbeitern vermitteln wir unser Verständnis von Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Verantwortung durch eine Vielzahl interner Kommunikationsinstrumente: In Managementsystemen werden Vision, Werte, Codes und Standards zu konkreten Arbeitsanweisungen ausgeführt. In der Aus- und Weiterbildung erläutern wir, wie Nachhaltigkeit im Henkel-Alltag konkret umgesetzt wird. Umweltschutzwochen für Auszubildende, Einführungsveranstaltungen und Orientierungsprogramme für neue Mitarbeiter sowie regelmäßige Schulungsprogramme sollen den Nachhaltigkeitsgedanken im Bewusstsein aller Mitarbeiter verankern. Darüber hinaus werden aktuelle Fragestellungen und Entwicklungen in der Mitarbeiterinformation Henkel-Life und in den Intranetnachrichten von Henkel-Life ONLINE behandelt.

**Für die Zukunft gut aufgestellt**

Um seine Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern und Kosten zu senken, passt sich Henkel Strukturveränderungen am Markt regelmäßig an. Das Anfang 2005 angekündigte Restrukturierungsprogramm wurde planmäßig umgesetzt. Rund 3.000 Stellen in Europa und Nordamerika wurden bis Ende 2006 abgebaut. Die betrieblichen Gremien wurden frühzeitig in die Gestaltung und Umsetzung der einzelnen Maßnahmen eingebunden, um sozial verträgliche Lösungen zu finden und betriebsbedingte Kündigungen zu vermeiden.

**Umstrukturierung in Großbritannien**

Wo Reorganisationen notwendig sind, informieren wir unsere Mitarbeiter über Veränderungen und entwickeln gemeinsam akzeptable Lösungen. Wie produktiv der Dialog zwischen Management und Angestellten sein kann, zeigt das Beispiel der Restrukturierung von drei Standorten in Großbritannien. Aufgrund ihrer örtlichen Nähe wurden die Produktionsstätten im Jahr 2006 zur besseren Nutzung von Anlagen und Technologien in Hemel Hempstead zusammengelegt. In intensiven Vorbereitungsgesprächen erarbeiteten die 105 betroffenen Mitarbeiter zusammen mit dem Management Lösungen für notwendige Standortwechsel. Versetzungspauschalen und flexible Arbeitszeiten gehörten ebenso zum Maßnahmenkatalog wie Willkommenspakete und Standortführungen. Der Aufbau eines Firmen-Shuttle-Service und einer Mitfahrerbörse sowie Zuschüsse für erhöhte Fahrtkosten schufen Abhilfe für erschwerte Anfahrtswege zum Arbeitsplatz. Auf Wunsch der Mitarbeiter wurden auch komplette Umzüge organisiert.

Durch die Maßnahmen positionierten wir uns als verantwortungsvoller Arbeitgeber in der Region. Die Motivation der Mitarbeiter konnte trotz der Veränderungen gesichert werden. Aufgrund des ganzheitlichen und gemeinschaftlichen Ansatzes wollen wir dieses Projekt als Vorbild für künftige Reorganisationen bei Henkel nutzen.



# Arbeitssicherheit und Gesundheit

## Langfristiges Ziel: Null Unfälle

Um das Ziel „Null Unfälle“ langfristig zu erreichen, hat Henkel im Jahr 2000 ein Konzernprogramm aufgelegt. Das erste Zwischenziel war, die Zahl der Arbeitsunfälle bis Ende 2005 um 45 Prozent zu senken. Im Jahr 2005 wurde dies mit einer Verringerung von 67 Prozent deutlich übertroffen. Das nächste Zwischenziel ist eine weitere Halbierung der Unfallzahlen bis zum Jahr 2010 im Vergleich zum Basisjahr 2005.

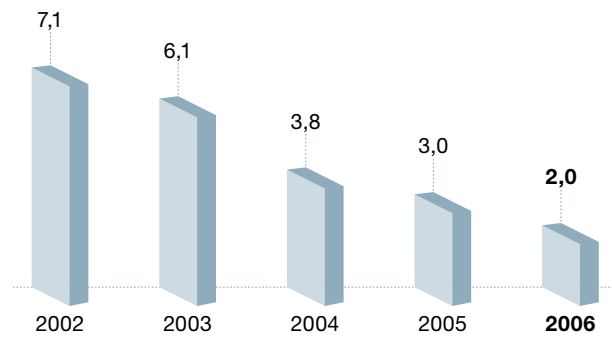
Zur Zielerreichung wollen wir neu erworbene Unternehmen noch schneller in das Unternehmen integrieren (siehe Beispiel Newark, Seite 27) sowie die Schulungs- und Unterstützungsmaßnahmen für alle Henkel-Standorte weiter ausbauen. In Ergänzung zu Vorgaben zur Arbeitssicherheit und zu technischen Maßnahmen engagieren sich alle Henkel-Gesellschaften mit verschiedenen Aktionen, um das Thema Arbeitssicherheit im Bewusstsein ihrer Mitarbeiter zu stärken und so Verhaltensänderungen zu erreichen. Dabei berücksichtigen sie standortspezifische Gegebenheiten und Mitarbeiterbedürfnisse.

## Weltweites Führungskräfte-Training für Betriebsleiter

Mit einem speziellen Trainingsprogramm wollen wir weltweit alle Betriebsleiter rund um das Thema „Führungsverhalten im Bereich Sicherheit, Gesundheit und Umwelt“ schulen. Die Bandbreite der Schulungsinhalte reicht von Risikobewertung über Notfallmanagement bis hin zum regionalen Stakeholder-Dialog. Neben einer besseren Vernetzung der Standorte können dabei auch Best-Practice-Beispiele aus den Regionen optimal ausgetauscht werden. Die ersten Schulungen haben wir 2006 in Barcelona, Spanien, und Istanbul, Türkei, durchgeführt. Im Jahr 2007 wollen wir in allen Henkel-Regionen Schulungen durchführen.

## Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden

Mindestens ein Ausfalltag\*



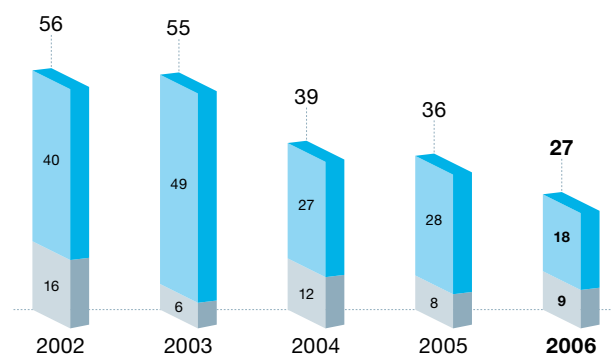
\* ohne Wegeunfälle


95 Prozent der Henkel-Mitarbeiter wurden erfasst (ohne Mitarbeiter von externen Firmen, die an Henkel-Standorten arbeiten).

## Schwere Arbeitsunfälle

Mehr als 50 Tage Ausfallzeit

- bei produktionsstypischer Tätigkeit
- bei der Fortbewegung, zum Beispiel Stolpern



Seit 2002 werden die schweren Arbeitsunfälle über ein weltweit einheitliches Berichtssystem erhoben. Im Jahr 2006 ereignete sich kein tödlicher Arbeitsunfall eines Henkel-Mitarbeiters oder eines Mitarbeiters einer externen Firma, der im Auftrag eines Henkel-Unternehmens tätig war. 

## Malwettbewerb zum Thema Sicherheit

Der Unternehmensbereich Henkel Technologies hat im Sommer 2006 einen Malwettbewerb zum Thema „Sicherheit am Arbeitsplatz“ ausgerufen und Kinder aller Mitarbeiter weltweit eingeladen,



Wandkalender 2007 zum Thema Sicherheit am Arbeitsplatz

ihre Sicht zum Thema Sicherheit am Arbeitsplatz darzustellen. Die zwölf besten Bilder wurden zu einem Wandkalender für das Jahr 2007 zusammengestellt und an alle Mitarbeiter verteilt. Mit dem Malwettbewerb und vielen begleitenden Aktionen an den einzelnen Standorten wurden der Dialog zum Thema Sicherheit verstärkt und das Sicherheitsbewusstsein aller Mitarbeiter weiter verbessert. Mit jedem Blick auf den Kalender soll das Thema

Sicherheit auch 2007 präsent sein und auf diese Weise die Sicherheitskultur stärken.

### Mehr Sicherheit für Mitarbeiter externer Firmen

Insbesondere bei den an unseren Standorten tätigen externen Firmen und ihren Mitarbeitern sind weiterhin erhebliche Anstrengungen zur Verbesserung der Arbeitssicherheit notwendig. Grundlage dafür sind die Information der Firmen und ihrer Mitarbeiter über unsere Anforderungen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie eine Kontrolle, ob diese eingehalten werden. Zusätzlich integrieren wir die Mitarbeiter beauftragter Firmen aber auch noch intensiver in vorhandene Schulungssysteme oder sprechen sie mit Hilfe gezielter Maßnahmen an. Um den Erfolg der Maßnahmen bewerten zu können, nehmen wir die an Henkel-Standorten tätigen Mitarbeiter externer Firmen in die Berichterstattungssysteme für Unfälle mit Ausfalltagen auf.

#### Aktionen zur Bewusstseinsbildung beim Thema Arbeitssicherheit

Ort	Aktion
<b>Brasilien</b> Diadema, Itapevi, Jacareí	Umfassendes Programm zur <b>Gesundheitsförderung</b> : Für alle Mitarbeiter werden täglich Gymnastikübungen angeboten, unter anderem, um arbeitsplatzbedingten Unfällen und Beschwerden vorzubeugen.
<b>China</b> Changchun	<b>100 Tage Sicherheitsaktivitäten</b> : Für alle Mitarbeiter gibt es umfangreiche Sicherheitstrainings und jährlich kompakte Unterweisungen, unter anderem von den Herstellern der persönlichen Schutzausrüstungsartikel.
<b>China</b> Guangzhou	Für die Mitarbeiter der Produktion und des Lagers wurde ein <b>Sicherheitsquiz</b> mit attraktiven Preisen durchgeführt.
<b>China</b> Shanghai, Zentrale	Zweisprachige <b>Sicherheitsbroschüre</b> (chinesisch/englisch) für alle Personen, die an der Errichtung des neuen Technologiezentrums in China beteiligt sind.
<b>Italien</b> Caleppio di Settala, Casarile, Cerano, Ferentino, Lomazzo, Parma, Zingonia	Umfangreiche Präsentationen, Filmvorführungen, Schulungen und Diskussionen auf allen Managementebenen.
<b>Spanien</b> Abrera, La Coruña, Malgrat, Montornés, San Adrián, Santa Perpétua, Alcalá de Guadaíra	<b>Mentales Sicherheitstraining</b> : Jedes Jahr werden unterschiedliche Schulungen anhand aktueller Beispiele angeboten. Dazu werden Fotos von Sicherheitsmängeln und potenziellen Unfallursachen präsentiert und diskutiert.
<b>Thailand</b> Bang Pakong	Mitarbeiter externer Firmen, die auf dem Werksgelände Arbeiten verrichten, sehen vor der Arbeitsaufnahme ein <b>Einführungsvideo</b> mit umfangreichen Sicherheitshinweisen.

# Gesellschaftliches Engagement

## Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Henkel bekennt sich zu seiner gesellschaftlichen Verantwortung und berücksichtigt diese in seinen Geschäftspraktiken. Das gesellschaftliche Engagement haben wir in den Unternehmenswerten und in der Unternehmensgeschichte fest verankert. Es wird von der Überzeugung getragen, dass partnerschaftlich erarbeitete Lösungen allen Beteiligten Gewinn bringen.

Die verschiedenen Instrumente des über die Geschäftstätigkeiten hinausgehenden gesellschaftlichen Engagements – international Corporate Citizenship genannt – bündeln wir unter dem Dach „Henkel-Smile“. Hierunter fördern und unterstützen wir Projekte in den Bereichen Soziales, Bildung und Wissenschaft, Kultur und Freizeit, Sport und Gesundheit sowie Umwelt. Dabei spielen nicht nur materielle Zuwendungen eine Rolle – es bedarf auch der Menschen, die sich mit Begeisterung, Ver-

ständnis, Hilfsbereitschaft und persönlichem Engagement für ihre Projektidee einsetzen.

Die Wirkung ist durchweg positiv: für die Gesellschaft als Ganzes, indem wichtige Beiträge zu globalen Entwicklungszielen wie den „Millennium Development Goals“ der Vereinten Nationen geleistet werden; für Regionen und Gemeinschaften, indem sich die Mitarbeiter der Henkel-Standorte lokaler Herausforderungen annehmen und gezielt vor Ort Unterstützung leisten; für die Mitarbeiter und Pensionäre, indem deren Zusammenhalt durch die gemeinsam getragene Verantwortung gestärkt wird.

Zusätzlich haben wir unsere Sponsoring-Aktivitäten stärker mit dem gesellschaftlichen Engagement verbunden und zahlreiche Sponsoringpartner für die Unterstützung sozialer Projekte gewonnen. Diese Partnerschaften sollen zukünftig weiter ausgebaut werden.

### Ziele

**Neues Ziel:** Hinwirken auf stärkere Übernahme von Verantwortung bei den Geschäftspartnern von Henkel

**Neues Ziel:** Verstärkte Unterstützung von Henkel-Standorten in strukturschwachen Regionen im Rahmen von Henkel-Smile

### Status

Unter dem Dach Henkel-Smile gliedern wir unser weltweites Engagement in vier eigenständige Instrumente zur Umsetzung von Projektideen und Initiativen. Im Jahr 2006 betrug die Gesamtsumme der Fördermaßnahmen rund sechs Millionen Euro.

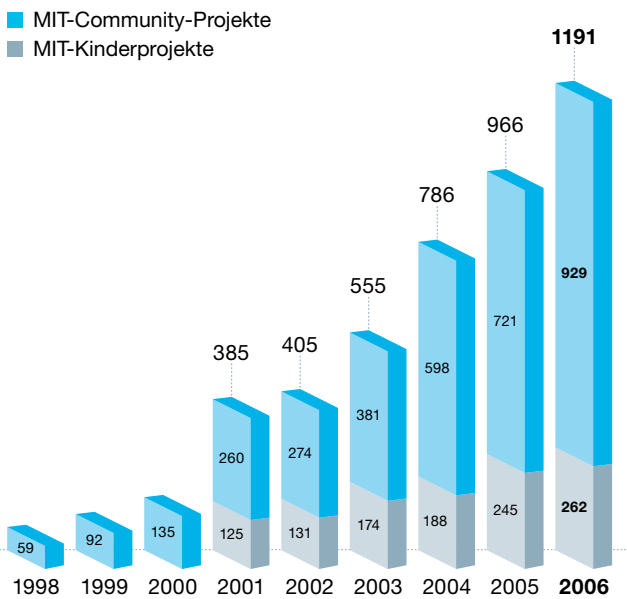
### Community Involvement

Im Rahmen des Community Involvement fördern wir Projekte, die individuell auf regionale Bedürfnisse an Standorten ausgerichtet sind. Vor allem strukturschwache Regionen sollen künftig stärker unterstützt werden, um dort Projekte im Rahmen der Hilfe zur Selbsthilfe voranzutreiben.

### Corporate Volunteering – MIT-Initiative

Mit der Initiative „Miteinander im Team“ (MIT) unterstützen wir das Engagement der Mitarbeiter und Pensionäre, sowohl in so genannten Community-Projekten, die dem Gemeinwohl dienen, als auch in MIT-Kinder-Projekten, die speziell auf die Bedürfnisse von Kindern ausgerichtet sind. Seit Gründung der Initiative im Jahr 1998 konnten bereits 4.574 MIT-Projekte in 105 Ländern gefördert werden, darunter 1.125 Kinder-Projekte.

**Soziale Projekte „Miteinander im Team“ (MIT)**



**Corporate Donations**

Über das zentrale Spendenmanagement – Corporate Donations – fördern wir weltweit gesellschaftliche Initiativen und öffentliche Einrichtungen. Ein wesentliches Anliegen unserer Spendeninitiative ist es, in die Aus- und Weiterbildung zu investieren sowie Wissen zugänglich zu machen.

**Henkel Friendship Initiative**

Der im Jahr 2003 gegründete „Henkel Friendship Initiative e.V.“ ist ein gemeinnütziger Verein zur schnellen und unbürokratischen Abwicklung von Hilfsmaßnahmen in aller Welt.

Insbesondere bei Naturkatastrophen stellt der Verein den betroffenen Menschen auf direktem

Gemeinsam mit anderen ehrenamtlichen Helfern berät und unterstützt die Henkel-Mitarbeiterin Kate Huffman (Fünfte von links) die „Lost Boys“ des Bürgerkriegs im Sudan in Arizona, USA.



Wege finanzielle Unterstützung oder Hilfsgüter bereit und begleitet längerfristige Wiederaufbaumaßnahmen.

**Ausgewählte Henkel-Smile-Projekte**

**Soziales**

Die gesellschaftlichen Herausforderungen an den Henkel-Standorten sind weltweit sehr unterschiedlich. Die Bandbreite reicht von einem Mangel an Kindertagesstätten über eine unzureichende Versorgung für Senioren bis hin zu Problemen mit Rassismus und Diskriminierung.

► **USA: neue Heimat für Überlebende aus dem Bürgerkrieg im Sudan**

Henkel-Smile unterstützt in Arizona das Zentrum „Lost Boys“, das jungen Kriegsflüchtlingen nach den Wirren des Bürgerkriegs im Sudan nun ein neues Zuhause und Perspektiven für die Zukunft bietet.

► **Deutschland: Naturerlebnis für Alzheimer-Patienten**

Um den Bewohnern eines Heims für Alzheimer-Patienten in Hilden neue Impulse zur Stärkung des Erinnerungsvermögens zu geben, wurde im Garten des Heims mit finanzieller Unterstützung von Henkel ein Holzhaus errichtet, das als Treffpunkt für erholsame Stunden in der Natur dient.

**Bildung und Wissenschaft**

Das Wissen zählt zu den wertvollsten Ressourcen einer Gesellschaft. Um die Voraussetzungen für ein unabhängiges, gleichberechtigtes Leben möglichst vieler Menschen zu fördern, unterstützen wir ins-

„Gemeinsam Kindern Zukunft schenken“: Unter diesem Motto unterstützen die Marke Schauma, die UNESCO und Vitali (links) und Wladimir Klitschko den Bau einer Schule für die Kinder der San in Namibia.







Nach der feierlichen Einweihung der Handwerkerschule in Pondicherry, Indien, im September 2006 besichtigen der Henkel-Mitarbeiter Dr. Reimar Heucher (Sechster von links) und der Erzbischof Dr. Anthony Anandarayar die Räume der Schneiderei, die mit Spenden von Henkel-Smile und des Eishockeyclubs DEG errichtet wurden.

besondere die schulische Aus- und Weiterbildung junger Menschen, aber auch den gleichberechtigten Zugang zu Wissen und wissensfördernden Maßnahmen für alle Bevölkerungsgruppen.

#### ► **Deutschland: Vergabe von Förderpreisen**

Für die Bildung junger Wissenschaftler engagieren wir uns durch die Vergabe von Förderpreisen auf verschiedenen Bildungsebenen. Schulen mit naturwissenschaftlichem Schwerpunkt fördert der Hugo-Henkel-Preis. Die Jost-Henkel-Stiftung vergibt Stipendien an talentierte Studenten der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sowie Natur- und Ingenieurwissenschaften, während weitere Förderpreise Universitätsabsolventen mit herausragenden Leistungen in natur- und wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen auszeichnen.

#### ► **Indien: eine Handwerkerschule in Pondicherry**

Dank einer gemeinschaftlichen Spendenaktion von Henkel-Smile und dem Düsseldorfer Eishockeyclub DEG Metro Stars konnte in der indischen Küstenregion Pondicherry, welche stark vom Seebeben im Indischen Ozean im Dezember 2004 betroffen war, eine Handwerkerschule gebaut werden.

#### ► **Namibia: Integration durch Bildung**

Die Marke Schauma unterstützt das UNESCO-Projekt „Bildung für Kinder in Not“ beim Bau einer Schule für die Kinder des vom Aussterben bedrohten Volks der San. Die Boxer Vitali und Wladimir Klitschko sind Paten des Projekts. Die Kinder erhalten in diesem Projekt eine schulische Ausbildung.



Sonntags machen sie Musik: fünf von etwa 60 Mädchen und Jungen in der Assembléia de Deus Nipo-Brasileira in São Paulo, Brasilien. Die Henkel-Mitarbeiterin Magda Morales engagiert sich seit vier Jahren als freiwillige Helferin in der kirchlichen Einrichtung, die Kinder aus armen Familien versorgt und betreut.

Ziel ist es, ihnen unter Respektierung ihrer traditionellen Kultur Zugang zur Gesellschaft außerhalb der San zu ermöglichen.

#### **Kultur und Freizeit**

Kultur und künstlerische Freizeitgestaltung vermitteln Lebensfreude und Kreativität. Gemeinsam gestaltete Freizeit fördert darüber hinaus die Sozialkompetenz und ist somit ein wichtiger gesellschaftlicher Aspekt. Daher konzentriert sich unsere Förderung von Kreativität auf die künstlerische Entfaltung.

#### ► **Brasilien: klassischer Musikunterricht für benachteiligte Kinder**

In einem Projekt der kirchlichen Assembléia de Deus Nipo-Brasileira, das Kinder aus armen Fami-




*„In Erfüllung seiner Pflichten gegenüber der Gesellschaft sollte Henkel ein Maßnahmenpaket entwickeln, das zum Gemeinwohl beiträgt und gleichzeitig das Unternehmensprofil stärkt, zum Beispiel durch Ausbildungs- und Sportinitiativen.“*

**Henrique B. Cavalcanti,**  
Präsident von FUNATURA,  
Brasília, Brasilien,  
[www.funatura.org.br](http://www.funatura.org.br)



Schwimmkurse für autistische Kinder: In Südkorea lernen autistische Kinder in einem speziellen Therapieprogramm mit Hilfe ihrer Eltern schwimmen – und stärken so ihr Selbstvertrauen. Henkel-Mitarbeiter wirken in diesem Programm als Helfer in den Schwimmkursen mit und fördern durch regelmäßige Treffen das Sozialverhalten der Kinder.



Schulkinder erleben Natur und Wissenschaft: Dies ist das Ziel des MIT-Kinderprojekts von Bill Read, Henkel-Mitarbeiter in Gulph Mills, Pennsylvania, USA. Das Projekt ermöglicht im Schuljahr 2006/2007 rund 200 Schülern der Gotwals-Grundschule den Besuch des Riverbend Environmental Education Center (siehe auch unser Titelbild). 

lien versorgt, unterstützt Henkel-Smile Mitarbeiter, die die Kinder in klassischer Musik unterrichten und ihnen verschiedene Instrumente näher bringen.

► **Italien: Musical, Theater und Kunst**

In Scampia, einem Stadtteil von Neapel, engagieren wir uns mit der gemeinnützigen kirchlichen Initiative „La Locomotiva“, regelmäßig Workshops für Kinder und Jugendliche zu organisieren. Etwa 100 Kinder nehmen wöchentlich an Musical-, Theater- oder Kunst-Workshops teil und entdecken so neue Talente an sich.

**Sport und Gesundheit**

Sport und Gesundheit sind eng miteinander verknüpft. Regelmäßiger Sport zählt zu den wichtigsten Präventionsmaßnahmen zur Erhaltung der Gesundheit. Weltweit können sich noch immer nicht alle Menschen eine medizinische Versorgung leisten. Darum unterstützen wir Projekte, die eine flächendeckende medizinische Versorgung zum Ziel haben. Aber auch Projekte, die durch sportliche Aktivitäten für körperliches Wohlbefinden sorgen, werden gefördert.

► **Nepal: medizinische Versorgung für über 1.000 Flüchtlinge**

Bereits zum siebten Mal organisierten Henkel-Mitarbeiter einen Spendentransport in ein tibeti-

sches Flüchtlingslager nahe Katmandu. Ein Team von Ärzten und Medizinstudenten übernahm die medizinische Betreuung und versorgte die Flüchtlinge mit Medikamenten und Hygieneartikeln.

**Umwelt**

Die Förderung des Umweltschutzes und der Umweltbildung haben bei Henkel eine lange Tradition. So unterstützen wir in vielen Regionen Projekte, die den Erhalt von Landschaftsschutzgebieten oder den Schutz bedrohter Tierarten zum Ziel haben.

► **Ghana: Einsatz für eine nachhaltige Landwirtschaft**

Henkel unterstützt die Agricultural Rural Association (A.R.A) beim Bau eines landwirtschaftlichen Bildungszentrums. Hier werden agrarwirtschaftliche Arbeitsmethoden zur ökologischen Nutzung von Land gelehrt.

► **Ungarn: kleine Umweltspezialisten**

Henkel Ungarn startete mit dem Kooperationspartner „Valley of the Körös Rivers Nature Park Organization“ in drei Kindergärten ein Pilotprojekt zur Umweltbildung. Jeden Monat behandeln die Erzieher ein neues Umweltthema – zum Beispiel die Beobachtung von Wetterereignissen oder die Veränderungen der Jahreszeit. Ziel ist es, bereits im Kindergarten die Wurzeln für umweltbewusstes Verhalten zu legen.

## Der Beitrag zu globalen Entwicklungszielen

Mit den gemeinnützigen Projekten von Henkel-Smile tragen Henkel und seine Mitarbeiter zur Verbesserung der Lebensqualität vieler Menschen bei, indem sie Not lindern oder einfach Freude bereiten. Das Engagement leistet aber über diesen individuellen Nutzen hinaus noch viel mehr: nämlich einen Beitrag zur Linderung weltweiter Probleme und


Herausforderungen. Die Vereinten Nationen haben im Jahr 2000 in den „Millennium Development Goals“ drängende soziale und politische Fragen der Gegenwart und Zukunft identifiziert und daraus acht Ziele abgeleitet, die bis zum Jahr 2015 erreicht werden sollen. Henkel leistet durch Henkel-Smile viele kleine Beiträge, die der Erfüllung dieser Ziele – insbesondere in den Entwicklungs- und Schwellenländern – dienen.

### Beispielhafte Henkel-Smile-Projekte aufgeteilt nach den acht „Millennium Development Goals“ der Vereinten Nationen

Millennium Development Goals	Henkel-Smile-Projekte 2006
1. Beseitigung der extremen Armut und des Hungers	<p><b>Moldawien:</b> Finanzielle Unterstützung eines Waisenhauses in Falesti</p> <p><b>Kamerun:</b> Verbesserung der medizinischen Versorgung in Fongo Ndeng</p> <p><b>Indien:</b> Bau eines Kinderdorfs für Waisen und Kinder aus zerrütteten Familien in Tirunelveli</p> <p><b>Dominikanische Republik:</b> Neubau des Waisenheims „Casa Santa Anna“ in Babey Nuevo</p> <p><b>Argentinien:</b> Ernährungs- und Gesundheitshilfe für Familien unterhalb der Armutsgrenze in Buenos Aires</p>
2. Verwirklichung der allgemeinen Primärschulbildung	<p><b>Nepal:</b> Neue Schulräume und eine Bücherei für die Schule „Samudayik Vidya Mandir“ in Mandir</p> <p><b>Bangladesch:</b> Alphabetisierungskampagne für die Kinder im Landkreis Mollahat</p> <p><b>Laos:</b> Schulneubau mit Schulmöbeln und sanitären Einrichtungen in Muang Phong</p> <p><b>Tansania:</b> Privatschule für Schulunterricht in kleinen Gruppen und mit hohen Standards in Karagwe</p> <p><b>Rumänien:</b> Hausaufgabenhilfe für Kinder aus sozial schwachen Familien in Caransebes</p>
3. Förderung der Gleichheit der Geschlechter	<p><b>Tansania:</b> Schul- und Berufsausbildung für Mädchen in Rogorv</p> <p><b>Uganda:</b> Einrichtung eines Schlafsaals für Internatsschülerinnen in Kabale</p> <p><b>USA:</b> Pfadfinderprogramm für Mädchen zur Förderung der Selbstständigkeit in San Francisco, Kalifornien</p> <p><b>USA:</b> Projekt zur Unterstützung junger Mädchen in ihrer Karriereplanung in Detroit, Michigan</p>
4. Senkung der Kindersterblichkeit	<p><b>Ukraine:</b> Krankenhausausrüstung mit lebensrettenden Geräten für Neugeborene mit Gehirntumoren in Kiew</p> <p><b>Kenia:</b> Bereitstellung von Medikamenten für Kinder mit Lymphdrüsenkrebs in Mkomani</p> <p><b>Deutschland:</b> Kauf eines „Mikroplatten-Readers“ zur besseren Erforschung der Kinder-Infektionskrankheiten für die Universitäts-Kinderklinik Düsseldorf</p> <p><b>Türkei:</b> Anschaffung von Beatmungsgeräten für Neugeborene in Gaziantep</p>
5. Verbesserung der Gesundheit von Müttern	<p><b>Peru:</b> Medizinische Unterstützung von minderjährigen Müttern und ihren Kindern in Ventanilla, Lima</p> <p><b>Südafrika:</b> Betreuung von Müttern mit behinderten Kindern in Pretoria</p> <p><b>Togo:</b> Unterstützung einer Mutter-Kind-Aids-Station und eines Frauenzentrums in Lomé</p>
6. Bekämpfung von HIV/Aids, Malaria und anderen Krankheiten	<p><b>Thailand:</b> Medizinische Versorgung für HIV-infizierte Waisenkinder in Lopburi</p> <p><b>Ruanda:</b> Wiederaufbau eines Heims für Aids- und Kriegswaisen in Kigali</p> <p><b>Tansania:</b> Aufbau einer Schule für Aidswaisen in Leguruki</p> <p><b>Malawi:</b> Versorgung von Aidswaisen und Unterbringung bei Verwandten in Lilangwe</p>
7. Sicherung der ökologischen Nachhaltigkeit	<p><b>Niger:</b> Bau eines Wasserbrunnens zur Trinkwasserversorgung und Feldbewässerung in Fouangbe/Sekrere</p> <p><b>Tansania:</b> Anlegen eines neuen Brunnens für eine Handwerkerschule in Mashi</p> <p><b>Ungarn:</b> Aufklärungsmaßnahmen im Bereich des Umweltschutzes im Körösladány-Naturpark</p>
8. Aufbau einer weltweiten Entwicklungspartnerschaft	<p><b>Ghana:</b> Sommerlager zur Renovierung einer Schule in Agona Swedru und Wiederaufforstung in Biakba</p> <p><b>Brasilien:</b> Anschaffung von Geräten und Maschinen zur Berufsausbildung junger Menschen in Passo Fundo</p> <p><b>Südkorea:</b> Unterstützung einer Fußballmannschaft für Kinder mongolischer Arbeiter in Seoul</p> <p><b>Spanien:</b> Internationales Jugendfußballturnier zur Förderung des Kulturaustauschs in Malgrat</p>



# Externe Bewertungen

Die führende Rolle von Henkel im nachhaltigen und gesellschaftlich verantwortlichen Wirtschaften wird auch durch internationale Preise und Rankings sowie von Ratingagenturen und Nachhaltigkeitsanalysten bestätigt. 

## Ratings und Indizes



**Dow Jones Sustainability Indexes** Zürich/New York: Henkel wurde im Jahr 2006 erneut als eines der führenden Unternehmen in den Sektor „Nondurable Household Products“ des europäischen Dow Jones Sustainability Index „DJSI STOXX“ aufgenommen.



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



Zürich/Wien: Im September 2005 hat INVERA Investment Ethics Research & Advisory AG die Bewertung von Henkel aktualisiert und das Unternehmen als „ethisch positiv“ beurteilt.



München: Im Jahr 2006 ist Henkel bereits zum zweiten Mal beim „Corporate Responsibility Rating“ der oekom research AG als nachhaltigster Konsumgüter-Hersteller ausgezeichnet worden.




Paris: Im europäischen Nachhaltigkeitsindex ASPI Eurozone der französischen Ratingagentur VIGEO ist Henkel seit dem Jahr 2001 vertreten. Die zugrunde liegende Bewertung von Henkel wurde im Herbst 2006 aktualisiert.



Paris: Henkel ist erneut in dem im Jahr 2002 aufgelegten Ethibel Sustainability Index vertreten. Das Rating in der Klasse Pioneer zeichnet weltweit 200 herausragende Unternehmen für ihr nachhaltiges Engagement aus.

## Nachhaltigkeitsranking



Henkel belegt den zweiten Platz beim „Good Company Ranking“ 2007. In einer Analyse bewerteten das „manager magazin“, Deloitte und Kirchhoff Consult, wie die 120 größten Unternehmen in Europa ihrer sozialen Verantwortung nachkommen. Dr. Friedrich Stara, Mitglied der Geschäftsführung von Henkel und verantwortlich für den Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel, nahm den Preis am 25. Januar 2007 in Davos entgegen. 

## Nachhaltigkeitsliste



Wie im Vorjahr wurde Henkel auch 2007 wieder in die Liste der weltweit 100 nachhaltigsten Unternehmen aus dem Morgan Stanley Capital International World Index aufgenommen.

## Nachhaltigkeitsberichterstattung

SustainAbility veröffentlichte im November 2006 den alle zwei Jahre erscheinenden Bericht „Tomorrow's value“. In Kooperation mit dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) und der Ratingagentur „Standard & Poor's“ bewertet dieser Bericht internationale Nachhaltigkeitsberichte hinsichtlich ihrer Transparenz und Offenlegung von Informationen zu Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsthemen. Henkel ist in den „50 Leaders“ auf Platz 42 gelistet worden und damit das zweitbeste von drei deutschen Unternehmen unter den besten 50 Nachhaltigkeitsberichterstattern.



# Kontakte und Impressum

## Weitere Informationen

### R & D and Sustainability Communications

Telefon: +49 (0)211-797-9336

Fax: +49 (0)211-798-5598

E-Mail: wolfgang.zengerling@henkel.com

### Sustainability Reporting and Stakeholder Dialogue

Telefon: +49 (0)211-797-3680

Fax: +49 (0)211-798-9393

E-Mail: uwe.bergmann@henkel.com

### Investor Relations

Telefon: +49 (0)211-797-3937

Fax: +49 (0)211-798-2863

E-Mail: oliver.luckenbach@henkel.com

### Corporate Citizenship

Telefon: +49 (0)211-797-4191

Fax: +49 (0)211-798-4040

E-Mail: kai.von-bargen@henkel.com

### Henkel im Internet

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

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

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

[www.henkel-smile.de](http://www.henkel-smile.de)

## Henkel-Nachhaltigkeitsbericht

Henkel veröffentlichte bereits im Jahr 1992 seinen ersten Umweltbericht. Er wurde Jahr für Jahr in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit und Umwelt sowie gesellschaftliches Engagement erweitert. Seit 2000 erscheint er jährlich als Nachhaltigkeitsbericht. Ergänzend zum Geschäftsbericht fasst der vorliegende Bericht unsere weltweiten Beiträge zum nachhaltigen Wirtschaften im Berichtsjahr 2006 zusammen. Seit dem Beitritt von Henkel zum Global Compact im Jahr 2003 dient der Nachhaltigkeitsbericht auch als Grundlage für den jährlich zu erstellenden Fortschrittsbericht.

Die Markenbeispiele wurden auf Basis ihrer Innovationskraft, Relevanz und Repräsentanz für die Arbeit der Unternehmensbereiche ausgewählt (siehe Seite 18). Die produktionsbezogenen Umweltkennzahlen ermittelten wir an Produktionsstätten in 52 Ländern. Sie repräsentieren mehr als 95 Prozent der weltweiten Produktion (siehe Seite 32). Die Arbeitsunfälle erheben wir über ein weltweit einheitliches Berichtssystem. 95 Prozent der Henkel-Mitarbeiter wurden erfasst (siehe Seite 39). Henkel berichtet offen über schwere Betriebsstörungen sowie die daraufhin ergriffenen Maßnahmen (siehe Seite 31).



## Impressum

Herausgeber: Henkel KGaA, 40191 Düsseldorf  
© 2007 Henkel KGaA

### Redaktion und Koordination:

R & D and Sustainability Communications:  
Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Wolfgang Zengerling  
Corporate SHE and Product Safety:  
Dr. Michael Bahn, Uwe Bergmann, Ines Biedermann,  
Dr. Norbert Fedtke, Christine Schneider

**Design:** Kuhn, Kammann & Kuhn AG, Köln

**Satz:** workstation gmbh, Bonn

**Fotos:** David Surowiecki (Titel), Andreas Fechner,  
Wilfried Wolter, Henkel

**Herstellung:** medialogik GmbH, Karlsruhe

**PR:** 03 07 18.000

**ISBN:** 978-3-923324-17-0



Der Nachhaltigkeitsbericht ist gedruckt auf Arctic Volume-Papier der Firma Munkendahl. Das Papier ist aus chlorfrei

gebleichtem Zellstoff. Es besteht aus zertifizierter Holzfaser, die aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammt und nach den Regeln des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert ist. Die Druckfarben enthalten keine Schwermetalle. Buchbinde-riche Verarbeitung recyclinggerecht mit Purmelt MicroEmission von Henkel für höchste Standards im Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie Umschlagveredelung mit wasserbasierten Adhesin-Kaschierklebstoffen von Henkel.

Alle Produktnamen sind geschützte Marken der Henkel KGaA, Düsseldorf, oder der mit ihr Verbundenen Unternehmen.

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Mitarbeiter, Aktionäre, Kunden, Teilnehmer und Manager sind als geschlechtsneutral anzusehen.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel 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 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.

A photograph of two children jumping joyfully in a grassy field. The child on the left is wearing a red shirt and blue shorts, while the child on the right is wearing a green shirt and blue shorts. They are both in mid-air with their arms raised. The background consists of a dense line of green trees under a clear, light blue sky. The entire image is framed by a thick red border.

**Henkel**

*A Brand like a friend*