

Nachhaltigkeitsbericht 2019



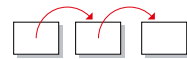


Über diesen Bericht

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Traditionelles Navigieren

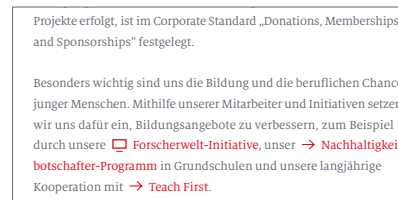
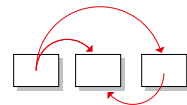
Sie können den Nachhaltigkeitsbericht von Henkel traditionell wie ein Buch lesen. Beginnen Sie auf Seite 1 und navigieren Sie fortlaufend bis zum Ende.



Vor und zurück

Gezieltes Navigieren

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



Interner Link
(innerhalb dieses Dokuments)



Externer Link
(außerhalb dieses Dokuments)

Weitere Funktionen



Kontakt



Suche



Weitere Informationen
im → Anhang

Der gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht

Der Nachhaltigkeitsbericht 2019 ist zugleich der für den Henkel-Konzern und die Henkel AG & Co. KGaA zusammengefasste, gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht für das Geschäftsjahr 2019 im Sinn der Paragraphen (§§) 315b, 315c in Verbindung mit 289b bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB), der der Öffentlichkeit durch Veröffentlichung auf der Internetseite zugänglich gemacht wird.

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

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

Download

Für eine optimale Nutzung der Verlinkungen laden Sie die PDF-Datei herunter und öffnen Sie diese in Adobe Acrobat.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



liebe Freunde des Unternehmens,

das Engagement für Nachhaltigkeit ist seit Jahrzehnten fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Für unsere Mitarbeiter hat das große Bedeutung: Sie entwickeln innovative Produkte und Technologien – für eine erfolgreiche, nachhaltige Entwicklung unserer Geschäfte.

2019 rückten globale Herausforderungen wie Klimawandel, Plastik und Menschenrechte in den Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit. Auch das Interesse unserer Stakeholder an unseren Beiträgen und Fortschritten hat zugenommen. Das ist für uns eine Bestätigung unserer Anstrengungen und motiviert uns, unser Engagement weiter fortzusetzen.

Wir konnten 2019 in allen Dimensionen unserer Nachhaltigkeitsstrategie Fortschritte erzielen, wie die folgenden Beispiele zeigen: Unser neuer Produktionsstandort für Klebstoffe in Montornès del Vallès, Spanien, nutzt intelligente Technologien und erneuerbare Energien für

einen klimaneutralen Betrieb. Das von unseren Verpackungsingenieuren entwickelte Tool „Design for Recycling“ hilft nicht nur Henkel, sondern auch Hunderten weiterer Unternehmen, die Recyclingfähigkeit ihrer Verpackungen zu bewerten und zu verbessern. Als Nachhaltigkeitsbotschafter haben sich unsere Mitarbeiter in der Initiative „Trashfighter“ engagiert und an Flussufern, Stränden und im Umfeld ihrer Standorte Müll gesammelt. Besonders freuen wir uns darüber, dass führende Ratingagenturen unsere Leistung erneut gewürdigt haben.

2020 ist ein wichtiger Meilenstein für uns. Wir arbeiten mit Nachdruck daran, unsere Ziele für dieses Jahr zu erreichen, und entwickeln unsere Zielsetzungen für die Zukunft weiter. Die nächsten fünf Jahre werden entscheidend sein – auf globaler Ebene und für uns als Unternehmen. Wir müssen sicherstellen, dass wir Fortschritte dabei machen, die globale Erwärmung zu begrenzen und die Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung zu erreichen. Als Unternehmen müssen wir uns auf grundlegende Veränderungen einstellen.

Wir freuen uns darauf, mit dem Wissen und dem Engagement unserer Mitarbeiter, unseren starken Marken und innovativen Technologien sowie mit Partnerschaften in allen Bereichen unserer Geschäftstätigkeit den Wandel erfolgreich zu gestalten.

Im Namen von uns allen danke ich Ihnen für Ihr Interesse an unserem Nachhaltigkeitsbericht.

Sylvie Nicol

Sylvie Nicol

Personalvorstand und Vorsitzende des Sustainability Council von Henkel



Der gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Der Nachhaltigkeitsbericht 2019 ist zugleich der für den Henkel-Konzern und die Henkel AG & Co. KGaA zusammengefasste, gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht für das Geschäftsjahr 2019 im Sinn der Paragraphen (§§) 315b, 315c in Verbindung mit 289b bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB), der der Öffentlichkeit durch Veröffentlichung auf der Internetseite zugänglich gemacht wird.

Zur Nachhaltigkeitsberichterstattung wendet Henkel die in den GRI Standards der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Grundsätze und Standardangaben, den Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1 und 2), den Corporate Value Chain Standard (Scope 3) der Greenhouse Gas Protocol Initiative vom World Resources Institute (WRI) und vom World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) an. Außerdem werden unternehmensintern definierte Kriterien zur Ermittlung von CO₂-Einsparungen durch eigene Produkte, in Verbindung mit internen Richtlinien, berücksichtigt.

Im Auftrag des Vorstands der Henkel Management AG wurde der Nachhaltigkeitsbericht durch die KPMG AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“,

herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), einer unabhängigen betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit hinsichtlich ausgewählter Angaben unterzogen.

→ [GRI-Prüfungsvermerk KPMG für den Nachhaltigkeitsbericht](#)

Darüber hinaus wurde der für den Henkel-Konzern und die Henkel AG & Co. KGaA zusammengefasste, gesonderte nichtfinanzielle Konzernbericht für das Geschäftsjahr 2019 der Henkel AG & Co. KGaA im Auftrag des Aufsichtsrats von der KPMG AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), zum Zweck der Erlangung einer begrenzten Prüfungssicherheit (Limited Assurance Engagement) bezüglich der gemäß §§ 315b, 315c in Verbindung mit 289b bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB) gesetzlich geforderten Angaben, geprüft.

→ [HGB-Prüfungsvermerk KPMG für den Nachhaltigkeitsbericht](#)

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel auf einen Blick

Mehr als

143 Jahre

Erfolg mit Marken und Technologien

Mehr als

52.000

Mitarbeiter aus 120 Nationen

Führende Marken



20,1 Mrd €

Umsatz 2019

184

Produktionsstandorte weltweit

Drei Unternehmensbereiche

**Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care**

Rund

2.000

gesellschaftliche Projekte gefördert



Sitz in Düsseldorf



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Geschäftsmodell / Geschäftstätigkeit

Henkel wurde im Jahr 1876 gegründet. Somit blickten wir im Berichtsjahr auf eine 143-jährige Unternehmensgeschichte zurück. Ende 2019 waren weltweit rund 52.450 Mitarbeiter für das Unternehmen tätig.

Wir halten global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft.

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

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

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

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies bietet ein breites und weltweit führendes Portfolio hochwirksamer Lösungen an Kleb-

und Dichtstoffen sowie funktionalen Beschichtungen sowohl im Industriegeschäft als auch für Konsumenten, Handwerk und Bau an.

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

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

Unsere drei Unternehmensbereiche werden in ihrer Geschäftstätigkeit von den zentralen Funktionen der Henkel AG & Co. KGaA, unseren Shared Service Centern sowie unserer globalen Supply-Chain-Organisation unterstützt, damit Synergien des Konzernverbunds optimal genutzt werden können.

Die Verantwortung für die Umsetzung der Geschäftsaktivitäten in den Regionen und Ländern liegt bei den Ländergesellschaften, deren Aktivitäten durch regionale Zentren koordiniert beziehungsweise unterstützt werden. Die Leitungsorgane dieser Ländergesellschaften führen ihre Unternehmen im Rahmen der jeweiligen gesetzlichen Bestimmungen, Satzungen und Geschäftsordnungen sowie nach den Regeln unserer weltweit geltenden Grundsätze zur Unternehmensführung.

Nachhaltigkeit bei Henkel

Das Engagement und die Verpflichtung, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stetig auszubauen, sind tief in unseren Unternehmenswerten verankert. Die Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg, dem Schutz der Umwelt und gesellschaftlicher Verantwortung ist als Ziel schon seit Jahrzehnten fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Die Ausrichtung auf Nachhaltigkeit hat sich bei Henkel kontinuierlich entwickelt. → [Alle Meilensteine](#)

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

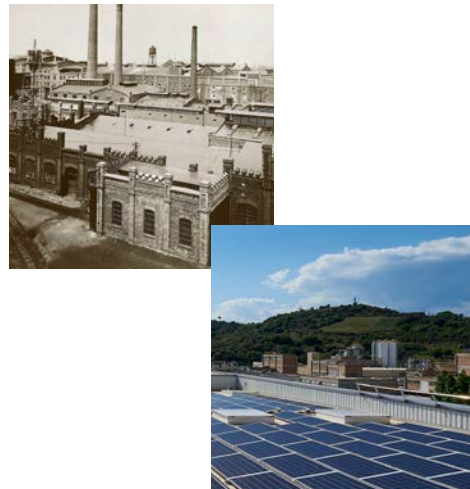
Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Damals

1899 – erster Produktionsstandort in Düsseldorf-Holthausen

Henkel legt den Grundstein für seinen heutigen Hauptsitz und nutzt eigene Energieversorgung.



Die → **neue Fertigungsanlage** für leistungsstarke Lösungen in der Luftfahrtindustrie am Standort Montornès del Vallès, Spanien, erfüllt hohe Nachhaltigkeitsstandards.

1940 – erster Henkel-Werkskindergarten

Der erste Henkel-Werkskindergarten wird in Düsseldorf-Holthausen eröffnet.



Die Bildungsinitiative  **Forschernetz** begeistert Kinder weltweit für Wissenschaft – seit 2019 gibt es einen neuen Standort in Dubai.

1959 – Kontrolle der Wasserqualität im Rhein

Seit 1959 führt Henkel regelmäßig ökologische Gütekontrollen bei Wasch- und Reinigungsmitteln durch.



Rund 2.650 Mitarbeiter arbeiten heute in der → **Forschung und Entwicklung** an den nachhaltigen Innovationen von morgen.

Heute

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Damals

1903 – erstes wasserlösliches Pulverschampoo

Das erste in Wasser lösliche Pulverschampoo „Shampoo mit dem Schwarzen Kopf“ ist eine einfache und preiswerte Alternative zu den groben Seifen und teuren Ölen.



Die Flaschen der Sonderedition → **Fa „Meeres Liebe“** bestehen zu 100 Prozent aus Altplastik – 50 Prozent davon sind Social Plastic®.

1907 – erstes selbsttätiges Waschmittel

Das weltweit erste selbsttätige Waschmittel Persil erspart das bisherige mühevollere und das Gewebe angreifende Reiben von Hand.




Das → **Spee Aktiv Gel Nature** besteht zu 77 Prozent aus pflanzenbasierten Inhaltsstoffen, die Verschmutzungen kraftvoll entfernen, und wurde mit dem unabhängigen Umweltsiegel „Der Blaue Engel“ zertifiziert.

1969 – weltweit erster Klebestift

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



Der  **Pritt-Stift** hat 2019 50-jähriges Jubiläum gefeiert. Er besteht heute bis zu 90 Prozent aus naturbasierten Inhaltsstoffen und ist lösemittel- und PVC-frei.

Heute



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Mehr Wert – weniger Ressourcen

Was ist unser Anspruch im Bereich Nachhaltigkeit?

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

Welche Strategie verfolgen wir?

Wir wollen mit weniger Ressourcen mehr erreichen. Das heißt, wir schaffen mehr Wert für unsere Kunden und Verbraucher, unser gesellschaftliches Umfeld sowie unser Unternehmen bei einem reduzierten ökologischen Fußabdruck. Wir konzentrieren unsere Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette auf sechs Fokusfelder. Diese spiegeln die für uns relevanten Herausforderungen sowie Chancen einer nachhaltigen Entwicklung wider.

Welche Ziele haben wir uns gesetzt?

Unser 20-Jahres-Ziel bis 2030 ist die Verdreifachung des geschaffenen Werts im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen. Dieses übergeordnete Ziel, dreimal effizienter zu werden, bezeichnen wir als „Faktor 3“. Um den Fortschritt voranzutreiben, haben wir in unseren Fokusfeldern spezifische Ziele bis 2020 und darüber hinaus definiert.



Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt



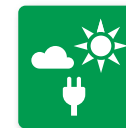
Leistung



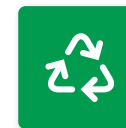
Gesundheit und Sicherheit

Mehr Wert schaffen

Fußabdruck reduzieren



Energie und Klima



Materialien und Abfall



Wasser und Abwasser

Nachhaltigkeitsstrategie

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Unser Anspruch

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

Wir stehen vor großen Herausforderungen, aus denen sich aber auch vielfältige Chancen ergeben. Die Weltbevölkerung wird Schätzungen zufolge bis zum Jahr 2050 auf mehr als neun Milliarden Menschen anwachsen. Gleichzeitig führt die weltweit zunehmende Wirtschaftsleistung zu steigendem Konsum und Ressourcenbedarf. Bereits heute ist der globale ökologische Fußabdruck der Menschheit größer, als es die verfügbaren Ressourcen der Erde dauerhaft verkraften. Somit wird sich insgesamt der Druck auf die Ressourcen in den kommenden Jahrzehnten weiter verstärken. Daher brauchen wir Innovationen, Produkte und Technologien, die mehr Lebensqualität bei gleichzeitig geringerem Material- und Rohstoffverbrauch ermöglichen.



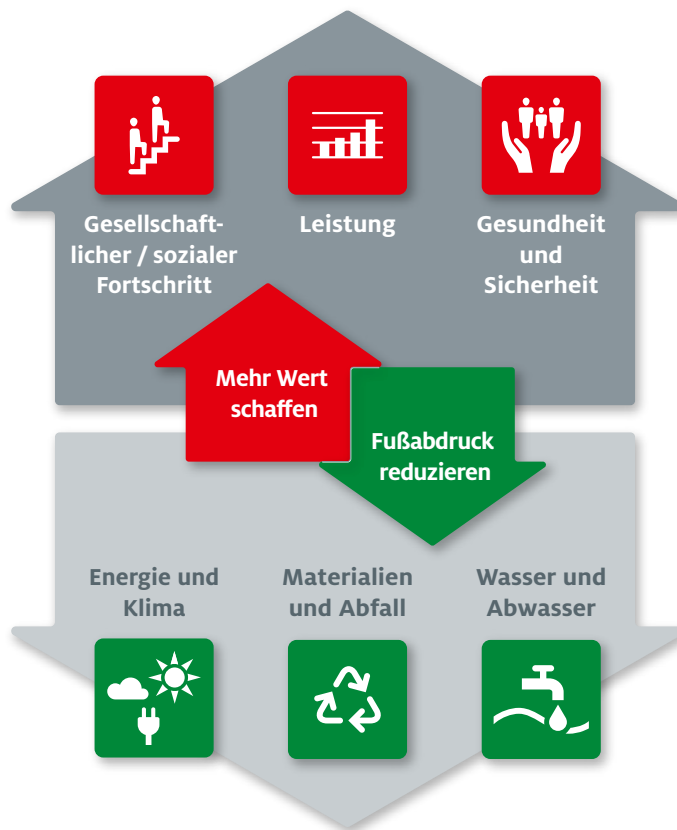
„Unser Anspruch, nachhaltig Werte zu schaffen, ist heute relevanter als jemals zuvor. Mit unserem strategischen Ansatz sichern wir die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens und tragen zu einer globalen nachhaltigen Entwicklung bei.“

Carsten Knobel

Vorsitzender des Vorstands

Vor diesem Hintergrund ist es unser → **langfristiges Ziel bis 2030**, den Wert zu verdreifachen, den wir mit unserer Geschäftstätigkeit schaffen – im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck, den wir durch unsere Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen hinterlassen. Mit unserer jahrzehntelangen Erfahrung im nachhaltigen Wirtschaften wollen wir die dafür notwendigen zukunftsfähigen Lösungsansätze entwickeln und umsetzen. Dabei spielt die Zusammenarbeit mit unseren Partnern entlang der Wertschöpfungskette eine zentrale Rolle.


- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen



Wir schaffen mehr Wert für unsere Kunden und Verbraucher, unsere Mitarbeiter, unsere Nachbarn, unsere Aktionäre, unser gesellschaftliches Umfeld sowie unser Unternehmen bei einem reduzierten ökologischen Fußabdruck.

Zunehmende Relevanz

Nachhaltigkeit gewinnt bei unseren Stakeholdern weiterhin an Bedeutung. Unsere Geschäftspartner und Verbraucher legen immer mehr Wert darauf, die Auswirkungen unserer Prozesse und Produkte entlang der Wertschöpfungskette zu verstehen. Das zunehmende Bewusstsein insbesondere hinsichtlich der Themen Klimawandel, Achtung von Menschenrechten und Verwendung von Plastik sowie deren Präsenz in den Medien unterstreichen deren Dringlichkeit. Ebenso nimmt der Austausch über Nachhaltigkeitsthemen auf öffentlichen Plattformen zu, insbesondere in den sozialen Medien.

Darüber hinaus konnten wir auf der politischen Ebene in den letzten Jahren große Fortschritte hin zu einem gemeinsamen Verständnis der globalen Prioritäten beobachten, insbesondere mit dem weltweiten Klimaabkommen von Paris im Jahr 2015 und den 17 Zielen für eine nachhaltige Entwicklung („Sustainable Development Goals“, kurz  SDGs).

Unsere Ziele und Initiativen gleichen wir kontinuierlich mit den globalen und nationalen Prioritäten ab, um sicherzustellen, dass wir an den für unser Geschäft und die nachhaltige Entwicklung relevanten Themen arbeiten. Dabei sind wir im Dialog mit unseren Stakeholdern, engagieren uns weltweit in Initiativen zusammen mit Branchenvertretern und zivilgesellschaftlichen Akteuren und beteiligen uns am politischen und gesellschaftlichen Diskurs.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Führende Rolle

Wir sind überzeugt, dass unser Fokus auf Nachhaltigkeit und unser stetiges Engagement nicht nur gegenwärtig wichtig sind, sondern auch die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens unterstreichen. Das umfasst einen wirkungsvollen Beitrag zu einer globalen nachhaltigen Entwicklung sowie gleichzeitig eine Stärkung des wirtschaftlichen Erfolgs von Henkel. Dieser Fokus fördert unser Wachstum, trägt dazu bei, unsere Kosteneffizienz zu steigern, und verringert Risiken. Er umfasst alle Aktivitäten unseres Unternehmens – entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Durch unsere langjährige Arbeit verfügen wir bereits über ein starkes Fundament und können überzeugende Erfolge vorweisen. So wird die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit durch viele internationale Ratings und Rankings bestätigt. Durch die Tatkraft unserer Mitarbeiter und mithilfe der hohen Reichweite unserer Marken und Technologien wollen wir unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung weiter ausbauen.



Bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie machen unsere Mitarbeiter den Unterschied aus – durch ihren persönlichen Einsatz, ihre Fähigkeiten und ihr Wissen.

Global und entlang der Wertschöpfungskette

Unser Streben nach Nachhaltigkeit ist langfristig und unternehmerisch geprägt und umfasst alle Aspekte entlang der Wertschöpfungskette. Als global agierendes Unternehmen mit Lieferanten aus rund 120 Ländern, Produktionsstätten auf sechs Kontinenten und der weltweiten Präsenz unserer drei Unternehmensbereiche bedeutet nachhaltiges Wirtschaften für uns, verantwortlich zu handeln und gemeinsam mit unseren Partnern Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten.

Unsere Wertschöpfungskette

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



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

1. Rohstoffe



Lieferanten aus rund 120 Ländern

Wir entwickeln innovative Lösungen und Standards im Sinn der Nachhaltigkeit mit unseren Lieferanten und Partnern aus rund 120 Ländern.

2. Produktion



Henkel betreibt 184 Produktionsstandorte in 56 Ländern. An allen arbeiten wir daran, bei gleichbleibend hoher Qualität und Sicherheit unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.

3. Logistik



Transportemissionen senken

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

4. Industrie und Handel



Enge Kooperation

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

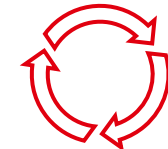
5. Verbraucher

90%



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

6. Entsorgung / Recycling



100%

Bis zum Jahr 2025 sollen 100 Prozent der Verpackungen von Henkel recycelbar oder wiederverwendbar* sein.

* Mit Ausnahme von Klebstoffprodukten, bei denen Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Globale Ziele für eine nachhaltige Entwicklung

Henkel unterstützt die Umsetzung der **17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (SDGs)**, die im September 2015 von den 193 Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen verabschiedet wurden. Die SDGs repräsentieren einen wichtigen Schritt zum gemeinsamen Verständnis der Herausforderungen, derer wir uns weltweit annehmen müssen, um eine nachhaltige Entwicklung zu ermöglichen. Sie decken die gesamte Breite der Nachhaltigkeitsthemen ab, die für alle Stakeholder relevant sind – aus Industrie-, Schwellen- und Entwicklungsländern, für Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen sowie für Beteiligte aus allen Branchen und Sektoren entlang der Wertschöpfungskette.

Aufgrund des auf der internationalen Ebene gemeinschaftlich entwickelten Verständnisses helfen die Ziele dabei, Diskussionen auf nationaler und industrieller Ebene zu strukturieren. Sie dienen auch als Leitfaden für verschiedenste Organisationen, um Prioritäten zu identifizieren und Partnerschaften einzugehen. Als Unternehmen sind wir überzeugt, dass diese Ziele gemeinschaftliches Handeln fördern und den Fortschritt in Richtung Nachhaltigkeit beschleunigen werden. Dabei sind nachhaltiger Konsum, Verpackungen und Plastik, Klimaschutz, Menschenrechte, Chancengleichheit sowie Bildung wichtige Themenfelder für unsere Arbeit.

Durch die kontinuierliche Überprüfung unserer Unternehmensziele und -initiativen stellen wir sicher, dass sich diese mit den für uns relevanten Prioritäten der SDGs decken. Aufgrund unserer langjährigen, intensiven Arbeit zu den verschiedensten Aspekten der Nachhaltigkeit und unseres breiten Produktportfolios sowie unserer Präsenz in zahlreichen Märkten unterstützen wir mit unseren Aktivitäten die SDGs.



Die folgenden zwei Seiten illustrieren beispielhaft, wie wir mit unserem Engagement für Nachhaltigkeit zur Umsetzung der globalen Entwicklungsziele beitragen. Die hier vorgestellten Themen zeigen die Bandbreite unserer Beiträge auf, die wir im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit sowie unseres darüber hinausgehenden gesellschaftlichen Engagements leisten.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Gute Bildung ermöglichen

Wir haben das Ziel, den Zugang zu qualitativ hochwertiger Bildung zu fördern und die Anzahl Jugendlicher und Erwachsener mit einschlägigen Kompetenzen und Fähigkeiten zu erhöhen. Die Schwarzkopf → „Million Chances“-Initiative wurde bereits 2016 ins Leben gerufen, um Frauen und Mädchen dabei zu unterstützen, Grundsteine für eine erfolgreiche Zukunft zu legen. Weiterhin ist Henkel beispielsweise Hauptförderer von → „Teach First Deutschland“. Damit unterstützen wir das Engagement von Hochschulabsolventen und zukünftigen Führungskräften, die in Schulen in benachteiligten Gemeinden und sozialen Brennpunkten als zusätzliche Lehrkräfte Schülern helfen.



Nachhaltiges Palmöl fördern

Als Teil unserer Verantwortung wollen wir nachhaltige Praktiken in der Palmölindustrie – entlang der gesamten Wertschöpfungskette – unterstützen. Durch die Förderung von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl tragen wir dazu bei, Wälder nachhaltig zu bewirtschaften und Abholzung zu vermeiden. Wesentlich ist bei unserem Engagement die Zusammenarbeit mit Vertretern der gesamten Branche. So wollen wir die Verfügbarkeit von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl auf dem Markt beispielsweise durch Kooperationsprojekte erhöhen, die es → Kleinbauern ermöglichen, ihre Ernten als nachhaltig zertifizieren zu lassen, ihre Produktivität zu steigern und so ihre Existenzgrundlage zu verbessern.



Für Klimaschutz engagieren

Angesichts der dringenden Notwendigkeit, CO₂-Emissionen zu senken, ist es unsere langfristige Vision bis 2040, ein → klimapositives Unternehmen zu werden sowie Fortschritte in weiteren relevanten Bereichen unserer Wertschöpfungskette zu erzielen. So wollen wir den CO₂-Fußabdruck unserer Produktion bis 2030 um 75 Prozent senken. Dabei sind wir bestrebt, 100 Prozent des zu beschaffenden Stroms bis 2030 aus erneuerbaren Quellen zu beziehen. Wir möchten außerdem das Potenzial unserer Marken und Technologien nutzen, indem wir Kunden und Verbraucher dabei unterstützen, 50 Millionen Tonnen CO₂ bei der Verwendung unserer Produkte bis 2020 einzusparen.



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

1 KEINE ARBEIT

14 LEBENLICHES WASSER

17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE

Abfall in Chancen verwandeln

Wir wollen den Eintrag von Abfällen in die Meere verringern und damit einen Beitrag zum Meeresschutz leisten. Henkel hat 2017 als erstes großes globales Konsumgüterunternehmen begonnen, mit dem Sozialunternehmen → **Plastic Bank** zusammenzuarbeiten, und diese Partnerschaft im Jahr 2019 um weitere fünf Jahre verlängert. Seit dem Start der Zusammenarbeit hat Plastic Bank mithilfe von Henkel mehrere Sammelstellen für Plastikmüll in Haiti eröffnet. Die Idee ist, dass die örtliche Bevölkerung den gesammelten Abfall zurückgeben und ihn gegen Geld, Waren oder Dienstleistungen eintauschen kann. Dies schafft Wert aus Abfall, bevor dieser in Gewässer oder Meere gelangen kann.

12 NACHHALTIGERE KONSUMGÜTERPRODUKTION

13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ

17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE

Nachhaltigen Konsum fördern

Wir unterstützen das Ziel, einen nachhaltigen und ressourcenschonenden Konsum zu fördern. Der Schlüssel dafür sind unsere Produkte und Technologien, denn sie werden täglich millionenfach in Haushalten und industriellen Prozessen eingesetzt. Wir konzentrieren uns auf die Entwicklung von Produkten, die Ressourceneffizienz im täglichen Gebrauch ermöglichen. Durch gezielte Kommunikation streben wir zudem ein verantwortungsbewusstes Verhalten beim Einsatz unserer Produkte an. Dies ist wichtig, da der ökologische Fußabdruck vieler unserer Produkte während der Nutzung bestimmt wird. Bei der Berechnung des individuellen CO₂-Fußabdrucks hilft der **Henkel-Fußabdruckrechner**.

1 KEINE ARBEIT

2 KEIN HUNGER

17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE

Lebensqualität verbessern

Mit unserem gesellschaftlichen Engagement verfolgen wir das Ziel, Menschen weltweit zu unterstützen und ihre Lebensqualität zu verbessern. Durch → **ehrenamtliches Mitarbeiterengagement** werden zum Beispiel bereits seit Jahren soziale Projekte in Uganda gefördert. Die Unterstützung von Kindern ist wichtig, da das Land aufgrund schlechter Ernährung und mangelnder Medizinversorgung eine sehr hohe Kindersterblichkeitsrate aufweist. Solches freiwilliges gesellschaftliches Engagement – auch Corporate Citizenship genannt – ist seit der Unternehmensgründung durch Fritz Henkel im Jahr 1876 ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Mehr Wert schaffen und ökologischen Fußabdruck verkleinern

Wir wollen unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stetig ausbauen. Der Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist: mehr Wert schaffen und den ökologischen Fußabdruck verringern. Dabei konzentrieren wir unsere Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette in → **sechs Fokusfeldern**, die die Herausforderungen der nachhaltigen Entwicklung mit unserem Handeln verknüpfen. Drei beschreiben, wie wir mehr Wert schaffen wollen, die drei anderen, wie wir den ökologischen Fußabdruck verkleinern wollen. Um in diesen Fokusfeldern Fortschritte voranzutreiben und unsere Ziele bis 2020 und darüber hinaus zu erreichen, setzen wir in Zusammenarbeit mit unseren Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf das Engagement unserer Mitarbeiter und auf unsere Marken und Technologien.

Mehr Wert schaffen

Um mehr Wert zu schaffen, wollen wir einen Beitrag in den von uns identifizierten Fokusfeldern leisten: Gesellschaftlicher/sozialer Fortschritt, Leistung sowie Gesundheit und Sicherheit.

Ausgezeichnete Qualität und Leistung sind die zentralen Wertversprechen unserer Marken und Technologien und die Grundlage für unseren wirtschaftlichen Erfolg. Produkte, die erstklassige Leistung mit einem reduzierten Fußabdruck kombinieren, sind wesentliche Erfolgsfaktoren für eine nachhaltige und profitable Geschäftsentwicklung.

Auch in weiteren Bereichen schaffen wir Werte. Neben Leistungen in Form von Gehältern und Steuern tragen unsere Geschäftstätigkeit und die damit verbundenen Wertschöpfungsaktivitäten zur regionalen

Entwicklung bei. Mit Produktionsstandorten in 56 Ländern fördern wir als lokaler Arbeitgeber, Einkäufer und Investor den wirtschaftlichen sowie sozialen und gesellschaftlichen Fortschritt. Durch Wissenstransfer und Technologieentwicklung fördern wir das verantwortliche Wirtschaften unserer Mitarbeiter sowie unserer Kunden.

Gerade in den Wachstumsregionen rückt die Frage nach dem gesellschaftlichen Mehrwert von Produkten in den Vordergrund. Dabei haben Produkte, die sich an den Bedürfnissen der unteren Einkommensklassen orientieren, nicht nur wirtschaftliches Potenzial. Sie leisten gleichzeitig positive gesellschaftliche Beiträge, zum Beispiel zur Hygiene und Gesundheit im Haushalt.

Für Henkel hat Produktsicherheit und damit die Sicherheit und Gesundheit unserer Kunden, Verbraucher und Nachbarn seit jeher höchste Priorität. Gleiches gilt für unsere Mitarbeiter. Durch kontinuierliche Anstrengungen im Bereich Arbeitsschutz und -sicherheit streben wir danach, dass Henkel und seine Produktionsstandorte sichere und gesunde Arbeitsbedingungen bieten.

Darüber hinaus schaffen wir mit unserer Geschäftstätigkeit und gemeinsam mit unseren Partnern Werte. Wir handeln in dem Bewusstsein, dass die globale Mittelschicht wächst, während weite Teile der Weltbevölkerung weiterhin mit Armut, schlechten Arbeitsbedingungen und mangelnden Entwicklungsperspektiven konfrontiert sind.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wir engagieren uns zum Beispiel durch unsere Initiative → „**Million Chances**“ dafür, Mädchen und Frauen dabei zu unterstützen, sich eine positive Zukunft aufzubauen. Zudem setzen wir uns dafür ein, die Einkommensmöglichkeiten von Menschen zu verbessern, die mit unseren Lieferketten und unserem Geschäft in Berührung kommen, zum Beispiel von → **Kleinbauern** in der Palmölproduktion. Seit 2017 arbeiten wir zudem erfolgreich und mit wachsendem Engagement mit dem Sozialunternehmen → **Plastic Bank** zusammen, das sich zum Ziel gesetzt hat, den Eintrag von Plastikmüll in die Ozeane zu bekämpfen und gleichzeitig Chancen für Menschen in Armut zu schaffen.



Um nachhaltiges Palmöl im Rahmen von Kleinbauernprojekten zu fördern, engagieren wir uns gemeinsam mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad derzeit in sieben Initiativen weltweit.

Ökologischen Fußabdruck verkleinern

In wesentlichen Bereichen, die wir mit unseren Fokusfeldern abdecken, wollen wir entlang unserer Wertschöpfungskette den ökologischen Fußabdruck reduzieren: Energie und Klima, Materialien und Abfall sowie Wasser und Abwasser.

Mit dem Pariser Klimaabkommen hat sich die Staatengemeinschaft dazu bekannt, den globalen Temperaturanstieg auf deutlich unter 2 Grad Celsius gegenüber dem Niveau des vorindustriellen Zeitalters zu halten und nach Möglichkeit auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen. Das erfordert eine Verringerung der CO₂-Emissionen um 80 bis 90 Prozent bis zum Jahr 2050. Henkel verpflichtet sich, zur Erreichung dieses Ziels beizutragen. Vor diesem Hintergrund wollen wir bis 2030 den CO₂-Fußabdruck unserer Standorte um 75 Prozent reduzieren. Darüber hinaus ist es unsere langfristige Vision, bis 2040 ein klimapositives Unternehmen zu werden und einen aktiven Beitrag für den Klimaschutz zu leisten.

Wir fokussieren uns zunächst auf unsere eigene Produktion, auf die wir direkten Einfluss haben. Außerdem beeinflussen die von uns eingekauften Rohstoffe maßgeblich unseren ökologischen Fußabdruck entlang der Wertschöpfungskette. Deshalb erwarten wir von unseren Lieferanten und Vertragspartnern vergleichbar ambitionierte Ziele, wie wir sie uns selber setzen, und Beiträge zur Reduzierung von CO₂ entlang ihrer Lieferketten. Bezogen auf den ökologischen Fußabdruck entlang der Wertschöpfungskette hat die Produktnutzungsphase den größten Einfluss auf unseren CO₂-Fußabdruck. Wir wollen daher auch die Potenziale unserer Marken und Technologien nutzen, um unseren Kunden und Verbrauchern dabei zu helfen, CO₂-Emissionen zu verringern.

Zu unserem Fokusfeld Materialien und Abfall gehören der verantwortungsvolle Einsatz von Ressourcen oder auch unser Ziel, das Abfallvolumen in unserem Unternehmen zu reduzieren. Darüber hinaus haben wir uns für unsere → **Produktverpackungen** ambitionierte Ziele gesetzt. Damit wollen wir die Entwicklung hin zu einer Kreislaufwirt-



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

schaft weiter vorantreiben. Dazu zählt, Verpackungen von Henkel so zu entwickeln, dass diese recycelbar oder wiederverwendbar sind. Darüber hinaus haben wir uns Ziele für den Anteil von recyceltem Plastik in den Verpackungen für Konsumentenprodukte gesetzt.

Im Fokusfeld Wasser und Abwasser ist es unser Ziel, den Verbrauch von Wasser während der Herstellung unserer Produkte zu reduzieren sowie Abwasser zu vermeiden. Zudem setzen wir auf die Entwicklung von Produkten, die es unseren Kunden und Verbrauchern ermöglichen, eigene Beiträge zum Wassersparen zu leisten. Wasch- und Reinigungsmittel sowie Produkte für Kosmetik und Körperpflege, die nach dem Gebrauch ins Abwasser gelangen, sind so entwickelt, dass sie die Umwelt möglichst wenig belasten. Das Abwasser aus industriellen Anwendungen wird mit modernen Technologien vorbehandelt und professionell entsorgt.

Beitrag unserer Marken und Technologien

Unsere Marken und Technologien sind aus Millionen von Haushalten und industriellen Prozessen nicht mehr wegzudenken. Wir haben daher den klaren Anspruch, dass unsere Produkte und Lösungen einen positiven Beitrag zu ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen leisten. Dieser Anspruch ist auch systematisch in unserem Innovationsprozess verankert. Konsumenten beispielsweise entscheiden bei ihrem Produktkauf nicht nur nach Leistung und Preis. Sie fordern auch die Integrität der Marke: ökologisch, ökonomisch und sozial. Neue Technologien und Medien schaffen eine hohe Transparenz, wodurch Verbraucher mit geringem Aufwand prüfen können, ob Versprechen eingehalten werden. Mit einer klar definierten und konsequent umgesetzten Positionierung können unsere Marken ihre Wettbewerbsposition stärken und die Kundenbindung unterstüt-

zen. Bei unseren Top-Marken legen wir den Fokus auf den „Brand Purpose“. Ergänzend dazu bieten wir „grüne“ Produkte als „Leuchttürme“. Beispiele sind unsere Marke → **Nature Box** und unsere Produktlinie → **Pro Nature**.

Auch im Austausch mit unseren Geschäftskunden ist es uns wichtig zu zeigen, wie unsere Produkte zu Nachhaltigkeit beitragen können. Dazu zählt beispielsweise, wie Ressourcen effizienter eingesetzt werden können. Wir entwickeln Lösungen, die unseren Industriekunden und Geschäftspartnern helfen, die Energieeffizienz zu steigern, die Sicherheit am Arbeitsplatz zu verbessern sowie Abfallaufkommen und Emissionen zu verringern. In der Kommunikation mit Verbrauchern verdeutlichen wir, wie sie unsere Produkte verantwortungsbewusst und ressourcenschonend verwenden können.

Kunden und Verbrauchern helfen, CO₂-Emissionen einzusparen

Wir haben uns das Ziel gesetzt, unsere Kunden und Verbraucher darin zu unterstützen, 50 Millionen Tonnen CO₂ im Fünfjahreszeitraum bis 2020 einzusparen. Unser Ziel umfasst dabei zwei Ansätze: So wollen wir mit unserem Engagement helfen, dass CO₂-Emissionen reduziert werden, die beim Gebrauch unserer Produkte beim Kunden entstehen (sogenannte Scope-3-Emissionen). Darüber hinaus wollen wir durch unsere Produkte und Technologien dazu beitragen, dass beim Kunden die Entstehung von CO₂-Emissionen vermieden wird (sogenannte Scope-4-Emissionen).



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Bezogen auf unsere Marken und Technologien stellen wir zum einen Produkte her, deren Anwendung direkt mit dem Einsatz von Energie verbunden ist, beispielsweise Waschmittel, Duschgele oder auch Schmelzklebstoffe. Hier wollen wir durch Innovationen, die den effizienten Einsatz von Energie ermöglichen, zur Reduzierung des Energieverbrauchs und des damit verbundenen CO₂-Fußabdrucks beitragen. Zudem streben wir an, durch gezielte Kommunikation Einfluss auf ein verantwortungsvolles Verhalten während der Produktanwendung zu nehmen.

So haben wir verschiedene Initiativen ins Leben gerufen, um das Bewusstsein der Verbraucher für den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen zu stärken. „Be smarter. Save water.“ ist eine Initiative von Beauty Care mit den Marken Schauma, Fa und Theramed. Ziel ist es, mehr Bewusstsein für die wichtige Ressource Wasser zu schaffen und Verbraucher zu ermutigen, sparsam damit umzugehen. Durch den geringeren Verbrauch warmen Wassers können auch CO₂-Emissionen eingespart werden. Zu der Initiative gehören Informationen auf den Produktverpackungen sowie eine dazugehörige [Webseite](#). Darüber ermöglichen wir es Verbrauchern beispielsweise, ihren persönlichen täglichen Wasserfußabdruck zu berechnen, und zeigen den Nutzen einer verkürzten Duschzeit auf. Studien belegen, was mit Maßnahmen für ein gestärktes Verbraucherbewusstsein erreicht werden kann. Wenn Konsumenten unserer Produkte ihre Duschzeit im Durchschnitt um 15 Prozent verkürzten, könnten mehr als 200.000 Tonnen CO₂-Emissionen jährlich eingespart werden.



Auch durch eine niedrigere Wassertemperatur beim Wäschewaschen lassen sich Energieverbrauch und CO₂-Emissionen verringern. Durch kontinuierliche Forschungs- und Entwicklungskooperationen mit unseren Partnern sowie signifikante Investitionen in neue Rezepturen ermöglichen wir es unseren Verbrauchern, bei immer konzentrierteren Dosierungen und bei niedrigeren Temperaturen oder sogar kalt zu waschen und trotzdem ein sehr gutes Waschergebnis zu erzielen. Um das Bewusstsein für das Energiesparen zu stärken, machen wir über das Logo „sei nachhaltig – wasche kalt“ auf unseren Waschmittelverpackungen auf das Thema aufmerksam. Das Einsparpotenzial ist enorm: Würde bei allen Waschladungen mit unseren Vollwaschmitteln auf das Aufheizen des Wassers verzichtet, könnten damit jährlich mehr als 7 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen vermieden werden.



Für unser Ziel, unseren Kunden und Verbrauchern zu helfen, 50 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen im Zeitraum 2016 bis 2020 einzusparen, haben wir ein CO₂-Einsparungsportfolio entwickelt. Die Bewertung der Beiträge dieses Portfolios erfolgt anhand eines unternehmensweiten, standardisierten Prozesses, der Kriterien für die Auswahl der Produkte sowie die Berechnung der CO₂-Emissionen vorgibt. Einige Beispiele unserer Produkte und Technologien haben wir in den folgenden sechs Gruppen zusammengefasst. Mit den in den Jahren 2016 bis 2019 verkauften Produkten ermöglichten wir es unseren Kunden und Verbrauchern, mehr als 43,5 Millionen Tonnen CO₂ einzusparen. In Zukunft werden wir weitere Anwendungen bewerten und damit das Portfolio unserer Produkte, die zu CO₂-Einsparungen in der Anwendungsphase beitragen, weiter ausbauen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Energiesparende Gebäudehüllen

Aufgrund verminderten Wärmeverlusts helfen unsere Wärmedämmverbundsysteme zur Isolierung von Gebäudefassaden, den Energieverbrauch zu senken. Zudem ermöglichen es unsere „Cool roof“-Dachbeschichtungen, die 87 Prozent mehr Sonnenlicht reflektieren als herkömmliche Dachbeschichtungen, dass zum Beispiel weniger Klimaanlage zur Kühlung benötigt werden und so der Gebäudeenergiebedarf verringert wird. Mit den im Jahr 2019 verkauften Produkten können so rund 5,85 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen von unseren Kunden eingespart werden.



Automobil-Leichtbau

Wir unterstützen unsere Industriekunden mit Lösungen für die automobiler Leichtbauweise. Dazu gehören Verfahren zur Vorbehandlung von Metalloberflächen, um Stahl und Aluminium kombinieren zu können, flüssige Schalldämmung und 3-D-Verstärkung. All diese Technologien führen zu einer Gewichtsreduktion bei der Karosserie und tragen zu höherer Kraftstoffeffizienz bei. Mit den 2019 vertriebenen Lösungen können von unseren Kunden so rund 2,65 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen eingespart werden.



Mehr Effizienz für erneuerbare Energien

Unsere elektrisch leitfähigen Klebstoffe ermöglichen es Herstellern von Photovoltaikmodulen, die Effizienz von Solarmodulen und den Wirkungsgrad zu erhöhen. Es können mehr Solarzellen pro Modul verbaut und die Leitungsverluste innerhalb des Moduls verringert werden. Damit können diese Module mehr erneuerbare Energie erzeugen. Mit den von uns im Jahr 2019 verkauften Produkten helfen wir so unseren Kunden, rund 2,75 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen einsparen zu können.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Reparatur und Sanierung

Mit unseren Produkten für industrielle Beschichtung können unsere Kunden Maschinen wie beispielsweise Pumpen vor Verschleiß schützen und die Lebensdauer verlängern. Solche Maschinen laufen oft kontinuierlich, was zu Abrieb und Korrosion und damit zu Produktionsausfällen führen kann. Mit diesen Beschichtungen können unsere Kunden so die Betriebseffizienz ihrer Maschinen steigern, indem sie die Lebensdauer verlängern und den Energieverbrauch reduzieren. Mit den im Jahr 2019 verkauften Produkten können unsere Kunden so rund 560.000 Tonnen CO₂-Emissionen einsparen.



Intelligenter Materialersatz

Unsere Klebstoffe befähigen unsere Kunden im Baugewerbe, Platten aus mehreren Holzschichten zu verwenden. Die Technologie wird bei der Herstellung von Brettsperrholz („Cross-Laminated Timber“, kurz CLT) eingesetzt, einem Baustoff aus drei oder mehr Lagen kreuzweise verleimter Einschichtplatten. Mit der Verwendung von CLT lässt sich energie- und CO₂-intensiverer Betonbau ersetzen. Mit den im Jahr 2019 verkauften Produkten für den Einsatz des alternativen Baumaterials ist es unseren Kunden möglich, rund 520.000 Tonnen CO₂-Emissionen einzusparen.



Weniger Warmwasserverbrauch

Wir helfen Konsumenten mit unseren Produkten, den Energieverbrauch für das Aufheizen von Wasser und die damit verbundenen CO₂-Emissionen zu verringern. Mit unseren Wasch- und Reinigungsprodukten Colour Catcher-Farbfangtücher und Somat Maschinenreiniger können unsere Kunden die Anzahl der Waschkreisläufe reduzieren. Darüber hinaus benötigen die Leave-in-Conditioner und Trockenshampoos von Beauty Care kein warmes Wasser zum Ausspülen. Mit den im Jahr 2019 verkauften Produkten können die Verbraucher rund 200.000 Tonnen CO₂-Emissionen einsparen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Zentrale Rolle unserer Mitarbeiter

Bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie machen unsere Mitarbeiter den Unterschied aus – durch ihren persönlichen Einsatz, ihre Fähigkeiten und ihr Wissen. Damit leisten sie in ihrem Berufsalltag und im gesellschaftlichen Leben einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung. Dieses Engagement vereint Mitarbeiter in unseren drei Unternehmensbereichen, den regionalen und nationalen Gesellschaften sowie unseren Konzernfunktionen.

Unsere Mitarbeiter bringen sich aktiv darin ein, dass unsere Marken und Technologien wesentliche positive Beiträge zu ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen leisten. Sie sind die Schnittstelle zu unseren Kunden und Verbrauchern. Sie sind in Bereichen wie Einkauf, Produktion und Marketing tätig, wirken damit entlang unserer Wertschöpfungskette und arbeiten gemeinschaftlich mit unseren Partnern. Sie ermöglichen Innovationen, entwickeln Strategien und machen unser Unternehmen einzigartig. Daher wollen wir das Engagement unserer Mitarbeiter für Nachhaltigkeit weiter ausbauen und fördern. Bereits im Jahr 2012 initiierte Henkel das Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm, um Mitarbeiter zu ermutigen, sich noch intensiver mit dem Thema Nachhaltigkeit zu befassen.

Mitarbeiter als Nachhaltigkeitsbotschafter

Seit Einführung des → **Nachhaltigkeitsbotschafter-Programms** haben wir an unseren Standorten weltweit mehr als 50.000 Nachhaltigkeitsbotschafter ausgebildet. In den letzten Jahren haben wir unsere Schulungsaktivitäten erweitert, um unser Verständnis von nachhaltigem Wirtschaften noch stärker im Unternehmen zu verankern und

alle Mitarbeiter zu trainieren und zu motivieren, Nachhaltigkeitsbotschafter zu werden.

Neben einem E-Learning-Programm auf unserer zentralen globalen Lernplattform erreichen wir unsere Mitarbeiter insbesondere mit Teamtrainings, die wir weltweit auf der Grundlage standardisierter Trainingsmaterialien durchführen. In einem solchen Training erklären wir einerseits die Grundlagen der Nachhaltigkeit – vom Konzept bis hin zu den wichtigen globalen Herausforderungen – und stellen andererseits dar, wie Henkel diesen Herausforderungen begegnet und Nachhaltigkeit umsetzt.



In einer globalen Kommunikationskampagne haben wir unsere Mitarbeiter umfangreich über das Thema Plastik informiert und zum Beispiel in der Beitragsserie „Mythenmontag“ mit weitverbreiteten Mythen aufgeräumt.

Im Jahr 2019 haben wir unsere Mitarbeiter zudem umfangreich über das Thema Verpackungen und Plastik informiert. Teil der Kommunikationskampagne waren zum Beispiel Expertendialoge, Recyclingtipps und Mitarbeiter-Events.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen



Zweimal jährlich laden Mitarbeiter von Henkel in Shanghai, China, Kinder einer lokalen Schule ein, um sie zum Thema Nachhaltigkeit zu unterrichten. Im Jahr 2019 lag der Fokus auf Recycling.

Botschafter dazu motivieren, einen Beitrag zu leisten

Wir wollen unseren Mitarbeitern nicht nur Wissen über Nachhaltigkeit vermitteln, sondern sie auch anregen, sich für Nachhaltigkeit zu engagieren. Mit ihren Fähigkeiten und Kenntnissen können sie als Botschafter an unseren Standorten, mit unseren Kunden und mit anderen Partnern in unserem geschäftlichen Umfeld wichtige Beiträge zur Nachhaltigkeit leisten. Im Rahmen unseres Schulprojekts besuchen unsere Nachhaltigkeitsbotschafter Schulen, um Kindern nachhaltiges Handeln im Alltag näherzubringen. So zeigen wir den Schülern schon in jungen Jahren, wie Ressourcen effizient genutzt werden können. Gleichzeitig tragen die Kinder ihr Wissen und ihre Begeisterung als Multiplikatoren in ihr Umfeld. Seit Beginn des Projekts im Jahr 2012 bis Ende 2019 haben wir mehr als 170.000 Schulkinder in 53 Ländern über das Thema Nachhaltigkeit informiert.

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

Im Jahr 2019 hat Henkel zudem im Rahmen seines Engagements für die Vermeidung von Plastikabfall in der Umwelt die → **globale Mitarbeiter-Initiative „Trashfighters“** gestartet: Auf der ganzen Welt haben sich Henkel-Mitarbeiter an Sammelaktionen beteiligt und Müll von Flussufern, aus Parks oder Städten entfernt. Ziel der Initiative war es auch, das Bewusstsein unserer Mitarbeiter für Abfall in der Umwelt weiter zu stärken.



Henkel-Mitarbeiter weltweit nahmen an den „Trashfighter“-Aktionen teil, um Plastikabfall zu sammeln und auf Umweltverschmutzung aufmerksam zu machen, hier zum Beispiel in Frankreich.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Eine wichtige Zielgruppe sind unsere Kunden, die wir mit unseren Marken und Technologien erreichen. In unserem Programm „Say yes! to the future“ schult Henkel Vertriebsmitarbeiter aller Unternehmensbereiche über die Inhalte des Botschafterprogramms hinaus vertiefend zu allen vertriebsrelevanten Themen der Nachhaltigkeit. Dieses Wissen setzen sie dann in gemeinsamen Projekten mit unseren Handelspartnern um, zum Beispiel im Bereich Logistik oder zur Förderung nachhaltiger Kaufentscheidungen.

Außerdem wollen wir unseren Mitarbeitern über unsere bestehenden Programme hinaus Möglichkeiten bieten, sich in gemeinnützigen Projekten zu engagieren und in unserem gesellschaftlichen Umfeld einen Beitrag zu leisten.

Um unsere Mitarbeiter und Pensionäre in aller Welt bei ihrem freiwilligen und ehrenamtlichen Engagement in karitativen Einrichtungen zu unterstützen, haben wir bereits 1998 die Initiative → „MIT Ehrenamt“ (**Miteinander im Team**) gegründet. Wir fördern die Projekte durch Produkt- und Geldspenden, bezahlte Freistellung und durch fachliche Beratung. Dabei gilt: Je größer das ehrenamtliche Engagement, desto höher die mögliche Unterstützung seitens Henkel. Durch den großen Einsatz unserer aktiven und pensionierten Mitarbeiter sowie die Projektberichte stellen wir sicher, dass unsere Mittel vollständig, verantwortungsbewusst und transparent dort eingesetzt werden, wo sie am dringendsten benötigt werden. Durch die MIT-Initiative setzt Henkel wichtige Impulse: Besseres Teamwork, höhere Motivation durch Wertschätzung des privaten Engagements und die



Die Initiative „MIT Ehrenamt“ fördert Eigeninitiative und ehrenamtliches gesellschaftliches Engagement, wie hier in Burkina Faso den Bau eines Trinkwasserbrunnens.

Identifikation mit der Unternehmenskultur von Henkel sind nur einige Beispiele für die Wirkungen, von denen die Ehrenamtler berichten. Die engagierten Mitarbeiter und Pensionäre sind ein wichtiges Bindeglied zwischen Henkel und dem lokalen Umfeld. Sie sind Botschafter unseres Unternehmens und unserer Unternehmenskultur.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Weiterentwicklung unserer Strategie, Ziele und Konzepte

Die Gesellschaft und Unternehmen sehen sich global einer Vielzahl von Herausforderungen und Entwicklungen gegenübergestellt. Dies umfasst Aspekte wie Umwelt, Arbeitnehmer- und Sozialbelange, Achtung der Menschenrechte sowie Korruption und Bestechung. Die Herausforderungen und Entwicklungen spiegeln sich zudem in den internationalen nachhaltigen Entwicklungszielen, den „Sustainable Development Goals“ (kurz SDGs), wider.

Für die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und die Definition dazugehöriger Ziele bewerten wir im Dialog mit dem Vorstand und unter der Leitung unseres → **Sustainability Council** in Arbeitsgruppen Trends, Entwicklungen sowie die Erwartungen unserer Stakeholder und analysieren unseren ökologischen Fußabdruck entlang der Wertschöpfungskette.

Relevante Themen ermitteln

Um die für unsere Geschäftstätigkeit und Berichterstattung relevanten Themen zu ermitteln und einzuordnen, erfassen und bewerten wir mithilfe verschiedener Instrumente und in einem stetigen Prozess Herausforderungen und Chancen einer nachhaltigen Entwicklung. So beurteilen wir die Bedeutung der Themen für das Unternehmen, die Umwelt und Gesellschaft und damit auch für unsere Stakeholder. Bei der Auswahl der Themen gehen wir über die Wesentlichkeitsdefinition des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (kurz CSR-RUG) in Verbindung mit den Paragraphen (§§) 289b bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB) hinaus.

Erkenntnisse und Perspektiven gewinnen

Der Dialog mit unseren Stakeholdern hilft uns, Erkenntnisse und Perspektiven außerhalb unseres Geschäfts zu gewinnen und ein gemeinsames Verständnis von Prioritäten und Herausforderungen zu fördern. Diesen führen wir beispielsweise mit Meinungsführern, der Fachöffentlichkeit, Wissenschaft, internationalen Ratingagenturen und Analysten. So bewerten Nachhaltigkeitsanalysten und Fachinstitute in regelmäßigen Abständen, wie Unternehmen das Verhältnis von Ökonomie, Ökologie und gesellschaftlichen Aspekten ausbalancieren. Wir stellen uns diesen → **externen Bewertungen**, weil sie zu mehr Transparenz im Markt führen und uns zeigen, wie unsere Leistungen eingeschätzt werden. Berücksichtigung finden auch die Kriterien verschiedener finanz- und nachhaltigkeitsorientierter Ratings sowie die Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI).

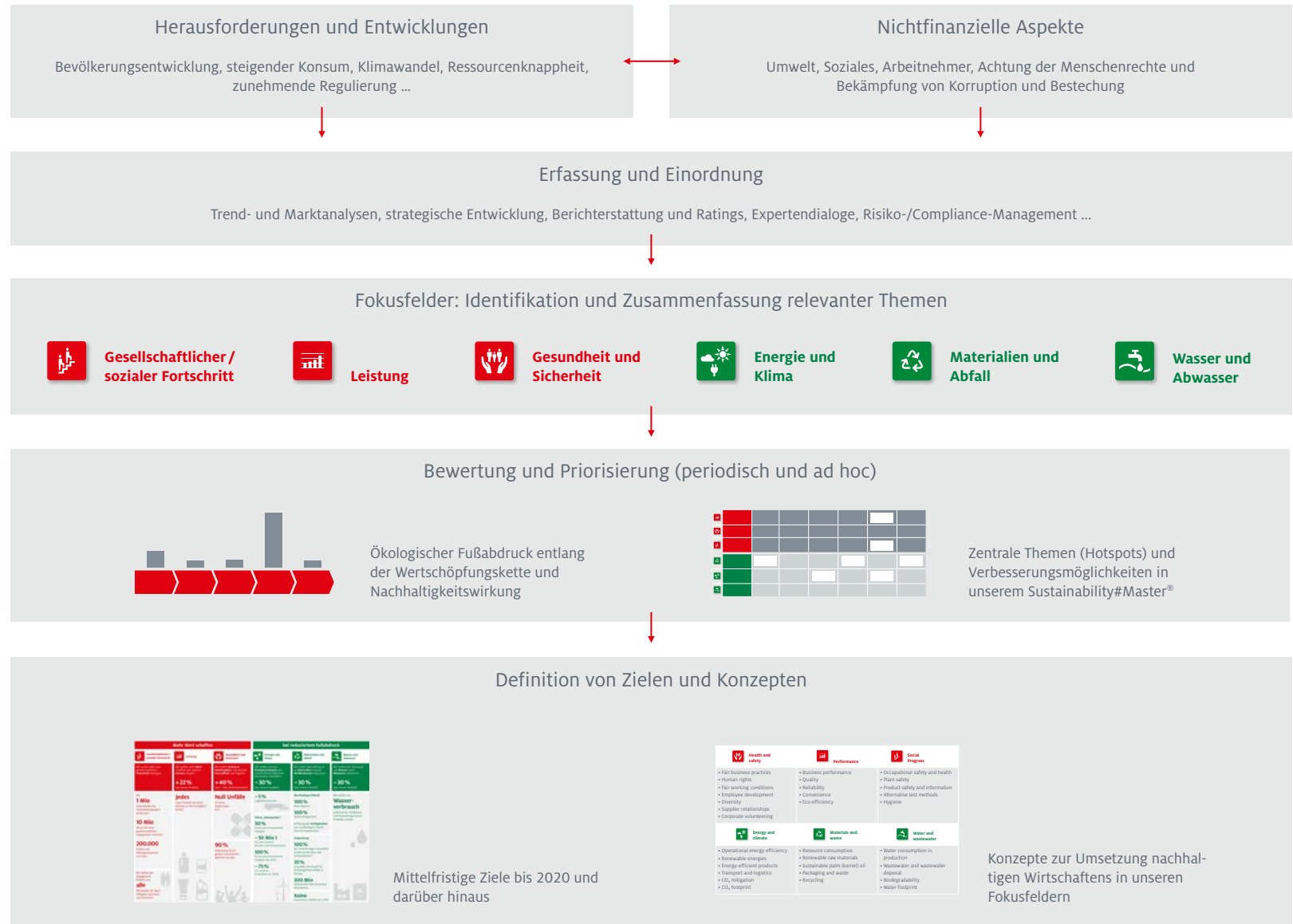
Die Ergebnisse dieses Prozesses lassen sich in sechs → **Fokusfelder** gliedern, die wir in einer Materialitätsbetrachtung identifiziert haben. In diesen Fokusfeldern wollen wir durch unsere Geschäftstätigkeit weltweit entlang der Wertschöpfungskette eine nachhaltige Entwicklung vorantreiben.

Einfluss bewerten

Zur Bewertung und Priorisierung relevanter Themen, wie die Weiterentwicklung unserer → **Verpackungsziele**, arbeiten wir mit verschiedenen → **Mess- und Bewertungsmethoden**, um die Maßnahmen zu identifizieren, die entlang der Wertschöpfungskette den größten Einfluss haben. Unseren Fußabdruck bewerten wir mithilfe repräsentativer Lebenszyklusbetrachtungen über alle Produktkategorien hinweg sowie von Daten zu den von uns eingesetzten Rohstoffen, Verpackungsmaterialien und den beauftragten Transporten.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Prozess der Identifikation wesentlicher Themen und Entwicklung von Zielen



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

So sind, über unser gesamtes Portfolio betrachtet, beim Wasser- und CO₂-Fußabdruck insbesondere Verbesserungen bei den eingesetzten Rohstoffen und in der Anwendungsphase entscheidend. Ein wichtiges Bewertungsinstrument, um die Dimensionen „Wert“ und „Fußabdruck“ zu optimieren, ist unser → „Henkel-Sustainability# Master®“, den wir zum Beispiel im Rahmen des Innovationsprozesses einsetzen. Das zentrale Element ist dabei eine Matrix, in der Änderungen in beiden Dimensionen und entlang der Wertschöpfungskette bewertet werden können.

Ziele und Konzepte definieren

Auf Basis dieser Bewertung und Priorisierung haben wir für die Fokusfelder definiert, wie wir bis 2020 und darüber hinaus zu unserem langfristigen Ziel beitragen, bis 2030 dreimal effizienter zu werden. Des Weiteren haben wir Managementsysteme, Standards und Leitlinien sowie dazugehörige Prozesse und Organisationsstrukturen etabliert, die uns den Rahmen geben, innerhalb dessen wir Maßnahmen zur Umsetzung der Konzepte ergreifen. Unsere Ziele und Konzepte überprüfen wir kontinuierlich und entwickeln sie bei Bedarf weiter.

Unsere Fokusfelder

 Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt	 Leistung	 Gesundheit und Sicherheit
<ul style="list-style-type: none"> • Faire Geschäftspraktiken • Menschenrechte • Faire Arbeitsbedingungen • Mitarbeiterentwicklung • Diversity • Lieferantenbeziehungen • Corporate Volunteering 	<ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftliches Ergebnis • Qualität • Zuverlässigkeit • Convenience • Öko-Effizienz 	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitssicherheit und Gesundheit • Anlagensicherheit • Produktsicherheit und -informationen • Alternative Testmethoden • Hygiene
 Energie und Klima	 Materialien und Abfall	 Wasser und Abwasser
<ul style="list-style-type: none"> • Energieeffizienz in der Produktion • Erneuerbare Energien • Energieeffiziente Produkte • Transport und Logistik • CO₂-Verringerungen • CO₂-Fußabdruck 	<ul style="list-style-type: none"> • Rohstoffverbrauch • Nachwachsende Rohstoffe • Nachhaltiges Palm(kern)öl • Verpackungen und Abfall • Recycling 	<ul style="list-style-type: none"> • Wasserverbrauch in der Produktion • Abwasser und Abwasserentsorgung • Biologische Abbaubarkeit • Wasser-Fußabdruck

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere Ziele bis 2020 und darüber hinaus

Auf dem Weg zu unserem → **langfristigen Ziel bis 2030** wollen wir unsere Leistungen in den kommenden Jahren weiter verbessern und haben dafür mittelfristige Ziele bis 2020 definiert. Darüber hinausgehend haben wir uns weitere Meilensteine für 2025 und 2040 gesetzt. Die nachfolgende Übersicht zeigt unsere wesentlichen Ziele, um nachhaltiges Wirtschaften voranzubringen.

Mehr Wert schaffen			bei reduziertem Fußabdruck		
Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt	Leistung	Gesundheit und Sicherheit	Energie und Klima	Materialien und Abfall	Wasser und Abwasser
Wir wollen aktiv zum gesellschaftlichen Fortschritt beitragen.	Wir wollen mehr Wert schaffen und unseren Umsatz steigern.	Wir wollen sicherere Arbeitsplätze und bessere Gesundheit und Hygiene schaffen.	Wir wollen unseren Energieverbrauch und unsere klimaschädlichen Emissionen reduzieren.	Wir wollen den Verbrauch an Rohstoffen und das Abfallvolumen reduzieren.	Wir wollen den Verbrauch von Wasser sowie Abwasser reduzieren.
+22% (pro Tonne Produkt)	+40% (pro 1 Mio Arbeitsstunden)	-30% (pro Tonne Produkt)	-30% (pro Tonne Produkt)	-30% (pro Tonne Produkt)	
Für 1 Mio Arbeitskräfte die Arbeitsbedingungen verbessern ¹	Jedes neue Produkt soll einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten.	Null Unfälle ist unser langfristiges Ziel.	-5% Logistikemissionen	Nachhaltiges Palmöl 100% Mass Balance 100% Rückverfolgbarkeit	Wir wollen den Wasserverbrauch während der Produktion und Anwendung unserer Produkte senken.
10 Mio Menschen über gesellschaftliches Engagement erreichen			50% Strom aus erneuerbaren Energien -50 Mio t CO ₂ bei unseren Kunden und Verbrauchern	Erhöhung der Verfügbarkeit von nachhaltigem Palmöl durch Kooperationen	
200.000 Schüler mit Bildungsinitiativen erreichen		90% Abdeckung durch globale Gesundheitsaktionen pro Jahr	100% Strom aus erneuerbaren Energien bis 2030 -75% CO ₂ in unserer Produktion bis 2030	Verpackung 100% der Verpackungen recycelbar oder wiederverwendbar bis 2025 ² -50% Einsatz von Kunststoffen auf fossiler Basis bis 2025	
Wir wollen das Engagement fördern und alle Mitarbeiter für Nachhaltigkeit aktivieren und trainieren.			Klimapositiv Vision bis 2040, klimapositives Unternehmen zu werden	30% recycelter Kunststoff für Konsumgüterprodukte bis 2025	
				Keine deponierten Abfälle bis 2030	

Basisjahr: 2010; Ausnahme Logistikemissionen: 2015

¹ Ziel bereits 2018 erreicht

² Mit Ausnahme von Klebstoffprodukten, bei denen Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Greifbare Fortschritte

Um unser Ziel zu erreichen, bis zum Jahr 2030 dreimal effizienter zu werden, müssen wir unsere Effizienz insgesamt jährlich um durchschnittlich 5 bis 6 Prozent steigern. Bezogen auf spezifische Ziele für „mehr Wert schaffen“ und „bei reduziertem Fußabdruck“ haben wir bis zum Jahr 2019 dabei große Fortschritte erzielen können. So haben wir mit einer Verbesserung unserer weltweiten Unfallrate um 42 Prozent pro eine Million Arbeitsstunden unsere Zielsetzung für 2020 im Jahr 2019 erreicht. Darüber hinaus haben wir in den Zielbereichen Verringerung sowohl der CO₂-Emissionen (Reduktion um 31 Prozent) und des Abfallaufkommens (Reduktion um 40 Prozent) unsere Zielsetzungen ein Jahr früher als 2020 übertroffen. Bei unserem Ziel der Reduktion des Wasserverbrauchs haben wir mit 28 Prozent unsere Zielerwartung für 2020 zudem nahezu erreicht. Die Ergebnisse in den Bereichen Arbeitssicherheit und ökologischer Fußabdruck bestätigen unser weltweites und jahrelanges Engagement, zur verbesserten Effizienz beizutragen. Die Effizienzsteigerung bis zum Jahr 2019 beträgt insgesamt 56 Prozent.

	Erreicht 2019 ¹	Ziele 2020 ¹
 mehr Umsatz pro Tonne Produkt	+ 5 %	+ 22 %
 sicherer pro eine Million Arbeitsstunden	+ 42 %	+ 40 %
 weniger CO ₂ -Emissionen pro Tonne Produkt	- 31 %	- 30 %
 weniger Abfall pro Tonne Produkt	- 40 %²	- 30 %
 weniger Wasser pro Tonne Produkt	- 28 %	- 30 %
Effizienz insgesamt	+ 56 %	+ 75 %

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

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

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Management

- Nachhaltigkeitsmanagement
- Codes, Standards und Managementsysteme
- Compliance
- Ergebnisse unserer Audits
- Organisation für nachhaltiges Wirtschaften
- Bewertung und Steuerung unternehmerischer Nachhaltigkeit
- Klimawandel und Klimaschutz
- Achtung der Menschenrechte



Management

Nachhaltigkeitsmanagement

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf weltweit einheitlichen Codes und Standards, integrierten Managementsystemen und einer Organisationsstruktur mit klar definierten Verantwortlichkeiten. Innerhalb von Henkel tragen zudem effiziente Prozesse nicht nur zu Umweltschutz und Arbeitssicherheit bei, sondern senken auch Ressourcenverbrauch und Kosten. Wir nutzen verschiedene Methoden und Instrumente, um unsere unternehmerische Nachhaltigkeit zu bewerten, zu steuern und die Zielerreichung über das gesamte Unternehmen und unsere Wertschöpfungskette zu messen. Indem wir den Einfluss unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen ganzheitlich betrachten, schaffen wir eine wesentliche Grundlage für Geschäftsentscheidungen und die Kommunikation mit Stakeholdern. Entscheidend ist für uns insgesamt das Zusammenspiel aus konzernweiten Steuerungsinstrumenten und Aktionsprogrammen in Regionen und Ländern, die auf die jeweiligen gesellschaftlichen Herausforderungen und Prioritäten einer Region oder eines Marktes ausgerichtet sind.

Auch das konzernweite Risikomanagement leistet einen unverzichtbaren Beitrag zu unserer strategischen Ausrichtung auf Nachhaltigkeit und hilft uns, potenzielle Risiken und Chancen frühzeitig zu erkennen.

Im Rahmen der nichtfinanziellen Berichterstattung wurde eine Risikoanalyse unter Berücksichtigung der in diesem Bericht beschriebenen Konzepte und Prozesse zur Risikominimierung durchgeführt. Dabei wurden – im Sinn der Paragraphen 289c Absätze 2 und 3, 315c Handelsgesetzbuch – weder bezüglich unserer eigenen Geschäftstätigkeit noch bezüglich unserer Geschäftsbeziehungen, unserer Produkte und Dienstleistungen „wesentliche Risiken“ identifiziert, die „sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen“ haben oder haben werden.

Codes, Standards und Managementsysteme

Weltweit einheitliche Codes und Standards

Aus unserem Unternehmenszweck, unserer Vision, Mission und den Unternehmenswerten haben wir verbindliche Verhaltensregeln abgeleitet und in einem System aus Codes und Corporate Standards zusammengefasst. Diese gelten für alle Mitarbeiter weltweit, in allen Geschäftsfeldern und Kulturkreisen, in denen wir tätig sind.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Der Code of Conduct, den wir 2000 eingeführt haben, enthält die wichtigsten Unternehmens- und Handlungsgrundsätze. Er wird durch Leitlinien für den Umgang mit möglichen Interessenkonflikten konkretisiert. Diese Leitlinien sind ein wichtiges Element unserer präventiven Maßnahmen gegen Korruption.

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

Folgende Codes und Standards finden Sie auf unserer Webseite:

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

Managementsysteme

Global einheitliche Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt („Safety, Health and Environment“, kurz SHE) zusammen mit integrierten Managementsystemen bilden die Grundlage für unsere weltweiten Optimierungsprogramme. Unsere SHE- wie auch unsere Social Standards gelten für alle Standorte. Unsere Managementsysteme stellen sicher, dass diese Standards in unserem weltweiten Produktionsnetz konsequent umgesetzt werden. Da das Verhalten

unserer Mitarbeiter hierbei eine wichtige Rolle spielt, führen wir an allen Standorten regelmäßig Umwelt- und → **Sicherheits-trainings** durch, bei denen unsere Mitarbeiter zu verschiedenen Themen geschult werden.

Die Einhaltung unserer **Codes und Standards** prüfen wir durch → **regelmäßige Audits** an unseren Produktionsstandorten sowie auch bei Lohnherstellern und in Logistikzentren. Alle Auditergebnisse, inklusive der Überprüfung unserer SHE- und Social Standards, werden im Rahmen des jährlichen Revisionsberichts direkt an den Vorstand von Henkel berichtet. Unsere Managementsysteme lassen wir auf Standortebene extern zertifizieren, wo dies von unseren Partnern in den Märkten erwartet und anerkannt wird.

Ende 2019 kamen 79 Prozent unserer Produktionsmenge aus Werken, die nach der international anerkannten Norm für Umweltmanagementsysteme ISO 14001 zertifiziert sind. 81 Prozent unserer Produktionsmenge sind durch die ISO-Norm 9001 für Qualitätsmanagement und 49 Prozent durch die ISO-Norm 50001 für Energiemanagement abgedeckt. Im Jahr 2019 kamen zudem 41 Prozent unserer Produktionsmenge aus Werken, die nach der neuen ISO-Norm 45001 als Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagementsysteme zertifiziert sind. Diese Norm wurde im März 2018 weltweit eingeführt und soll mit einer Übergangsfrist von drei Jahren die bisherige Norm zum Arbeitsschutz OHSAS 18001 ablösen. Rund 78 Prozent unserer Produktionsmenge in 2019 kam aus Werken, die nach OHSAS 18001 zertifiziert sind, und 41 Prozent entsprechend der ISO-Norm 45001.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Compliance

Unsere Compliance-Organisation trägt global die Verantwortung für alle präventiven sowie reaktiven Maßnahmen. Hinter ihr stehen integrierte Managementsysteme und eine Organisationsstruktur mit klar definierten Verantwortlichkeiten. Der General Counsel & Chief Compliance Officer berichtet direkt an den Vorsitzenden des Vorstands. Er wird vom Corporate Compliance Office, von unserem interdisziplinär zusammengesetzten Compliance & Risk Committee sowie von weltweit 50 lokalen Compliance-Beauftragten unterstützt. Auch unser Konzerndatenschutzbeauftragter ist organisatorisch der Compliance-Funktion zugeordnet. Gemeinsam koordinieren sie den Informationsfluss und unterstützen unsere Mitarbeiter bei der lokalen Umsetzung unserer Anforderungen, zum Beispiel durch speziell angepasste Trainings. Über Verstöße und daraufhin ergriffene Maßnahmen berichtet der General Counsel & Chief Compliance Officer regelmäßig dem Vorstand sowie dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats.

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

Fokus auf Kommunikation und Schulungen

Aufgrund unserer weltweiten Geschäftstätigkeit sind unsere Mitarbeiter in unterschiedlichen Rechts- und Wertesystemen tätig. Viele unserer Mitarbeiter arbeiten in Ländern, denen in Untersuchungen – beispielsweise von Transparency International – ein höheres Korruptionsrisiko zugeschrieben wird. Auch an diesen Standorten gilt für unsere Mitarbeiter ausnahmslos: Henkel lehnt jeden Verstoß gegen Gesetze und Standards sowie jegliche unlauteren Geschäftspraktiken ab. Um unseren Mitarbeitern klare Verhaltensregeln zu vermitteln und insbesondere Interessenkonflikte im Arbeitsalltag von vornherein zu vermeiden, setzen wir auf regelmäßige Schulungs- und Kommunikationsmaßnahmen. Eine besondere Rolle beim Thema Compliance kommt unseren Führungskräften zu. Aufgrund ihrer Stellung sind sie besonders verpflichtet, Vorbild für ihre Mitarbeiter zu sein. Vor diesem Hintergrund sind insbesondere alle unsere Management-Mitarbeiter weltweit zur Teilnahme an unseren E-Learnings und Präsenzschulungen verpflichtet, die vielfältige Compliance-Themen wie Datenschutz, Wettbewerbsrecht oder Anti-Korruption adressieren. Im Jahr 2019 haben insgesamt 16.959 Personen an diesen Schulungen teilgenommen.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Keine Toleranz bei regelwidrigem Verhalten

Regelwidriges Verhalten ist niemals im Interesse von Henkel. Diesem Grundsatz sind Vorstand und Führungskräfte bei Henkel ausnahmslos verpflichtet. Regelwidriges Verhalten untergräbt den fairen Wettbewerb und schadet unserer Vertrauenswürdigkeit und Reputation. Unsere Mitarbeiter legen großen Wert auf ein korrektes und ethisch einwandfreies Geschäftsumfeld. Auf Verstöße gegen Gesetze, Codes und Standards reagieren wir konsequent, auch durch arbeitsrechtliche Schritte. Im Jahr 2019 umfassten diese 21 Abmahnungen und 44 Trennungen von Mitarbeitern aufgrund von Compliance-relevanten Verstößen.

Datenschutz- und Compliance-Managementsysteme extern überprüft

Die Compliance-Kultur von Henkel ist durch eine ständige **Überprüfung und Verbesserung der Compliance-Prozesse** geprägt. Vor diesem Hintergrund wurde unser Datenschutz-Managementsystem in der Europäischen Union im Zeitraum April bis September 2019 durch externe Wirtschaftsprüfer nach dem Prüfungsstandard IDW PS 980 intensiv überprüft und bestätigt – bezogen auf die Angemessenheit, Implementierung und Wirksamkeit der Datenschutz-Prozesse. Henkel gehört damit zu den ersten deutschen Konzernen, die diese spezielle Prüfung nach Inkrafttreten der Datenschutz-Grundverordnung erfolgreich absolviert haben. Ähnliche externe Prüfungen ließ Henkel zuvor wiederholt für die Bereiche Wettbewerbsrecht und Anti-Korruption durchführen.

Ergebnisse unserer Audits

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

2019 hat Corporate Audit weltweit 77 Audits durchgeführt. Im Rahmen der Audits wurden insgesamt 1.488 Korrekturmaßnahmen vereinbart. Die Schwerpunkte lagen 2019 auf folgenden Bereichen: Prüfungen in kleineren Ländern, Kontenführung von Forderungen im Verkauf, Gewährung von Rabatten, von den Unternehmensbereichen betriebene IT-Systeme, unsere globale Supply-Chain-Organisation sowie aktuelle Übernahmen. Die Einhaltung der SHE-Standards haben wir an 63 Standorten überprüft und daraufhin 340 Optimierungsmaßnahmen eingeleitet. Die Einhaltung unserer Social Standards haben wir in 19 Bewertungen untersucht.

Alle Auditergebnisse werden im Rahmen des jährlichen Revisionsberichts direkt dem Vorstand von Henkel sowie dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats mitgeteilt. Neben den regulären Audits hat Corporate Audit auch eine Bewertung interner Kontrollsysteme durchgeführt. Zudem hat Corporate Audit 2019 weltweit 3.998 Mitarbeiter in Seminaren sowie während unserer Audits zu den Themen Compliance, Risikomanagement und interne Kontrollen geschult.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management**
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Organisation für nachhaltiges Wirtschaften

Das Nachhaltigkeitsmanagement ist vertikal, horizontal und funktionsübergreifend in unsere Organisationsstruktur integriert, um nachhaltiges Wirtschaften effektiv umzusetzen. Der Henkel-Vorstand trägt die Gesamtverantwortung für unsere Nachhaltigkeitsstrategie und für die Compliance-Organisation, um die Einhaltung der Gesetze und der internen Richtlinien sicherzustellen.

Sustainability Council

Unter dem Vorsitz eines Vorstandsmitglieds steuert der Sustainability Council als zentrales Entscheidungsgremium, besetzt mit Mitgliedern aus allen Geschäftseinheiten und Funktionen des Unternehmens, unsere globalen Nachhaltigkeitsaktivitäten. Der Sustainability Council tagt in der Regel viermal im Jahr. Darüber

hinaus stimmen sich die Mitglieder nach Bedarf im Jahresverlauf ab. Das Gremium übt im Auftrag der Geschäftsführung Koordinations-, Initiativ- und Kontrollfunktionen in Nachhaltigkeitsfragen aus. Diese umfassen strategische sowie operativ relevante Themen wie Klimawandel und dessen Auswirkungen, Menschenrechte, nachhaltige Produkte und Technologien, Verpackungen, Produktsicherheit und Managementsysteme. Der Sustainability Council richtet Projektgruppen zur Bearbeitung von Nachhaltigkeitsthemen ein und kontrolliert die Ergebnisse. Weiterhin werden übergreifende Projekte behandelt und die Erreichung der Nachhaltigkeitsziele regelmäßig verfolgt, zum Beispiel die Fortschritte unserer klimabezogenen Unternehmensziele und -initiativen.

Organisation für nachhaltiges Wirtschaften





Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Corporate Governance

Führungsgesellschaft von Henkel ist die Henkel AG & Co. KGaA mit Sitz in Düsseldorf. Eine verantwortungsbewusste und auf langfristige Wertsteigerung ausgerichtete Unternehmensführung und -kontrolle sind seit jeher Teil unserer Identität. Unter Berücksichtigung der rechtsform- und satzungsspezifischen Besonderheiten entspricht die Henkel AG & Co. KGaA bis auf wenige Ausnahmen, die im [Henkel-Geschäftsbericht 2019](#) (Seiten 33 bis 34) erläutert werden, den Empfehlungen (Soll-Vorschriften) des Deutschen Corporate Governance Kodex. Den genauen Wortlaut der [Entsprechenserklärung](#) finden Sie auf unserer Webseite.

Im Vergütungsbericht des Henkel-Geschäftsberichts 2019 (Seiten 47 bis 74) sind die Grundzüge der Vergütungssysteme für Vorstand, Aufsichtsrat und Gesellschafterausschuss der Henkel AG & Co. KGaA erläutert und die individuellen Vergütungen ausgewiesen. Mehr zum Thema Corporate Governance finden Sie im Geschäftsbericht auf den Seiten 26 bis 74.

Unternehmensbereiche

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

Regionale und nationale Gesellschaften

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

Konzernfunktionen

Die Konzernfunktionen unterstützen bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie in den jeweiligen Bereichen – beispielsweise bei der Entwicklung von Instrumenten für das Lieferantenmanagement oder beim Messen von Treibhausgasemissionen. Zentrale Nachhaltigkeitsfragen für Henkel koordiniert eine Fachabteilung in der Unternehmenskommunikation, die damit als unternehmensweite Schnittstelle für Nachhaltigkeit dient.

Managementkonferenzen und Arbeitsgruppen

Neben der zentralen Rolle des Sustainability Council und dem Zusammenspiel der verschiedenen Bereiche und Funktionen bilden internationale Managementkonferenzen und der Austausch in Fachgremien eine wichtige Grundlage für die kontinuierliche Weiterentwicklung der Henkel-Nachhaltigkeitspolitik. Bei diesen geht es um neue wissenschaftliche Erkenntnisse, Praxiserfahrungen, Änderungen von Gesetzen und Verordnungen sowie weitere aktuelle Themen. Das Ziel ist es, neue Projekte innerhalb von Henkel zu initiieren, Ansätze weiterzuentwickeln sowie den Erfahrungsaustausch zu fördern.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management**
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Bewertung und Steuerung unternehmerischer Nachhaltigkeit

Um unsere Fortschritte hin zum übergeordneten → **20-Jahres-Ziel für 2030** integriert über das gesamte Unternehmen und unsere Wertschöpfungskette hinweg bewerten zu können und um die Dimensionen „Wert“ und „Fußabdruck“ zu optimieren, nutzen wir verschiedene Methoden und Instrumente. Diese entwickeln wir kontinuierlich weiter. Dazu gehören Trend- und Marktanalysen sowie die Auswertung von Ratings und Lebenszyklusanalysen. Indem wir den Einfluss unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen ganzheitlich betrachten, schaffen wir eine wichtige Grundlage für Geschäftsentscheidungen und die Kommunikation mit Stakeholdern.

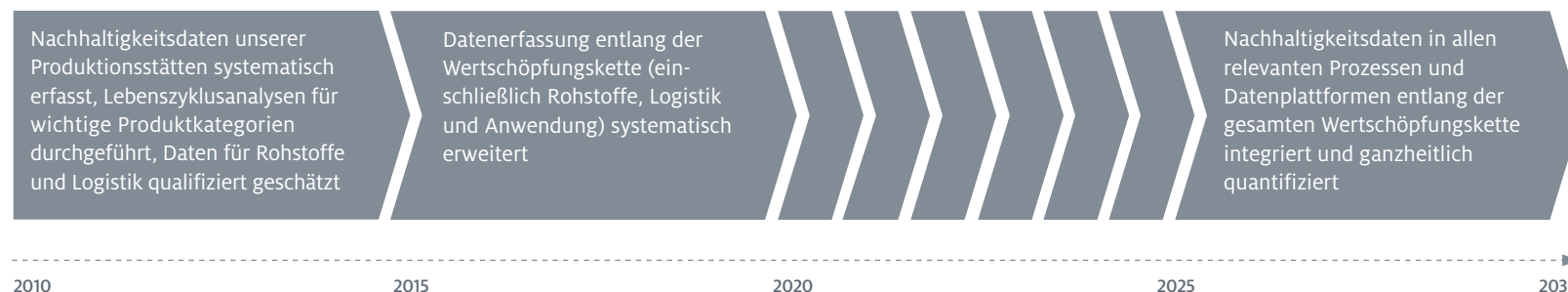
Fortschritte messen und bewerten

Unseren Fußabdruck über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg bewerten wir mithilfe repräsentativer Lebenszyklusbetrachtungen in

allen Produktkategorien sowie anhand von Daten zu den von uns eingesetzten Rohstoffen, Verpackungsmaterialien und den beauftragten Transporten. Wir haben mehr als 95 Prozent durch Lebenszyklusbetrachtungen abgedeckt: mehr als 65 Prozent des Jahresumsatzes durch repräsentative Lebenszyklusanalysen und mehr als 30 Prozent durch vereinfachte Lebenszyklusbetrachtungen.

Damit gewährleisten wir ein validiertes „Greenhouse Gas Reporting“ (GHG) entlang der Wertschöpfungskette. Des Weiteren haben wir unser Softwaretool „EasyLCA“ für die schnelle Berechnung des CO₂-Fußabdrucks für Produktformulierungen weiterentwickelt. Mit EasyLCA wird der Fußabdruck von Formulierungen schon während des Produktentwicklungsprozesses ohne großen Zeitaufwand transparent für Entscheidungsprozesse verfügbar gemacht.

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



Zentrale Themen und Verbesserungsmöglichkeiten entlang der Wertschöpfungskette im Überblick

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management**
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

	Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel / industrielle Verarbeitung	Anwendung	Entsorgung
	Leistung	← Voraussetzung →					
	Gesundheit und Sicherheit	Arbeitssicherheit	Gesundheit (einschließlich Arbeitssicherheit)	Sicherheitsstandards	Sichere Anwendung und Transparenz über die eingesetzten Stoffe und deren Sicherheit		
	Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt	Sozialstandards Unterstützung von Kleinbauern	Vielfalt und Einbeziehung Entwicklung der Mitarbeiter	Sozialstandards	Schulung und Qualifizierung	Gesellschaftliches Engagement: soziale Initiativen und Bildung	
	Materialien und Abfall	Menge und Auswahl unserer Rohstoffe (z. B. „konfliktfrei“)	Abfallmengen und Entsorgung; „keine Deponierung“		Verpackungsabfall und Recycling		
	Energie und Klima	CO ₂ -Fußabdruck der eingesetzten Rohstoffe	CO ₂ -Fußabdruck und Energieverbrauch	CO ₂ -Fußabdruck	CO ₂ -Fußabdruck unserer Kunden und Verbraucher		
	Wasser und Abwasser	Einfluss und Potenzial noch nicht hinreichend geklärt	Wasserverbrauch* und Abwasserfrachten		Wasserverbrauch* und Abwasserfrachten	Einfluss und Potenzial noch nicht hinreichend geklärt	Biologische Abbaubarkeit von Inhaltsstoffen
	Fußabdruck	nur für einzelne Produktgruppen, Märkte oder Regionen relevant				* Warmwasser über CO ₂ -Fußabdruck abgedeckt.	

Im Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie steht, unseren Ressourcenverbrauch zu reduzieren und zugleich mehr Wert zu schaffen. Ein wichtiges Bewertungsinstrument zur Visualisierung von Verbesserungen und zur Optimierung unseres Beitrags in den Dimensionen „Wert“ und „Fußabdruck“ ist zudem unser „Henkel-Sustainability#Master“[®]. Anhand einer Matrix-Darstellung können die Änderungen in beiden Dimensionen und entlang der Wertschöpfungskette bewertet werden. Sie ermöglicht eine systematische Messung und Bewertung auf Unternehmens- wie auf Produktebene. Der → **Henkel-Sustainability#Master**[®] ist in unseren Innovationsprozess integriert,

sodass jedes neue Produkt systematisch analysiert, gemessen und bewertet wird.

Zielerreichung steuern

Die Ergebnisse des Henkel-Sustainability#Master[®] nutzen wir, um Innovationen mit einer verbesserten Nachhaltigkeitsbilanz zu entwickeln. Denn nur die Betrachtung des Gesamtsystems stellt sicher, dass die getroffenen Maßnahmen zu einem insgesamt verbesserten Nachhaltigkeitsprofil unserer Produkte führen. Entsprechend unserem Anspruch, dass jedes neue Produkt mindestens in einem Fokusfeld



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leistet, bewerten wir unsere Produkte systematisch in unserem Innovationsprozess. Um die Optimierung unserer Produkte während ihrer Entwicklung zu erleichtern, integrieren wir die ökologischen Profile möglicher Rohstoffe und Verpackungsmaterialien in die Informationssysteme unserer Produkt- und Verpackungsentwicklung. So kann bereits in der Entwicklungsphase der Fußabdruck einer neuen Rezeptur berechnet werden.

Neben dem Beitrag der Produkte zur Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele überprüfen wir kontinuierlich unsere Managementprozesse und optimieren diese bei Bedarf. Dazu zählen Maßnahmen in den Bereichen Umweltschutz und Arbeitssicherheit, technische Entwicklungen sowie Prozessoptimierung zur Senkung von Ressourcenverbrauch und Kosten. Diese Maßnahmen werden von unseren drei Unternehmensbereichen, den regionalen und nationalen Gesellschaften sowie unseren Konzernfunktionen begleitet und umgesetzt. Zusammengefasst tragen sie zur Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele bei. Die Steuerung unseres übergeordneten 20-Jahres-Ziels bis 2030 sowie der spezifischen Ziele und deren jeweiliger Zielerreichung erfolgt durch den unternehmensweit besetzten Sustainability Council.

Berichterstattung und Kommunikation

1992 veröffentlichte Henkel erstmals einen Umweltbericht über die Leistungen und Fortschritte im Bereich des Umweltschutzes bei unseren Produkten und an unseren Produktionsstandorten. Daraus entwickelten wir eine jährliche Berichterstattung über die wesentlichen Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens. So haben wir für das Jahr 2019 Daten von 184 Standorten erfasst; dies entspricht fast 100 Prozent unserer weltweiten Produktionsmenge. Neben dem jährlich parallel zum Geschäftsbericht erscheinenden Nachhaltigkeits-

bericht nutzen wir unterschiedliche Kommunikations- und Dialogformate zur Information unserer Stakeholder sowie zum Austausch mit diesen. Der Dialog erfolgt sowohl im persönlichen Kontakt als auch über unsere Online- und Printmedien.

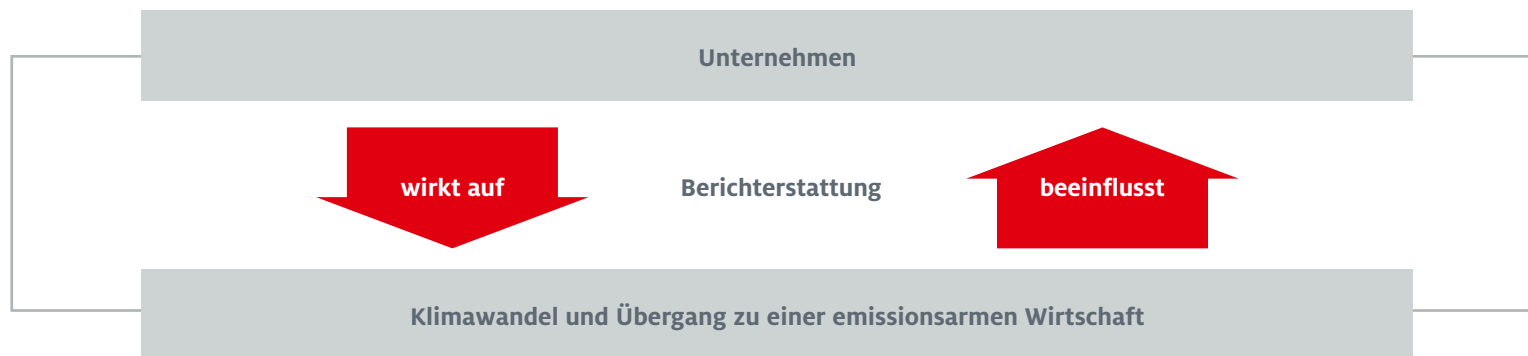
Klimawandel und Klimaschutz

Der Klimawandel ist eine der globalen Herausforderungen unserer Zeit, die wir im Rahmen unseres Nachhaltigkeits- und Risikomanagements integriert haben und über die Wertschöpfungskette hinweg adressieren. Für uns ist dies aus zwei Blickrichtungen relevant: Zum einen der potenzielle Einfluss unserer Geschäftsaktivitäten auf die globale Treibhausgasbilanz und zum anderen der des Klimawandels auf unsere Geschäftstätigkeit.

Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie betrachten wir unsere direkten und indirekten CO₂-Emissionen und deren potenziellen Einfluss auf das Klima. Wir fokussieren uns dabei zunächst auf unsere eigenen Standorte. So ist es unser Ziel, den CO₂-Fußabdruck unserer Produktionsstandorte bis 2030 um 75 Prozent zu reduzieren. Das wollen wir durch die kontinuierliche Verbesserung unserer Energieeffizienz und den ausschließlichen Einsatz von Strom aus erneuerbaren Quellen erreichen. Bis zum Jahr 2040 wollen wir → **klimapositiv werden**, indem wir auch die verbleibenden Brennstoffe an unseren Standorten durch CO₂-freie Alternativen ersetzen. Entsprechend unserer Vision werden die Standorte klimapositiv, wenn sie über den Eigenbedarf hinaus auch Dritte mit CO₂-freien Energien versorgen. Zusätzlich zu unseren Aktivitäten an unseren eigenen Standorten wollen wir die Hebel in unserer Wertschöpfungs-

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management**
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Verbindung von Geschäftsaktivität und klimarelevanter Einfluss



fungskette beeinflussen, die von besonders hoher Relevanz für die CO₂-Emissionen sind. Diese Daten ermitteln wir mit den anerkannten Methoden des Greenhouse Gas (GHG) Protocols. Die Analyse zeigt, dass die Anwendung unserer Produkte den größten Beitrag zum CO₂-Fußabdruck liefert. Dementsprechend ist es unser Ziel, unseren Kunden und Verbrauchern dabei zu helfen, CO₂ einzusparen. Darüber hinaus wollen wir den Fußabdruck der von uns eingesetzten Rohstoffe und Verpackungen um 30 Prozent bis zum Jahr 2030 senken. Einen Baustein dazu liefert unsere weiterentwickelte Verpackungsstrategie, indem CO₂-Emissionen zum Beispiel durch Verwendung von Rezyklat reduziert werden können.

Das Ziel, bis 2030 den CO₂-Fußabdruck unserer Standorte um 75 Prozent zu reduzieren, steht im Einklang mit dem Pariser Klimaschutzabkommen, den globalen Temperaturanstieg auf deutlich unter 2 Grad Celsius gegenüber dem Niveau des vorindustriellen Zeitalters zu halten und nach Möglichkeit auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen. Wir haben uns verpflichtet, zur Erreichung dieses Ziels beizutragen. In diesem Zusammenhang haben wir uns im Februar 2019 der [Science Based Target Initiative](#) angeschlossen.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Bezogen auf den potenziellen Einfluss des Klimawandels auf die Geschäftstätigkeit betrachten wir die gesamte Wertschöpfungskette, einschließlich der Beschaffung sowie der Vermarktung unserer Produkte. Dabei können wir uns zum einen auf die Erkenntnisse aus unserem etablierten und umfassenden Prozess zur Risiko- und Chancen-Bewertung stützen, der bereits mittel- bis kurzfristige Klimarisiken, zum Beispiel im Hinblick auf die Rohstoffbeschaffung, berücksichtigt. Darüber hinaus identifizieren wir längerfristige, relevante Einflüsse vor dem Hintergrund zweier wesentlicher Risikokategorien: sogenannte Transitionsrisiken und -chancen, die mit dem Übergang zu einer emissionsarmen Wirtschaft und Gesellschaft einhergehen, und physikalische Risiken, zum Beispiel die zukünftig erhöhte Wahrscheinlichkeit von Extremwetterereignissen. Ebenso wichtig sind die Themen Governance, Strategie und Management von Klimarisiken. Mittelfristige potenzielle Auswirkungen des Klimawandels untersuchen wir mithilfe einer qualitativen Szenarioanalyse. Dabei nutzen wir unter anderem Daten aus Transitions-szenarien der Internationalen Energieagentur und aus Klimaszenarien des Weltklimarats. Im Einklang mit dem zeitlichen Horizont unserer aktuellen Nachhaltigkeitsstrategie konzentrieren wir uns zunächst im Wesentlichen auf den Zeitraum bis zum Jahr 2030.

Achtung der Menschenrechte

Wie Unternehmen ihre Verantwortung für die Achtung der Menschenrechte wahrnehmen und die entsprechende Sorgfalt wahren, steht zunehmend im Fokus der gesellschaftlichen und politischen Diskussion.

Unser Verständnis

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

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

Im Jahr 2000 führten wir unseren Code of Conduct mit einem klaren und aktiven Bekenntnis zur Unterstützung der Menschenrechte ein: Wir erwarten von unseren Mitarbeitern, dass sie lokale Sitten, Traditionen und gesellschaftliche Werte achten, und das Menschenrecht auf ein freies und erfülltes Leben respektieren. Unsere Verpflichtung zur Unterstützung und Achtung der Menschenrechte haben wir im Jahr 2003 mit dem Beitritt zum Global Compact der Vereinten Nationen unterstrichen. Auf dieses Bekenntnis nehmen wir heute in



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

unserem Code of Conduct als ein grundlegendes Element Bezug und detaillieren es in unserem Code of Corporate Sustainability sowie unseren SHE-Standards und Social Standards.

Neben Prüf- und Compliance-Prozessen, die die Einhaltung unserer Codes und Standards gewährleisten, nehmen wir unsere Verantwortung für die Achtung der Menschenrechte entlang der Wertschöpfungskette auch durch unser Lieferantenmanagement wahr. Dieser Ansatz unterstützt unsere Verpflichtung im Rahmen der Forced Labor Resolution des Consumer Goods Forums (CGF). Unsere Mitgliedschaft bei → „Together for Sustainability – The Chemical Initiative for Sustainable Supply Chains“ (TfS) ist ein starkes Praxisbeispiel für diesen Ansatz.

Die aktuellen Entwicklungen im Zusammenhang mit den Menschenrechten, wie die Nationalen Aktionspläne für Wirtschaft und Menschenrechte oder der UK Modern Slavery Act (britisches Gesetz zur Bekämpfung der modernen Sklaverei), verfolgen wir sehr aufmerksam und entwickeln unseren Ansatz entsprechend den daraus resultierenden Erwartungen weiter. Dazu gehört, dass im Jahr 2019 unternehmensintern ein funktionsübergreifender Workshop zu Menschenrechten stattfand und wir auch unternehmensextern mit Stakeholdern im Dialog und an Brancheninitiativen beteiligt sind. Unternehmensextern fördern wir das Bewusstsein für unsere Verpflichtung zur Achtung der Menschenrechte durch die Integration entsprechender Inhalte in E-Learnings und Präsenztrainings.

Unser Ansatz

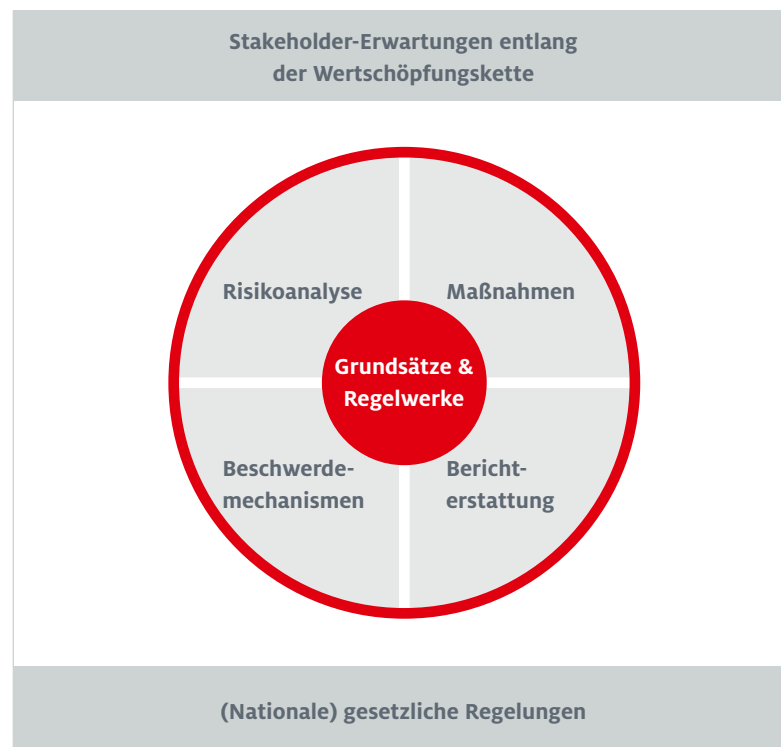
Neben gesetzlichen Regelungen beschreiben unsere Codes und Standards für uns die Handlungsbasis für Entscheidungen und Maßnahmen in unserem weltweiten Einflussbereich. Dabei respektieren wir die geltende Gesetzgebung der jeweiligen Länder und gehen darüber hinaus. Unsere Codes und Standards unterstreichen außerdem, dass wir die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit, den Global Compact der Vereinten Nationen sowie die Erwartungen der Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte unterstützen.

Die Leitprinzipien wurden 2011 verabschiedet und tragen mit ihrem Rahmen „Schutz, Achtung, Abhilfe“ zur Klarheit hinsichtlich der unterschiedlichen Rollen, die Staaten und Unternehmen in Bezug auf die Menschenrechte spielen, bei. Staaten sind in ihrem Hoheitsgebiet für den Schutz vor Menschenrechtsverletzungen und die Gewährleistung des Zugangs zum gesamten Spektrum der Menschenrechte verantwortlich. Von Unternehmen wird erwartet, dass sie die Menschenrechte achten, die jeweiligen nationalen Gesetze einhalten sowie Meldemöglichkeiten einrichten und Abhilfe schaffen, falls es zu Menschenrechtsverstößen kommen sollte.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management**
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Diese Leitprinzipien beinhalten wichtige Elemente wie Grundsätze und Regelwerke, Risikoanalyse, wirksame Maßnahmen, Berichterstattung und Beschwerdemechanismen, die wir in unseren Ansatz zur Achtung der Menschenrechte aufgenommen haben.

Unser Ansatz zu menschenrechtlicher Sorgfalt



Grundsätze und Regelwerke

Unsere Codes und Standards decken ein breites Themenspektrum ab, so zum Beispiel Arbeitszeiten, Arbeitsschutz und -sicherheit, Datenschutz, Diskriminierungsverbot, faire Vergütung, Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen sowie „null Toleranz“ bei Kinder- und Zwangsarbeit. Wir haben die Codes und Standards gemäß den für unsere spezifische Geschäftstätigkeit relevanten Erwartungen formuliert. Die Dokumente werden von uns regelmäßig überarbeitet, um sicherzustellen, dass wir unser Geschäft in einer Weise ausüben, die unsere Verpflichtung zur Unterstützung und Achtung der international proklamierten Menschenrechte widerspiegelt.

Zu unseren wichtigsten [Erklärungen](#) gehören: Code of Conduct; Code of Corporate Sustainability; Social Standards; Safety, Health, and Environment (SHE) Standards und die Responsible Sourcing Policy. Eine Übersicht zu Menschenrechten im Rahmen des verantwortlichen Wirtschaftens bei Henkel steht auf unserer [Webseite](#) zur Verfügung.

Risikoanalyse

Wir identifizieren und beurteilen die Auswirkungen auf Menschenrechte und die Gesellschaft sorgfältig in fest verankerten Prüf- und Compliance-Prozessen und stellen sicher, dass – sofern notwendig – Zugang zu Abhilfemaßnahmen eingerichtet und zugänglich sind. Zu diesen Prozessen zählen unser konzernweites Audit-Programm, das die Governance, Prozesse und Kontrollen unabhängig und objektiv bewertet und verbessert, sowie Auditierungen im Rahmen unseres Lieferantenmanagements.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Im Rahmen der Risikoanalyse identifizieren wir relevante menschenrechtliche Risiken durch Einzelfallbeurteilung entsprechend den folgenden vier Kriterien:

- potenziell erhebliche negative Auswirkung auf Menschen,
- systemisch bedingter mangelnder Schutz durch die Regierung,
- Bedingungen, die potenziell die wiederholte beziehungsweise systemische Nichteinhaltung fördern, sowie
- Einflussnahme beziehungsweise potenzielle Einflussnahme durch Henkel (positiv oder negativ).

Ein relevantes menschenrechtliches Risiko ist dann für uns gegeben, wenn alle vier Kriterien erfüllt sind. Dies ermöglicht eine klare Unterscheidung zwischen einem Einzelfall der Nichteinhaltung aufgrund eines einzelnen Vorfalls und einem relevanten Menschenrechtsrisiko.

Dabei analysieren wir menschenrechtsrelevante Risiken in unserem Unternehmen und entlang unserer Wertschöpfungsketten. Für unsere globalen Lieferketten nutzen wir beispielsweise ein Frühwarnsystem für Nachhaltigkeitsrisiken. Dazu gehören die Definition des Risikopotenzials unserer Beschaffungsmärkte und die branchenübergreifende Bewertung von Wertschöpfungsketten. Dabei fokussieren wir uns auf Länder, die von internationalen Fachinstituten als Risikoländer eingestuft werden. Davon ausgehend definieren wir die risikoreichsten Märkte, indem wir diese Analyse der Risikoländer mit Themen von besonderer aktueller Bedeutung für unsere Lieferketten kombinieren, und leiten entsprechende Maßnahmen ein.

Wirksame Maßnahmen

Basierend auf unserer Risikoanalyse haben wir derzeit zwei relevante menschenrechtliche Risiken in unserer Lieferkette identifiziert: Rohstoffe auf der Basis von Palm- und Palmkernöl sowie Rohstoffe aus Regionen, die mit militärischen Konflikten in Verbindung gebracht werden. Diese zwei Bereiche werden von uns hinsichtlich ihrer potenziellen Auswirkungen auf die Menschenrechte genau verfolgt.

Um Risiken in der Palmölwirtschaft zu mindern, haben wir uns zur Beschaffung unserer palmölbasierten Rohstoffe nach den Prinzipien und Kriterien des Runden Tisches zu nachhaltigem Palmöl (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO) verpflichtet. Darüber hinaus arbeiten wir eng mit Stakeholdern entlang der Wertschöpfungskette zusammen, von unseren Lieferanten bis hin zum RSPO, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Kleinbauern, um nachhaltige Praktiken und die Achtung der Menschenrechte zu fördern.

Um das Risiko bei Rohstoffen aus Regionen zu verringern, die mit militärischen Konflikten in Verbindung gebracht werden, haben wir unsere direkten Lieferanten für Metalle in den letzten Jahren immer wieder überprüft und sie aufgefordert, mit entsprechender Dokumentation nachzuweisen, dass sie keine Metalle aus kritischen Regionen beziehen oder verarbeiten.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Grundsätzlich pflegen wir bei Henkel einen intensiven Austausch mit unseren Lieferanten, um nachhaltige Praktiken und die Achtung der Menschenrechte entlang der Wertschöpfungskette zu fördern. So arbeiten wir beispielsweise im Rahmen der Tfs-Initiative auch mit Partnern aus der gesamten chemischen Industrie zusammen.

Auf unserer [Webseite](#) stehen dazu umfassendere Informationen zur Verfügung.

Berichterstattung

Die Einhaltung unserer Codes und Standards prüfen wir durch regelmäßige Audits an unseren Produktionsstandorten sowie auch bei Lohnherstellern und in Logistikzentren. Dies schließt auch entsprechende Menschenrechtsthemen ein. Alle Auditergebnisse, inklusive der Überprüfung unserer SHE- und Social Standards, werden im jährlichen Bericht des Internal Audit Teams direkt dem Vorstand von Henkel mitgeteilt. Entsprechend den Kriterien unsere Risikoanalyse hat unser umfassendes konzernweites Audit-Programm im Jahr 2019 keine Anhaltspunkte für Menschenrechtsverletzungen im Rahmen der Henkel-Geschäftstätigkeit ergeben. Die identifizierten Risiken bezogen auf Rohstoffe greifen wir im Rahmen unseres Lieferkettenmanagements auf.

Beschwerdemechanismen

Henkel-Mitarbeiter sowie Arbeiter bei Zulieferern oder andere Betroffene können Verletzungen unserer Codes und Standards direkt der zuständigen Kontaktperson innerhalb unseres Unternehmens melden. Unsere Compliance-Hotline wird von einem unabhängigen externen Anbieter betrieben und ist weltweit verfügbar. Darüber hinaus kann anonym über ein Kontaktformular eine E-Mail an das Compliance-Büro von Henkel gesendet werden.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Einkauf und Lieferanten



- Erwartungen an Vertragspartner
- Auszeichnung unserer Lieferanten
- Kooperation mit strategischen Partnern
- Responsible Sourcing Process
- „Together for Sustainability“ – gemeinsam für eine nachhaltige Lieferkette

Einkauf und Lieferanten

Erwartungen an Vertragspartner

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere Lieferantenbasis ist eine unserer wichtigsten Ressourcen und beeinflusst maßgeblich unseren ökologischen Fußabdruck. Um den globalisierten Wertschöpfungsketten und komplexen Beschaffungsaktivitäten Rechnung zu tragen, brauchen wir ein ganzheitliches Lieferantenmanagement, das wir gemeinsam mit unseren Partnern vorantreiben. Neben wirtschaftlichen und operativen Kennzahlen rücken hier auch Umwelt- und Sozialaspekte immer weiter in den Fokus. Henkel hat derzeit Vertragspartner aus rund 120 Ländern. Über 78 Prozent unserer Einkäufe tätigen wir in Mitgliedstaaten der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), erschließen jedoch auch verstärkt Beschaffungsmärkte außerhalb der OECD-Mitgliedstaaten. Unsere hohen Anforderungen an Vertragspartner sind dabei weltweit einheitlich. Wir erwarten von ihnen, dass ihr Handeln unseren Ansprüchen an nachhaltiges Wirtschaften entspricht. Bei der Auswahl der Vertragspartner sowie in der Zusammenarbeit berücksichtigen wir zudem ihre Leistungen in Bezug auf Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, soziale Standards und faire Geschäftspraktiken. Grundlage hierfür sind unsere konzernweit gültigen und erstmals 1997 definierten [Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt](#). Mit ihnen haben wir uns schon früh zu unserer Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette bekannt. Weiterhin gelten weltweit unsere Einkaufsstandards, die wir um eine [„Responsible Sourcing Policy“](#) ergänzt haben. Der Chief Procurement Officer (CPO) ist für alle Beschaffungsaktivitäten

und für die Durchführung eines verantwortlichen Lieferkettenmanagements zuständig. Er berichtet direkt an den Finanzvorstand.

Verbindlicher Lieferanten-Kodex

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



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

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Auszeichnung unserer Lieferanten

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

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies vergab 2019 den Nachhaltigkeitspreis an Evonik. Das Unternehmen der Spezialchemie erhielt die Auszeichnung für die Entwicklung innovativer Produktlösungen mit verbesserter Umweltverträglichkeit. Aus der Zusammenarbeit mit Henkel resultierte ein lösungsfokussiertes Projektportfolio für biobasierte Materialien, Verbesserungen für eine Kreislaufwirtschaft, den Ersatz für besorgniserregende Stoffe (Substances of Very High Concern – SVHC) und Transparenz bei Daten zum CO₂-Fußabdruck.

Der Unternehmensbereich Beauty Care vergab 2019 den Nachhaltigkeitspreis ebenfalls an Evonik. Das Unternehmen entwickelte ein neues Premium-Haarkonditionierungsmittel, das unter anderem bei der Henkel-Marke Nature Box eingesetzt wird. Es überzeugte sowohl im Bereich Nachhaltigkeit als auch bei der Leistung. Die Inhaltsstoffe ermöglichen eine einfache Handhabung und verbessern die Gleitfähigkeit und Weichheit des Haars. Außerdem ist es lösungsmittelfrei, kann leicht biologisch abgebaut werden und basiert auf erneuerbaren Rohstoffen.



Von links nach rechts: Claus Rettig, Gerd Loehden, Lutz Mindach, Nermina Pavlukovic, Thomas Engenhorst von Evonik, Bertrand Conquéret von Henkel und Ralf Marquardt von Evonik.

Der Nachhaltigkeitspreis des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care ging im Jahr 2019 an Solvay. Das Chemieunternehmen ersetzte ein Polymer, das für glänzende Oberflächen sorgt, durch eine neue, konservierungsmittelfreie Lösung. Diese ermöglicht zudem, dass Keramikoberflächen um 50 Prozent mehr glänzen, indem die Kalkfleckenbildung, die zu einem matten Aussehen führen würde, drastisch reduziert wird. Ab 2020 wird es in allen Bref Blue Activ-Varianten eingesetzt werden.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Kooperation mit strategischen Partnern

Seit Jahren ist Henkel gezielt mit seinen wichtigsten strategischen Partnern zum Thema nachhaltige Lieferketten im kontinuierlichen Dialog. Im Mittelpunkt stehen die Definition und Umsetzung eines gemeinsamen Plans zu den Henkel-Nachhaltigkeitszielen 2020 und darüber hinaus. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Schaffung von Transparenz der Nachhaltigkeitsprogramme unserer Direktlieferanten. Ein weiteres wesentliches Ziel der gemeinsamen Anstrengungen ist die Analyse der vorgelagerten Lieferkette über die zweite Ebene hinaus. Um das Henkel-Ziel → „Faktor 3“ zu unterstützen, erwarten wir außerdem Transparenz bezüglich der Emissionswerte des Produktportfolios unserer Lieferanten und einen Leistungsbeitrag zur Reduzierung der CO₂-Emissionen entlang ihrer Lieferkette.

Responsible Sourcing Process

Ein zentrales Element unserer „Responsible Sourcing“-Strategie ist unser sechsstufiger „Responsible Sourcing Process“, in dem es einerseits um die Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung unserer Lieferanten geht. Andererseits unterstützen wir unsere strategischen Lieferanten dabei, durch gezielte Zusammenarbeit ihren Beitrag zur kontinuierlichen Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung in der Wertschöpfungskette leisten zu können – zum Beispiel durch Wissenstransfer und Fortbildung in Bezug auf Prozessoptimierung, Ressourceneffizienz sowie Umwelt- und Sozialstandards. Der Responsible Sourcing Process ist ein integraler Bestandteil unserer Beschaffungsaktivitäten und findet sowohl zu Beginn einer Zusammenarbeit Anwendung als auch im wiederkehrenden Zyklus der Überprüfung, Analyse und

kontinuierlichen Verbesserung mit bestehenden Lieferanten. Mithilfe dieses Prozesses zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung unserer Lieferanten decken wir rund 86 Prozent unseres Einkaufsvolumens in den Bereichen Verpackung, Rohstoffe und Lohnhersteller ab.

Schritt 1: Pre-Check und Risikobewertung

Henkel verfügt über ein Frühwarnsystem für Nachhaltigkeitsrisiken in seinen globalen Beschaffungsmärkten. Zunächst schätzen wir das Risikopotenzial einer Region oder eines Landes ein. Hierbei legen wir den Schwerpunkt auf von internationalen Fachinstituten identifizierte Risikoländer. Die Bewertung umfasst unter anderem die Kriterien „Menschenrechte“, „Korruption“ und „gesetzliches Umfeld“. Hinzu kommt die Bewertung von Risiko-Wertschöpfungsketten. Dies sind für uns Industrien und Branchen, die potenziell ein Nachhaltigkeitsrisiko für unser Unternehmen darstellen. So identifizieren wir Länder und Beschaffungsmärkte, die besondere Maßnahmen erfordern. Ein Beispiel für einen Risikomarkt sind die Rohstoffe für Lötpasten und andere Lötmaterialien für die Elektronikindustrie. Sie enthalten Metalle zur Erzeugung ihrer elektrischen Leitfähigkeit – hauptsächlich Silber, Kupfer und Zinn. In einigen Ländern wird der Abbau von Kassiterit, dem wesentlichen Ausgangsmineral für die Gewinnung von Zinn, mit militärischen Konflikten und Menschenrechtsverletzungen in Verbindung gebracht. Jedes Jahr fordern wir deswegen unsere direkten Lieferanten für Metalle im Rahmen eines standardisierten Prozesses auf, mit entsprechender Dokumentation nachzuweisen, dass sie keine Metalle aus kritischen Regionen beziehen oder verarbeiten.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Schritt 2: Onboarding

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

Schritt 3: Initiales Assessment oder Audit

Neue Lieferanten fordern wir initial auf, alternativ einen Selbstbewertungsfragebogen – ein sogenanntes Assessment – hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsleistungen auszufüllen beziehungsweise offenzulegen. Für den Assessment-Ansatz nutzen wir Fragebögen, die von dem unabhängigen Nachhaltigkeitsbewertungs-Spezialisten EcoVadis erstellt werden. Diese Fragebögen umfassen Anforderungen in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, Qualität, Menschenrechte, Mitarbeiterstandards und Anti-Korruption.

Alternativ zu den Selbstbewertungsfragebogen werden initiale Audits bei ausgewählten Lieferanten durchgeführt. Henkel arbeitet hierbei mit unabhängigen Prüfgesellschaften zusammen, um die Einhaltung der definierten Standards in Audits überprüfen zu lassen. Unsere Audits sind Vor-Ort-Prüfungen, zum Beispiel in Produktionsstätten, und beinhalten neben der Begutachtung der Fabrik auch Gespräche mit Mitarbeitern aller Hierarchieebenen.

Im März 2019 wurde Henkel von EcoVadis mit dem „Best Portfolio CSR Performance Improvement“-Award im Bereich nachhaltiges Beschaffungsmanagement ausgezeichnet. Diese Anerkennung erfolgte auf Basis unserer kontinuierlichen Anstrengungen, den Pool an bewerteten Lieferanten stetig zu erweitern, und unterstreicht die hohe Anzahl an Lieferanten, die ihre Nachhaltigkeitsleistung verbessern konnten. Dies wird auch in Zukunft durch gezielte Maßnahmen ein wichtiger Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie im Einkauf sein.

Schritt 4: Analyse der Leistungsstanderhebung

Auf Basis des Auditberichts oder des Resultats des Selbstbewertungsfragebogens analysieren unsere Nachhaltigkeitsexperten und Lieferantenbetreuer im Einkauf die Ergebnisse und identifizieren Nachhaltigkeitsdefizite. Im gleichen Schritt werden die Lieferanten verschiedenen Nachhaltigkeitsrisikoklassen zugeordnet. Ein standardisierter Prozess im Nachgang eines Assessments oder Audits stellt sicher, dass unsere Lieferanten die festgelegten Korrekturmaßnahmen umsetzen. Bei anhaltenden schwerwiegenden Verstößen wird das Lieferantenverhältnis beendet.

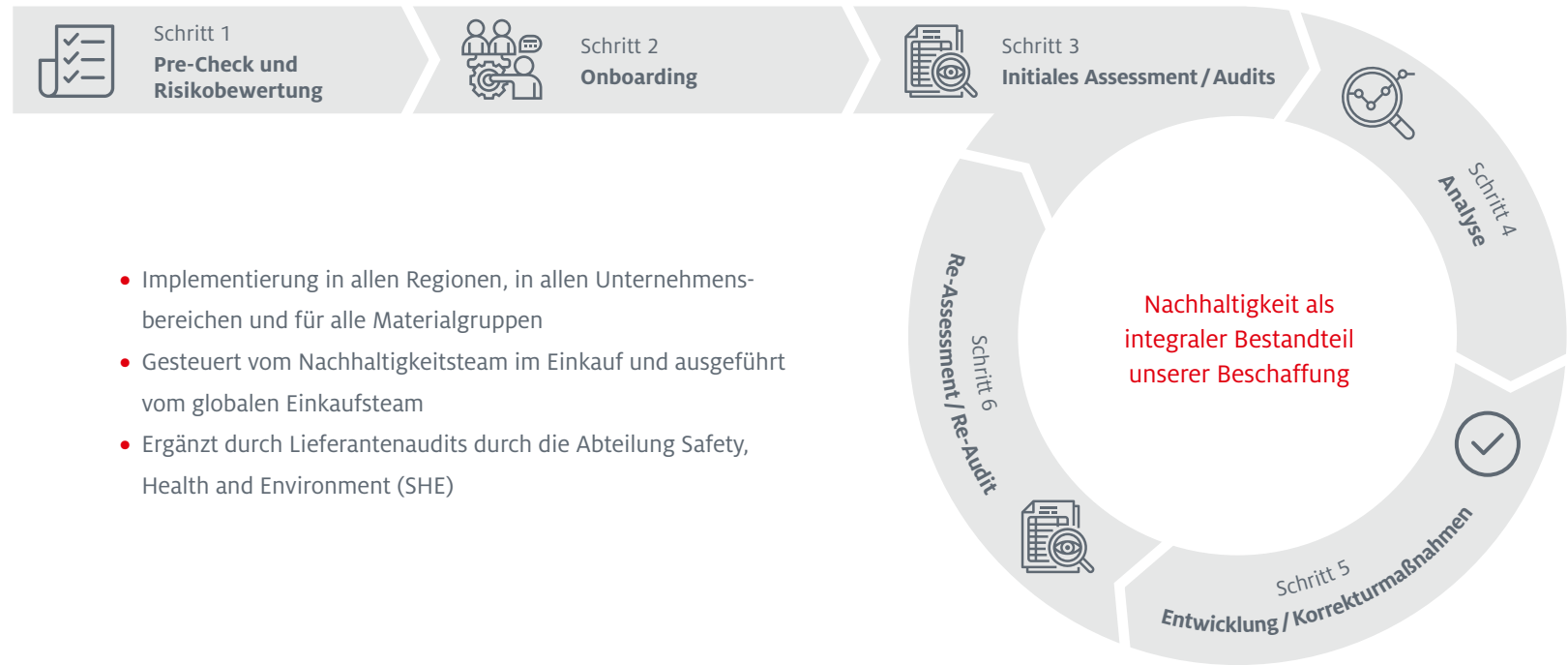
Schritt 5: Korrekturmaßnahmen und kontinuierlicher Verbesserungsprozess

Unabhängig von dem jeweiligen Ergebnis fordern wir alle Lieferanten nach ihrer Evaluierung auf, einen Verbesserungsplan („Corrective Action Plan“) zu definieren und an den identifizierten Nachhaltigkeitsdefiziten zu arbeiten. Den Fortschritt bei der Umsetzung des Verbesserungsplans überprüfen wir im Verlauf der Erhebungsperiode im Austausch mit den Lieferanten.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten**
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Responsible Sourcing Process

sechsstufiger Lieferantenmanagement-Prozess



- Implementierung in allen Regionen, in allen Unternehmensbereichen und für alle Materialgruppen
- Gesteuert vom Nachhaltigkeitsteam im Einkauf und ausgeführt vom globalen Einkaufsteam
- Ergänzt durch Lieferantenaudits durch die Abteilung Safety, Health and Environment (SHE)

Schritt 6: Re-Assessment / Re-Audit

Mittels wiederkehrender Re-Assessments oder Re-Audits überprüfen wir die Leistungsfortschritte unserer Lieferanten und stellen damit einen kontinuierlichen Verbesserungszyklus, bestehend aus Evaluierung, Analyse und Korrekturmaßnahmen, sicher. Die hierdurch gewonnene Transparenz über die Entwicklung der Nachhaltigkeitsleistungen unserer Lieferanten wird mittels digitaler Plattformen in Echtzeit zur Verfügung gestellt.

Entwicklung oder Beendigung des Lieferantenverhältnisses

Im Rahmen unseres Lieferantenmanagements arbeiten wir gezielt mit unseren Lieferanten an der Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung. Dabei versuchen wir, entlang der gesamten Wertschöpfungskette positive Veränderungen anzustoßen – beispielsweise durch Schulungen und gemeinsame Projekte. Insgesamt sind uns für das Jahr 2019 keine Verstöße seitens unserer bewerteten strategischen Vertragspartner bekannt geworden, die eine Beendigung des Lieferantenverhältnisses notwendig gemacht hätten.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

„Together for Sustainability“ – gemeinsam für eine nachhaltige Lieferkette

Im Jahr 2011 hat Henkel gemeinsam mit fünf weiteren Unternehmen der chemischen Industrie die Initiative  „Together for Sustainability – The Chemical Initiative for Sustainable Supply Chains“ (TfS) ins Leben gerufen. Sie basiert auf den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen und der Responsible-Care-Initiative des Internationalen Chemieverbands (ICCA). Die Initiative der chemischen Industrie hat das Ziel, das immer komplexer werdende Lieferantenmanagement im Bereich Nachhaltigkeit zu harmonisieren und den Dialog mit weltweiten Vertragspartnern zu optimieren. Dabei sollen vor allem Synergien geschaffen werden, um Ressourcen effizienter zu nutzen und bürokratische Hürden zu verringern – sowohl bei den Mitgliedsunternehmen als auch bei den gemeinsamen Lieferanten. Kernelemente der TfS-Initiative sind Audits und Online-Assessments. Audits werden von einer Reihe ausgewählter, unabhängiger Firmen durchgeführt. Im Bereich der Online-Assessments arbeitet TfS mit dem auf Nachhaltigkeitsanalysen spezialisierten Dienstleister EcoVadis zusammen.

Im Zentrum der Initiative steht der Kerngedanke „Ein Audit für einen ist ein Audit für alle!“. Lieferanten müssen nur ein Assessment beziehungsweise ein Audit absolvieren, das von unabhängigen Experten durchgeführt wird. Seit der Gründung von TfS sind über 14.000 Assessments und Audits durchgeführt worden. Bewertet werden die Leistungen in den Bereichen Management, Umwelt, Gesundheit und Sicherheit, Arbeits- und Menschenrechte sowie Themen der ethischen Unternehmensführung. Die anschließend eingeleiteten Maßnahmen werden durch erneute Assessments oder Audits überprüft.

Die Nachkontrolle und das weitere Lieferantenmanagement liegen dann wiederum bei den einzelnen Mitgliedsunternehmen. Über eine Online-Plattform werden die Ergebnisse unter allen Mitgliedern der Initiative geteilt. Die TfS-Initiative ist auch im Jahr 2019 weiter gewachsen und hat ihre Mitgliederzahl von anfänglich sechs auf inzwischen 23 Unternehmen nahezu vervierfacht. Die Sicherstellung einer globalen Reichweite des Assessment- und Audit-Programms, unter anderem durch Schulungen von Einkäufern und Lieferanten, war auch 2019 ein wichtiger Schwerpunkt. Zudem hat TfS 2019 neue Leistungskennzahlen angewandt, die die Transparenz und kontinuierliche Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistungen in der Lieferkette in den Vordergrund stellen.



In Shanghai, China, nahmen mehr als 200 Lieferanten der chemischen Industrie und Vertreter von TfS-Mitgliedsunternehmen an dem „2019 Together for Sustainability Supplier Training“ teil.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten**
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Gemeinsam mit EcoVadis fanden auch im Jahr 2019 verschiedene Lieferanten- und Kundenveranstaltungen mit dem Ziel statt, Nachhaltigkeitswissen aufzubauen und Erfahrungen und Best-Practice-Beispiele auszutauschen. Seit Mai 2019 ist Bertrand Conquéret, Chief Procurement Officer (CPO) von Henkel, Präsident der Tfs-Initiative. In dieser Verantwortung wird Conquéret an der weiteren Entwicklung und den Schwerpunkten des neuen Strategiezyklus von Tfs maßgeblichen Anteil haben.

Tfs arbeitet eng mit Chemieverbänden weltweit zusammen. Gemeinsam mit dem Wirtschaftsverband der europäischen chemischen

Industrie mit Sitz in Brüssel, Conseil Européen des Fédérations de l'Industrie Chimique (CEFIC), mit dem man sich zusammengeschlossen hat, nutzen beide Seiten Synergien in der chemischen Industrie. Ein weiterer wichtiger Partner für Tfs ist der chinesische Chemieverband, China Petroleum and Chemical Industry Federation (CPCIF). Hier fanden auch 2019 Treffen statt, die das gemeinsame Ziel verfolgten, Nachhaltigkeit in den chinesischen Lieferketten der Chemieindustrie zu fördern und zu verbessern. Zum fünften Mal führte Tfs 2019 in China ein Lieferantentraining durch, an dem 200 Lieferanten teilnahmen. Tfs erläuterte den Kriterienkatalog, insbesondere die Bedeutung der Assessments durch EcoVadis, und die Durchführung der Audits.





Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement


Stakeholder-Dialog


Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Verantwortungsvolle Beschaffung mit unseren Partnern

Neben unserem Engagement in der „Together for Sustainability“-Initiative ist Henkel zudem Mitglied von  „AIM-PROGRESS“, einem Forum von Unternehmen der Konsumgüterindustrie. Auch hier ist das Ziel, Erfahrungen im Bereich nachhaltiger Beschaffung unter den Mitgliedsunternehmen auszutauschen und Synergien zu nutzen. Das Forum fokussiert sich außerdem auf die Durchführung von regionalen Lieferantenveranstaltungen zur Vermittlung und Verbesserung von CSR-Leistungen innerhalb der Wertschöpfungskette.

Im Oktober 2019 wurde die „Sustainable Supply Chain Initiative“ (SSCI) des  Consumer Goods Forums, die Henkel durch Vertreter im Steering Committee und in Arbeitsgruppen mitgestaltet hat, eingeführt. Ziel der Initiative ist es, Unternehmen bei der Auswahl verlässlicher und mittels des SSCI-Benchmarkings geprüfter Nachhaltigkeitsschemata zu unterstützen, damit diese ihrer Sorgfaltspflicht im Rahmen der Risikoanalyse ihrer Lieferanten nachkommen können.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Produktion



- Anspruch und Ziele
- Effizienz vorantreiben
- Klimapositiv werden
- Verringerung von Produktionsabfällen und Förderung einer Kreislaufwirtschaft
- Einsparung von Wasser
- Industrie 4.0
- Lohnhersteller

Produktion

Anspruch und Ziele

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion**
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel betreibt weltweit 184 Produktionsstandorte. An allen arbeiten wir kontinuierlich daran, bei gleichbleibend hoher Qualität und Sicherheit unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Wir haben konkrete Zielvorgaben für unsere Produktionsstandorte festgelegt, um unseren positiven Einfluss zu maximieren und die Entwicklung in Richtung unseres langfristigen Ziels, bis 2030 dreimal effizienter zu werden, zu unterstützen. So wollen wir eine Steigerung des Umsatzes um 22 Prozent pro Tonne Produkt und eine Verbesserung unserer weltweiten Unfallrate um 40 Prozent pro eine Million Arbeitsstunden erzielen. Gleichzeitig wollen wir die direkten und indirekten CO₂-Emissionen unserer Produktionsstandorte, unser Abfallaufkommen und unseren Wasserverbrauch im Vergleich zum Basisjahr 2010 um jeweils 30 Prozent pro Tonne Produkt verringern.

Wir haben bezogen auf spezifische Ziele für „mehr Wert schaffen“ und „bei reduziertem Fußabdruck“ bis zum Jahr 2019 große Fortschritte erzielen können, insbesondere in puncto Verbesserung unserer Unfallrate, zur Verringerung der CO₂-Emissionen und zur Reduktion des Abfallaufkommens. So haben wir diese für 2020 gesetzten Ziele im Jahr 2019 erreicht beziehungsweise übertroffen. Unser Ziel zur Reduktion des Wasserverbrauchs haben wir zudem nahezu erreicht. Diese Ergebnisse im Bereich Arbeitssicherheit und beim ökologischen Fußabdruck bestätigen unser jahrelanges Engagement, zur verbesserten Effizienz beizutragen. Die Effizienzsteigerung bis zum Jahr 2019 beträgt insgesamt 56 Prozent.

	Erreicht 2019 ¹	Ziele 2020 ¹
 mehr Umsatz pro Tonne Produkt	+ 5 %	+ 22 %
 sicherer pro eine Million Arbeitsstunden	+ 42 %	+ 40 %
 weniger CO ₂ -Emissionen pro Tonne Produkt	- 31 %	- 30 %
 weniger Abfall pro Tonne Produkt	- 40 %²	- 30 %
 weniger Wasser pro Tonne Produkt	- 28 %	- 30 %
Effizienz insgesamt	+ 56 %	+ 75 %

¹ Gegenüber dem Basisjahr 2010.

² Abfallmengen unserer Produktionsstandorte ohne Abfälle aus Bau- und Abbrucharbeiten.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Effizienz vorantreiben

Um unser gesamtes Produktionsnetzwerk kontinuierlich zu verbessern, haben wir 2015 begonnen, das „Henkel Production System“ (HPS) einzuführen. Mit diesem unternehmensweiten Optimierungsprogramm soll jede Art von Ineffizienz entlang unserer Wertschöpfungskette wie Wartezeiten, Überproduktion oder Defekte systematisch identifiziert und eliminiert werden. Dadurch können wir den Energieverbrauch an unseren Produktionsstandorten bis 2020 im Vergleich zum Basisjahr 2010 um 30 Prozent pro Tonne Produkt verringern. Das trägt zu unserem Ziel bei, unsere Effizienz bis zum Jahr 2020 um 75 Prozent zu steigern. Dazu haben wir für alle drei Unternehmensbereiche Standards zur Harmonisierung von Produktionsabläufen festgelegt. HPS basiert auf „Lean“-Prinzipien (von englisch „lean“: schlank) sowie auf der Einbindung aller unserer Mitarbeiter, damit sie die neuen Standards effektiv umsetzen und dabei Ressourcen sparen.



Henkel organisiert weltweit Nachhaltigkeitsworkshops zu den Themen Elektrizität, Gas und Heizung, Wasser sowie Abfall für die Mitarbeiter in der Produktion, beispielsweise hier in Elgin, Illinois, USA.

In diesem Zusammenhang hat unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies das „Best Operative Practice“-Programm eingeführt. Im Rahmen von Nachhaltigkeitsworkshops an den Henkel-Standorten, die maßgeblich zu unserem ökologischen Fußabdruck beitragen, werden die Hauptverursacher ermittelt, „Best Operative Practices“ analysiert und mit den Teilnehmern erörtert sowie Verbesserungsvorschläge erarbeitet. In den Workshops für funktionsübergreifende Teams kommen sogenannte Nachhaltigkeits-Scorecards für die Priorisierung von Projekten und die Planung der Umsetzung zum Einsatz. 2019 fanden an 16 Adhesive Technologies-Standorten in den Regionen Asien/Pazifik, Nordamerika, Lateinamerika und Europa entsprechende Workshops statt. Dabei entwickelten mehr als 200 Teilnehmer konkrete Handlungsmaßnahmen zum Thema Energieeffizienz und erneuerbare Energien, aber auch im Hinblick auf Wassereinsparungen und Abfallreduzierung. Diese Maßnahmen machen auf globaler Ebene durchschnittlich ein Einsparungspotenzial von 2 bis 4 Prozent bei Energie, Wasser und Abfallaufkommen der Adhesive Technologies-Werke aus. Insgesamt wurden 67 Workshops seit Beginn des Programms im Jahr 2014 durchgeführt. Im Rahmen des „Best Operative Practice“-Programms haben wir beispielsweise in unserem Werk in Rudrapur, Indien, High-Speed Diesel (HSD) durch Erdgas als Brennstoff für Kessel und Heizeinrichtung ersetzt. Neben der Steigerung des Wirkungsgrads erzeugt der Einsatz von Erdgas weniger Emissionen. Durch die Investition werden voraussichtlich rund 128 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart.



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion**
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

An Laundry & Home Care-Standorten, wie in Russland, Deutschland und Mexiko, nutzen wir zu Effizienzsteigerungen unter anderem Wärmerückgewinnungssysteme. 2019 haben wir ein neues System in Port Said, Ägypten, installiert, mit dem heiße Luft aus dem Sprühturm gewonnen wird, um Frischluft beim Eingang in den Gasbrenner des Turms zu erwärmen. Dadurch verringert sich die benötigte Energie, um die Luft aus der Umgebungstemperatur aufzuheizen. Dieser Ansatz geht mit weiteren Verbesserungsmaßnahmen einher. Auch unsere Standorte in Afrika und Nahost haben 2019 mehrere Projekte durchgeführt. Beispiele sind eine verbesserte Nutzung von Luftkompressoren, optimierte Geometrie von Heizflächen sowie die erhöhte Konzentration von Schlämmen in unserer Pulverproduktion. Denn je stärker die Schlämme konzentriert sind, desto weniger Wasser enthalten sie, das verdampft werden muss.

2019 erhielten wir zudem eine externe Auszeichnung für unser Nachhaltigkeitsengagement. Unser Laundry & Home Care-Werk in Bowling Green, Kentucky, USA, wurde mit dem „Green to Gold Award“ ausgezeichnet. Diese Auszeichnung erhalten Unternehmen, die in der Region bestmöglich das Konzept des „Green Leadership“ umsetzen und hierbei eine Führungsrolle übernehmen. Die Produktionsstätte wurde für ihre Investitionen in Maßnahmen zur Reduzierung von Energieverbrauch und Abwasser ausgezeichnet.

Energieeffizienzmaßnahmen wurden 2019 auch an unseren Beauty Care-Standorten ergriffen. In unserem Werk in Viersen-Dülken, Deutschland, zum Beispiel, haben wir ein Rohrleitungssystem mit einem Wärmetauscher an Kompressoren installiert, mit dem Restwasser der Osmoseanlage erwärmt wird. Dieses Wasser wird in einem Reinigungsprozess weiterverwendet. Somit haben wir neben einer

Einsparung von 1 Prozent des Energieverbrauchs des gesamten Werks auch den Frischwasserverbrauch an der Anlage reduziert. Auch unser Standort in Bogotá, Kolumbien, hat Ansätze entwickelt, die die Effizienz steigern – durch die Produktion in einem modifizierten Schichtsystem zur Reduzierung des Wasser- und Energieverbrauchs.

Standards und Managementsysteme

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

Externe Zertifizierung unserer Managementsysteme, Stand: 31.12.2019

Code	Standard für	Prozentsatz der abgedeckten Produktionsmenge
ISO 14001	Umweltmanagementsysteme	79 Prozent
ISO 9001	Qualitätsmanagementsysteme	81 Prozent
ISO 50001	Energiemanagementsysteme	49 Prozent
ISO 45001	Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagementsysteme	41 Prozent
OHSAS 18001	Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagementsysteme	78 Prozent

Bereits im Jahr 2018 haben wir Standorte nach der neuen ISO 45001 zertifizieren lassen, die im März 2018 veröffentlicht wurde und die OHSAS-18001-Zertifizierung ablösen wird. Veränderungen im Portfolio-Mix aufgrund zum Beispiel getätigter Akquisitionen haben einen Einfluss auf den Anteil der Produktionsmengen bezogen auf die Werke und damit auch auf den relativen Anteil der zertifizierten Standorte bezogen auf die Produktionsmenge.


[Vorwort](#)
[Henkel auf einen Blick](#)
[Nachhaltigkeitsstrategie](#)
[Management](#)
[Einkauf und Lieferanten](#)
[Produktion](#)
[Logistik und Transport](#)
[Produktverantwortung](#)
[Adhesive Technologies](#)
[Beauty Care](#)
[Laundry & Home Care](#)
[Mitarbeiter](#)
[Gesellschaftliches Engagement](#)
[Stakeholder-Dialog](#)
[Externe Bewertungen](#)
[Kennzahlen](#)
[Referenz- und Berichtsrahmen](#)

Neue Multitechnologie-Produktionsstätte in Spanien

Beim Bau neuer Werke zielen wir darauf ab, das Effizienzprinzip und erneuerbare Energien bereits in der Planungsphase zu integrieren. In unserer neuen Adhesive Technologies-Produktionsstätte für die Luft- und Raumfahrtindustrie in Montornès del Vallès, Spanien, die 2019 eröffnet wurde, konnten wir beispielsweise hohe Nachhaltigkeitsstandards erfüllen. Mit einem ganzheitlichen Konzept, das auch die Nutzung erneuerbarer Energien sowie intelligenter Technologien für Ausrüstung und Infrastruktur umfasst, ist dies das erste Fertigungsgebäude in Spanien mit einem DGNB-Zertifikat in Gold. Dieses Zertifikat der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB) ist international gültig und dient als Bewertung der Nachhaltigkeit von Gebäuden. Unser Standort ist mit einem durch natürliches Licht ergänzten LED-Beleuchtungssystem sowie einer optimalen Gebäude-



Im Juni 2019 hat Henkel seine neue Produktionsstätte für leistungsstarke Anwendungen in der Luft- und Raumfahrtindustrie in Montornès del Vallès, Spanien, eröffnet. Das ganzheitliche Nachhaltigkeitskonzept umfasst die Nutzung erneuerbarer Energien und intelligenter Technologien für Ausrüstung und Infrastruktur.

dämmung durch dreischichtige Wände ausgestattet. Ein wärmereflektierendes und isoliertes Dach sorgt für eine hohe betriebliche Effizienz der Fertigungssysteme. Die gesamte thermische Energie, die für Prozesse und Gebäude am Standort erforderlich ist, wird durch einen Hackschnitzelkessel erzeugt. So kann die Energie aus alten Paletten, die ansonsten ausrangiert worden wären, genutzt werden. Darüber hinaus ist das Dach mit einer Photovoltaikanlage ausgestattet, um zusätzliche erneuerbare Energie zu generieren. Das Gesamtkonzept der Produktionsstätte ist CO₂-neutral ausgerichtet, was durch die Erzeugung erneuerbarer Energie am Standort selbst sowie durch den Einkauf erneuerbarer Energie erreicht wird. Zusätzlich kommen intelligente Messsysteme sowie Hochleistungsmotoren und -pumpen am Standort zum Einsatz bei gleichzeitiger Optimierung der Prozesse.

In den vorangegangenen Jahren erhielten andere Standorte ebenfalls Zertifizierungen für ihr nachhaltiges Konzept, zum Beispiel das LEED-Zertifikat („Leadership in Energy and Environmental Design“). Unser Produktionsgebäude in Gebkim, Türkei, erhielt eine entsprechende Zertifizierung, während für das Verwaltungsgebäude das Zertifikat in Platin vergeben wurde – die höchstmögliche LEED-Zertifizierung. Unsere Multitechnologie-Produktionsstätte in Kurkumbh, Indien, erhielt eine Zertifizierung in Gold. Weitere LEED-Zertifizierungen sind für zukünftige Neubau-Projekte geplant. So wird auch unser neues Adhesive Technologies-Werk für Elektroniklösungen, das wir derzeit im südkoreanischen Songdo bauen, konsequent auf die Bedürfnisse intelligenter und vernetzter Produktionstechnologien und auf hohe Nachhaltigkeitsstandards ausgerichtet.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement


Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Klimapositiv werden

Das Pariser Klimaschutzabkommen von 2015, in dem sich die Staatengemeinschaft verpflichtet hat, die globale Erderwärmung auf deutlich unter 2 Grad Celsius gegenüber dem vorindustriellen Niveau und nach Möglichkeit sogar auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen, unterstreicht die Notwendigkeit, CO₂-Emissionen zu senken. Vor diesem Hintergrund hat Henkel die langfristige Vision, bis 2040 ein  **klimapositives Unternehmen** zu werden und einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Wir fokussieren uns zunächst auf unsere eigene Produktion, die wir direkt beeinflussen können. Der CO₂-Fußabdruck unserer Produktion liegt bei rund 665.000 Tonnen und verteilt sich etwa zu gleichen Teilen auf die von uns selbst genutzten Brennstoffe (Scope 1) sowie auf die fremdbezogene Energie (Scope 2), insbesondere Strom. Um die Entwicklung in Richtung unseres langfristigen Ziels, bis 2030 dreimal effizienter zu werden, zu unterstützen, konzentrieren wir uns zunächst darauf, den CO₂-Fußabdruck unserer Produktion bis zum Jahr 2030 um 75 Prozent zu senken. Das erreichen wir durch die kontinuierliche Verbesserung unserer Energieeffizienz und die Verringerung des Energieverbrauchs unserer Produktionsstandorte um jeweils 30 Prozent pro Tonne Produkt bis 2020 im Vergleich zum Basisjahr 2010. Bis zum Jahr 2030 streben wir weiterhin eine Einsparung um 50 Prozent gegenüber dem Basisjahr an. Parallel zu den Effizienzzielen streben wir an, bis zum Jahr 2030 100 Prozent des Stroms für unsere Produktion aus erneuerbaren Quellen zu beziehen. Auf dem Weg dorthin wollen wir bis 2020 eine Abdeckung von 50 Prozent erreicht haben.



Parallel zu den Effizienzzielen streben wir an, 100 Prozent des Stroms für unsere Produktion bis zum Jahr 2030 aus erneuerbaren Quellen zu beziehen, zum Beispiel durch Solarzellen oder andere Technologien an unseren Standorten.

Erneuerbare Energien

Die unterschiedliche Gesetzgebung und Infrastruktur, stark regulierte Märkte, abweichende Standortbedingungen und unterschiedliche klimatische Bedingungen in den einzelnen Ländern erfordern zur Umsetzung unseres Ziels länderspezifische Ansätze und ein Portfolio an Optionen sowie Flexibilität. Daher setzen wir bei der Umstellung auf erneuerbare Energien auf eine Kombination der folgenden drei Modelle:

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



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

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

3. Virtuelle Abdeckung: Sollten beide zuerst genannten Optionen an einem Standort nicht umsetzbar sein und können wir somit den Strom nicht direkt beziehen, decken wir den Bedarf an Grünstrom virtuell ab. Dazu schließen wir langfristige Stromabnahmeverträge mit Energieversorgern ab, die Grünstrom aus spezifischen Anlagen in einer Größenordnung in das Versorgungsnetz einspeisen, die unserem Verbrauch entspricht. Über den Bezug von Grünstrom können somit zusätzliche Kapazitäten aufgebaut werden. Oder wir kaufen, wenn nicht anders möglich, entsprechende Zertifikate über Grünstrom.

2019 haben wir die Erzeugung erneuerbarer Energien an verschiedenen Produktionsstätten weltweit ausgebaut. So haben wir beispielsweise an unserem Standort Montornès del Vallès in Spanien sowohl eine Photovoltaikanlage als auch einen Biomassekessel installiert. Die hiesige Vor-Ort-Erzeugung von erneuerbarer Energie, mit einem Potenzial von rund 2 Millionen Kilowattstunden, entspricht rund 500 Tonnen CO₂ bei der Verwendung von Strom und Erdgas. Weitere Standorte bauen und installieren zudem Anlagen zur Erzeugung erneuerbarer Energie, wie unser Gebkim-Werk in der Türkei, in dem eine Photovoltaikanlage mit einer Leistung von etwa 1 Megawatt installiert wird, die rund 800 Tonnen CO₂ pro Jahr einsparen kann.

Zudem haben wir unseren Bezug von „Grünstrom“ weiter ausgebaut und im Berichtsjahr Stromabnahmeverträge in Ländern wie China, Italien und Schweden unterzeichnet. Somit kann die Planung und Errichtung der jeweiligen Energieerzeugungsanlagen in den kommenden Monaten beginnen. Dazu gehören auch Energiebelieferungen aus dem Netz oder aus spezifischen Anlagen.

2019 stammten 11 Prozent unseres gesamten Stromeinkaufs aus erneuerbaren Quellen. Wir verfügen über konkrete Pläne, um die jeweilige Beschaffung zu beschleunigen. Damit sind wir auf dem Weg zu unserem Ziel, bis 2020 50 Prozent des in der Produktion eingesetzten Stroms aus erneuerbaren Quellen zu beziehen.

Szenario bis 2040

Bis 2040 wollen wir die verbleibenden Brennstoffe in unserer Produktion durch klimaneutrale Alternativen wie Biogas oder Gas aus der Umwandlung von CO₂ ersetzen. Außerdem wollen wir Dritte mit CO₂-neutraler Energie versorgen, die Henkel nicht für eigene Zwecke benötigt – das heißt, ein klimapositives Unternehmen werden. Auf diese Weise vermeiden wir nicht nur eigene Emissionen, sondern ermöglichen es anderen, von sauberer Energie zu profitieren und so potenzielle Emissionen zu vermeiden.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Verringerung von Produktionsabfällen und Förderung einer Kreislaufwirtschaft

Henkel hat sich der Förderung der Kreislaufwirtschaft verpflichtet. Dazu gehören das Vorantreiben von innovativen **→ Verpackungslösungen** für unsere Konsumenten und Industriekunden sowie die Einbindung von und Zusammenarbeit mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Gleichzeitig sind wir bestrebt, Produktionsabfälle zu verringern und die Kreislaufwirtschaft im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit zu fördern. Wir beschleunigen die Entwicklung in Richtung unseres Ziels, indem wir Abfallströme systematisch identifizieren und, wo dies möglich ist, geschlossene Kreislaufsysteme schaffen. Unser Fokus liegt auf verstärktem Recycling innerhalb unserer Werke und der Zusammenarbeit mit unseren Verpackungslieferanten. Unsere Initiativen konzentrieren sich auf vier Schlüsselbereiche: Verringerung des Materialverbrauchs und Abfallaufkommens, Wiederverwendung von Materialien, Recycling von Materialien und Energierückgewinnung.

Entsprechend unserem Ziel, den ökologischen Fußabdruck des Unternehmens zu senken, sind wir bestrebt, das gesamte Abfallvolumen an unseren Produktionsstandorten bis 2020 im Vergleich zum Basisjahr 2010 um 30 Prozent pro Tonne Produkt zu verringern. Ende 2019 hatten wir 40 Prozent weniger Abfall pro Tonne Produkt, was bedeutet, dass wir dieses Ziel bereits ein Jahr im Voraus übertroffen haben. Ein weiterer Schwerpunkt unserer Optimierungsziele ist, die Deponieabfälle aus unserer Produktion zu verringern. Wir wollen bis 2020 erreichen, dass alle Standorte für unsere Konsumentengeschäfte keine Deponieabfälle mehr produzieren. Wir weiten dieses Ziel bis 2030

auf alle Standorte, inklusive unseres Industriegeschäfts, aus. Ende 2019 hatten 63 Prozent der Standorte dieses Ziel bereits erreicht.

In diesem Zusammenhang hat unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies zur Optimierung des Abfallmanagements in unseren Werken ein Instrument entwickelt, das Abfalltypen unterscheidet und eine Übersicht über den Lebenszyklus des Abfalls – von dessen Entstehung bis zur Entsorgung – gibt. Dieses Instrument ist für Produktionswerke und Forschungszentren nutzbar und wurde in der Region Asien/Pazifik eingeführt. 2019 haben alle 33 Werke in der Region Analysen mit diesem Instrument durchgeführt. Es umfasst eine Klassifizierung, Compliance-Prüfung, die Steuerung der Abfallströme und die Berichterstattung. Mithilfe dieses Instruments ist es möglich, Abweichungen zwischen ähnlichen Abfalltypen zu identifizieren, die vorbildliche Praxis zu erkennen und konkrete Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten. Dies trägt auch zur Erreichung unseres Ziels bei, keine Deponieabfälle zu erzeugen. Zum Beispiel hat unser Klebstoffwerk in Shanghai, China, die sogenannte Dragon Plant, die Abfälle im Vergleich zum Vorjahr um rund 40 Prozent pro Tonne Produkt reduziert. Möglich wurde dies durch Maßnahmen wie den Austausch von Rohstoffverpackungen, die Optimierung der Häufigkeit von Lösemittelreinigungsprozessen zur Reduzierung von Lösemittelabfällen und die Verringerung von Produktionsabfällen durch engere Überwachung. Diese erfolgreichen Praktiken wurden in das „Best Operation Practice“-Programm von Adhesive Technologies integriert. Um weitere Fortschritte zu erzielen, arbeiten wir auch mit Geschäftspartnern zusammen. In Nordamerika kooperieren wir



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

beispielsweise mit einem Käufer von Kunststoffabfällen, lokalen Recycling-Unternehmen und einem Müllheizkraftwerk, um Deponieabfälle an unseren Standorten zu vermeiden.

An unserem Beauty Care-Standort in Bogotá, Kolumbien, nutzen wir eine Rücknahmelogistiklösung, die durch Schulungen unterstützt wird. Mit dem Rohstoff- und Verpackungslieferanten wurde ein Modell entwickelt, bei dem genutzte Pappkartons werksintern verarbeitet, auf Paletten verpackt und an den Lieferanten zurückgegeben werden, damit diese wieder für Henkel-Lieferungen genutzt werden können. Mithilfe dieser Abfallmanagementmaßnahme können die Pappkartons vier- bis sechsmal wiederverwendet werden. Seitdem das Programm 2016 eingeführt wurde, konnte Verpackungsabfall in einem Volumen von fast 1.000 Tonnen vermieden werden. Einen weiteren Ansatz verfolgen unsere drei Werke in Zapopan, Mexiko, zur Weiterverwendung von Pappkartons. Hier werden Kartons durch Zerkleinern zu Füllmaterial für späteren Packversand. Dabei wird eine möglichst umfangreiche Weiterverwendung angestrebt.

Bereits 2013 hat sich unser Beauty Care-Standort in Wassertrüdingen, Deutschland, im Jahr 2017 dann auch unser Standort in Maribor, Slowenien, dem „RafCycle“-Recyclingprogramm angeschlossen. Dieses Recyclingprogramm beruht auf einer Kooperation von UPM Raflatac und Henkel mit dem Ziel, Abfälle von selbstklebenden Etiketten, die sonst deponiert würden, zu recyceln. UPM sammelt die nach dem Etikettieren verbleibende Trägerfolie an Henkel-Standorten ein und recycelt diese. Aus dem Material entsteht in der UPM-Papierfabrik in Deutschland beispielsweise Druckpapier für Bücher und Zeitschriften. Seit Beginn unserer Kooperation haben die beiden Beauty Care-Standorte damit rund 3.400 Tonnen Abfall recycelt.

Auch unser Unternehmensbereich Laundry & Home Care beteiligt sich an diesem sowie einem zweiten Recyclingprogramm für Etikettenträgerfolien. Ende 2019 haben wir diese Programme an neun Standorten implementiert. Unser Waschmittelproduktionswerk in Düsseldorf, Deutschland, zum Beispiel hat im Jahr 2018 die Kooperation mit Raflatac begonnen. Seitdem konnten 512 Tonnen dort entstandener Abfälle von selbstklebenden Etiketten recycelt werden. Im Einklang mit unserem Ziel, Abfälle zu reduzieren, begann unser Werk in Ratibor, Polen, 2019 damit, Einwegumverpackungen durch wiederverwendbare Verpackungen zu ersetzen. Diese Verpackungen wechseln zwischen unserem Werk und dem Verpackungslieferanten hin und her. Im Vergleich zu 2018 konnten Papierabfälle mit dieser Maßnahme um rund 29 Prozent reduziert werden. Darüber hinaus hat zum Beispiel unser Werk in West Hazleton, USA, die Prozesse zur Dosierung und Kontrolle von Rohstoffen überarbeitet, um Abfallaufkommen am Standort zu reduzieren.

Einsparung von Wasser

Es ist unser Ziel, 30 Prozent weniger Wasser pro Tonne Produkt bis 2020 zu verbrauchen. Bis Ende 2019 haben wir eine Einsparung von 28 Prozent erreicht. Um unser Ziel zu erreichen, prüft jeder unserer Produktionsstandorte sorgfältig Möglichkeiten zur Senkung des Wasserverbrauchs und zur Vermeidung von Abwasser. Das Abwasser aus industriellen Anwendungen wird zur Entfernung von Schadstoffen mit modernster Technologie vorbehandelt und fachgerecht entsorgt.

Die weltweite Verfügbarkeit von Wasser wird durch regionale und saisonbedingte Knappheiten beeinträchtigt. Darüber hinaus



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

schwanken Verfügbarkeit und Leistung von Abwasserbehandlungsanlagen, und die spezifischen ökologischen Eigenschaften jedes aufnehmenden Gewässers sind anders. Wir haben weltweit Wasserknappheitsprüfungen und darüber hinaus detaillierte lokale Untersuchungen durchgeführt. Dabei haben wir keine wesentlichen Risiken identifiziert und dennoch unsere Ziele für 2020 dahingehend erweitert, dass in Regionen mit starker Wasserknappheit ein besonderer Fokus auf Projekten für mehr Wassereffizienz liegt.

Um Wasser zu sparen, nutzt unser Unternehmensbereich Laundry & Home Care ein hocheffizientes Umkehrosmose-System für die Filterung von Wasser an allen Standorten weltweit. Mit der Umkehrosmose wird entmineralisiertes Wasser hergestellt, das ein wichtiger Bestandteil unserer Flüssigprodukte ist. 2019 wurde das System beispielsweise in Bowling Green, USA, installiert, während unser Standort in Perm, Russland, sein Umkehrosmose-System gerade modernisiert. Auch andere technische Verbesserungen ermöglichen es uns, Wasser einzusparen. An unserem Standort Düsseldorf in Deutschland haben wir in diesem Jahr an weiteren Tanks spezielle Sprühdüsen installiert. Dadurch können wir bei der Reinigung dieser Tanks bis zu 85 Prozent des Heißwassers pro Reinigungszyklus einsparen. Zusätzlich haben wir zwischen Puffertanks und den Füllern sogenannte Molchsysteme installiert. Indem wir den „Molch“ (eine Art kleine Kugel) durch die Rohrleitungen schicken, entfernen wir das gesamte Material und vermeiden die Reinigung mit Wasser, das 1 Tonne Wasser beim Wechsel von einem Produkt zum nächsten spart.

Im Berichtsjahr wurden auch an unseren Beauty Care-Standorten Maßnahmen zur Reduktion des Wasserverbrauchs umgesetzt. Dies umfasst Ansätze zur Wiederverwendung von Wasser in Kühlungsprozessen, zum Beispiel an unseren Standorten Tesisan, Mexiko, und Bogotá, Kolumbien. Bei Letzterem wurde bei der Produktion von Haarfärbemitteln der Reinigungsprozess weiter optimiert, beispielsweise durch Anpassung der Waschzeit und verbesserte Chargenverteilung.

In unserem Adhesive Technologies-Werk Santiago-Pudahuel, Chile, änderten wir 2019 den Prozess zur Reinigung von Reaktoren mit einer alkalischen Lösung. Dies führt zu einem verbesserten Reinigungsprozess und einem geringeren Wasserverbrauch. Unsere Produktionsstätte in Thane, Indien, hat in eine neue Wasseraufbereitungsanlage investiert, mit der rund 3 Prozent Wasser pro Monat eingespart werden können. Ein weiteres Beispiel aus Indien ist unser Werk in Kurkumbh, wo wir 2019 Maßnahmen wie optimierte Prozesse für den Kühlturm eingeführt haben, bei denen Regenwasser und spezielle Filter genutzt werden. An unserem südafrikanischen Standort in Alrode haben wir ebenfalls die Nutzungsdauer unserer Kühltürme und Absauganlagen optimiert, um Wassereinsparungen zu ermöglichen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Industrie 4.0

Die  **Industrie 4.0** zeichnet sich durch Digitalisierung, eine zunehmende Automatisierung und einen verstärkten Datenaustausch aus. Für Henkel beinhaltet die Industrie 4.0 erhebliches Potenzial, um durch intelligente Produktionsprozesse den Fortschritt in Richtung Produktivität, Effizienz und Flexibilität voranzutreiben. Durch automatisierte Systeme und vernetzte Daten werden die Abläufe im Unternehmen schneller, stabiler und nachhaltiger. Henkel nutzt die Industrie 4.0 zur besseren Planung, Beschaffung und Herstellung bis hin zur Lieferung von Produkten und Lösungen. Ein zentrales Element ist die „Smart Factory“, in der intelligente Maschinen Produktionsprozesse auf der Grundlage von Echtzeitinformationen und Funkverbindungen steuern und optimieren. Die Digitalisierung unserer integrierten globalen Lieferkette trägt bereits dazu bei, das Service-Level für unsere Kunden zu erhöhen, Produktionsstandorte effizienter zu verwalten, Produktions- und Logistikprozesse zu optimieren sowie unsere Nachhaltigkeitsleistung weiter zu verbessern.

Unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies nutzt eine „Smart Operations“-Plattform zur Visualisierung, Überprüfung und Analyse des Ressourcenverbrauchs. Damit werden Optimierungspotenziale für den Rohstoffeinsatz identifiziert. Die Plattform ist derzeit an Standorten in den Regionen Asien/Pazifik sowie Indien, Nahost und Afrika in Betrieb. Zukünftig soll sie auch in anderen Unternehmensbereichen weltweit zum Einsatz kommen. Die Plattform hat aufgezeigt, dass monatlich mehr als 74.000 gedruckte Seiten vermieden werden können. Ein weiteres Beispiel für die Beschleunigung der Digitalisierung ist das Instrument „Quality Pulse“, das wir in unserem Unternehmensbereich Adhesive Technologies nutzen. Mit dem System



Berta Galende und Jaume Carreras, zuständig für digitale Transformation an der Produktionsstätte Montornès del Vallès, Spanien, unterziehen die Auftragsdaten und eventuelle Abweichungen einer ständigen Kontrolle.

werden qualitative und quantitative Daten zusammengeführt und analysiert, die entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von Gütern über Maschinen bis hin zum Wetter – erhoben werden. Dadurch werden die Produktivität erhöht, der Energie- und Wasserverbrauch reduziert und Kosten gesenkt.

Die Produktionsstandorte und Prozesse für unseren Unternehmensbereich Laundry & Home Care sind weltweit vernetzt und alle Informationen werden in Echtzeit zentral gesammelt. Somit dient die Digitalisierung als Motor für Nachhaltigkeit. Die digitale Plattform „Wonderware“ ist das sogenannte digitale Rückgrat der Industrie 4.0. Ein Bestandteil dieses Rückgrats ist die Gesamtanlageneffektivität (Overall Equipment Effectiveness, OEE) in Echtzeit, die quantifiziert, wie gut die Leistung eines Ausrüstungsteils im Vergleich zu seiner erwarteten Kapazität während der geplanten Laufzeit ist. Auf der



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

„Wonderware“-Plattform laufen die Daten des „Online Metering Systems“ aus allen Waschmittel-Standorten weltweit zusammen und werden verarbeitet. Mit den Informationen von mehr als 3.500 Sensoren erfasst es, wie viel Energie und Wasser jede Anlage verbraucht, und stellt die Daten zudem visuell dar. Durch die Verwendung dieser Sensoren sowie eines Datenpools und die Analyse großer Datenmengen kann das System Muster erkennen und Optimierungspotenzial identifizieren. Seit 2016 werden Effizienzdaten unserer Produktionslinien ins System übermittelt und ausgewertet. Dank einer hochstandardisierten Ausrüstungskonfiguration können unsere Mitarbeiter die entsprechenden Informationen aller anderen Produktionsstandorte weltweit einsehen, sie mit Best-Practice-Vorgaben vergleichen und gemeinsam notwendige Maßnahmen einleiten, um Produktionsabläufe zu verbessern. Seit Einführung der Energie-Monitoring-Software im Jahr 2011 konnte unser Unternehmensbereich Laundry & Home Care den Energieverbrauch um 27 Prozent pro Tonne Produkt senken.

Da die „Wonderware“-Plattform flexibel, erweiterbar und skalierbar ist, wurden weitere Module hinzugefügt, die auf identischen Technologien und Managementverfahren für Qualität, Gesundheitsmanagement, Produktionslinienneffizienz und Rückverfolgbarkeit aufbauen. 2019 haben wir eine Digitalisierungslösung an unserem Laundry & Home Care-Produktionsstandort Montornès del Vallès vollständig integriert. Zusätzlich zu unserem globalen Industrie-4.0-Standard haben wir hier ein Linienintegrationssystem installiert, mit dem Effizienzverbesserungen erzielt werden. Auf diese Weise können wir unsere Produktionsmaschinen mit dem zentralen System sowie untereinander vernetzen, um die Anlageneffizienz mithilfe künstlicher Intelligenz in Echtzeit besser zu analysieren und positiv zu beeinflussen.

Wir zielen auch in unserem Unternehmensbereich Beauty Care darauf ab, Industrie 4.0 voranzutreiben. Dazu gehören weitere Pläne zur Implementierung eines „Manufacturing Execution Systems“ (MES) mit einer Kombination aus Echtzeit-Gesamteffektivität der Geräte (OEE) und Energieverbrauch. Dadurch sollen die Informationen schneller analysiert und entsprechende Maßnahmen ergriffen werden können. In unserem Werk in West Hazleton, USA, zum Beispiel nutzen wir OEE bereits und haben auch in unserem kolumbianischen Werk in Bogotá im Jahr 2019 Energiezähler in ein webbasiertes Energiemanagementsystem integriert.

Lohnhersteller

Die Lohnherstellung ist ein integraler Bestandteil unserer Produktionsstrategie. Zum Beispiel setzen wir auf die Unterstützung von Lohnherstellern, wenn wir neue Märkte erschließen oder neue Produkte und Technologien einführen und das entsprechende Produktionsvolumen häufig noch gering ist. Der Einsatz von Lohnherstellern hilft uns auch, unsere Produktions- und Logistikstrukturen zu optimieren und Ressourcen wirtschaftlicher zu nutzen. Jährlich beziehen wir rund 10 Prozent zusätzliche Produktionstonnage von Lohnfertigungsbetrieben. Unsere Anforderungen an Qualitäts-, Umwelt-, Sicherheits- und Sozialstandards sind integraler Bestandteil von Verträgen und Auftragsvergaben. Diese prüfen wir durch eigene Audits sowie vermehrt auch durch spezialisierte externe Dienstleister.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Logistik und Transport

- Unser ganzheitlicher Ansatz
- Ausweitung intermodaler Transporte
- Verbesserung unseres Lagernetzwerks
- Optimierung des Transportwesens
- Digitale Tools für eine verbesserte Logistik
- Alternative Antriebsarten

Logistik und Transport

Unser ganzheitlicher Ansatz

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette umfasst die Optimierung unserer Transport- und Logistikprozesse hinsichtlich Umweltverträglichkeit und Ressourceneffizienz. Unser Ziel ist es, die Emissionen aus dem Transport unserer Produkte bis 2020 im Vergleich zum Basisjahr 2015 insgesamt um 5 Prozent pro Tonne Produkt zu reduzieren. Indem wir die transportbedingten Emissionen gegenüber dem Jahr 2015 um mehr als 7 Prozent pro Tonne Produkt verringerten, haben wir dieses Ziel Ende 2019 bereits erreicht.

Die Reduzierung unseres Logistik-Fußabdrucks beginnt bei der Produktentwicklung. Wir arbeiten an Produkt- und **→ Verpackungs-optimierungen** hinsichtlich des Gewichts und Volumens, soweit dies ohne Einschränkung der Leistung, Handhabbarkeit oder Stabilität möglich ist. Konzentriertere Produkte und leichtere Verpackungen sparen Transportgewicht und damit CO₂-Emissionen.

Neben der Optimierung von Produkten und Verpackungen hilft uns die Verbesserung unserer Logistikstrukturen bei der Senkung von Transportemissionen. Dazu berücksichtigen wir auch die Lage unserer Produktionsstandorte: Bei eher großvolumigen Produkten reduzieren wir durch regionale Produktionsstandorte die Transportwege und die

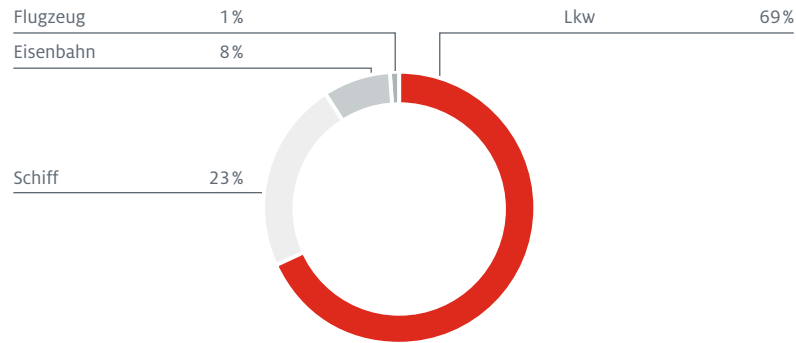
damit verbundenen Umweltbelastungen. Bei kompakten Produkten fällt der Transportaufwand geringer aus. Hier erhöhen wir die Effizienz in der Produktion, indem wir diese Produkte möglichst zentral produzieren. Für den Transport und die Logistik fertiger Waren konzentrieren wir unsere Aktivitäten auf drei wesentliche Treiber:

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

Wir verstärken diese Treiber durch die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und Kunden, mit denen wir gemeinsam Logistikprojekte umsetzen. Insbesondere haben wir unser bestehendes **→ „Say yes! to the future“-Programm**, das Teil unseres Nachhaltigkeitsbotschafter-Programms ist, auf den Bereich Logistik ausgedehnt, um den Austausch von Best-Practice-Projekten zwischen unseren Unternehmensbereichen zu fördern und Logistikprojekte in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden zu initiieren. Im Hinblick auf eine verbesserte Logistik nutzen wir auch fortschrittliche digitale Lösungen. Darüber hinaus ist die Verwendung alternativer Antriebsarten Bestandteil unseres Ansatzes zur Optimierung von Transport und Logistik.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport**
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Produkttransporte nach Verkehrsträgern 2019¹



¹ Rundungsbedingt ergibt die Gesamtsumme nicht genau 100 Prozent.

Bei der Auswahl unserer Transportpartner achten wir auf deren Leistungen in den Bereichen Effizienz sowie Umweltschutz und Sicherheit. Entsprechende Kriterien sind Teil unserer Ausschreibungs- und Auswahlverfahren beim Einkauf von Logistikdienstleistungen. Dazu gehört neben dem Umfang der vom Dienstleister realisierten Emissions-Einsparungen auch der Einsatz von neuen Technologien, alternativen Antriebsarten und Energiesparprogrammen.

Ausweitung intermodaler Transporte

Der intermodale Verkehr kombiniert mindestens zwei Verkehrsträger. Bei Henkel bedeutet das die zunehmende Verlagerung von der Straße auf die Schiene: Ein Lkw bringt die zu transportierende Ware zum nächsten Bahnverladeterminal. Von dort wird die lange Strecke mit der Bahn zurückgelegt, bevor ein zweiter Lkw die Ware am Bestimmungsort abholt und an den Kunden ausliefert. Damit nutzen wir den geringeren CO₂-Fußabdruck der Bahn gegenüber dem eines Lkw, wobei bei gleichem Gewicht der Ware rund ein Drittel des CO₂-Ausstoßes eingespart wird. Daher stellt der intermodale Transport einen Schlüsselfaktor für die CO₂-Verringerung in der Logistik von Henkel dar.



Es ist unser Ziel, intermodale Lösungen im Jahr 2020 weiterzuentwickeln. Daher testen wir die Anwendungsmöglichkeiten des intermodalen Transports auf allen wichtigen Strecken im gesamten Unternehmen kontinuierlich.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Mittels spezieller intermodaler Ausschreibungen erschließen wir zusätzliche Bahnstrecken in Europa für die Verlagerung auf den intermodalen Transport. Seit Anfang 2018 konnten wir die CO₂-Emissionen so um durchschnittlich 3.700 Tonnen pro Jahr senken. Wesentliche Treiber waren dabei die Unternehmensbereiche Laundry & Home Care und Beauty Care. Letzterer setzte 2019 weitere intermodale Lösungen durch die Beteiligung an einem „Pooling“-Konzept eines externen Dienstleisters, der eine Bahnverbindung in Frankreich betreibt, um. Diese Verbindung deckt eine Entfernung von mehr als 800 Kilometern zwischen Château Thierry im Norden Frankreichs und Nîmes im Süden ab. Die Verlagerung des Transports vom Lkw auf die Schiene ermöglichte uns zusätzliche CO₂-Einsparungen auf dieser Strecke. Darüber hinaus übernimmt der Dienstleister Auftragsvolumen aller Lieferanten, sodass die Lkw besser ausgelastet und weniger Lieferfahrten erforderlich sind, wodurch die Emissionen ebenfalls sinken.

Eine weitere Möglichkeit zur Verbesserung unseres ökologischen Fußabdrucks ist die Verlagerung vom Lufttransport zum Seetransport. Beispielsweise hat 2019 unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies das per Luftfracht transportierte Bruttogewicht um mehr als 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr senken können, was im Vergleich zu 2018 zu einer fast 5-prozentigen Verringerung des CO₂-Ausstoßes führte. Die Maßnahmen, die zu dieser Verringerung beitrugen, umfassten Verbesserungen bei der Produktverfügbarkeit durch gezielte Kapazitätssteigerungen, optimierte Prognosen und Maschinenlaufzeiten sowie die Einrichtung eines Luftfracht-Dashboards zur Ermittlung und Auflösung möglicher Problemfelder.

Verbesserung unseres Lagernetzwerks

Die Auswahl der Standorte von Warenlagern und Verteilzentren zielt darauf ab, die Routen zwischen Produktionsstandorten und Kunden zu optimieren. Sogenannte „Wall-to-Wall“-Konzepte, bei denen sich das Lager direkt an die Produktionsanlage anschließt, minimieren die Transportwege. Wo dies nicht möglich ist, erzielen wir Synergien, indem wir Transporte zwischen einzelnen Werken und Lagern unternehmensweit zusammenlegen. Des Weiteren nutzen wir das „Mega Warehouse“-Konzept, bei dem wir in wenigen Hauptverteilzentren Produkte bis zur rechtzeitigen Lieferung der jeweils benötigten Menge an die Außenlager und an den Handel lagern.

Im Rahmen unseres Ansatzes zur Verbesserung von Effizienz und Nachhaltigkeit in der Logistik hat unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies weitere Lager zusammengelegt, um den Ressourcenverbrauch und Transportbedarf zu minimieren. Diese Zusammenlegungen beruhen auf einer detaillierten Analyse von Kundenanforderungen, Netzwerkszenarien und betrieblichen Einschränkungen. Die 2018 begonnene Integration mehrerer Lager in Belgien in ein einziges modernes Lager in Frankreich wurde 2019 fortgeführt. Mit der geplanten Integration eines weiteren Lagers werden bei Abschluss des Projekts insgesamt 39 Prozent CO₂-Emissionen eingespart werden. Ende 2019 führte das Projekt bereits zu einer Reduzierung der CO₂-Emissionen in Höhe von 30 Prozent. Darüber hinaus begann der Unternehmensbereich 2019, fünf Lager in Deutschland und Belgien zu einem neuen Lager in der Nähe von Düsseldorf zusammenzulegen. Der Standort des Lagers wurde den wichtigsten Anforderungen unserer Kunden entsprechend ausgewählt und ermöglicht den Transport vom Werk zum Lager mit voll beladenen Lkw.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Auf der nachgelagerten Ebene hat die Zusammenlegung den Effekt, dass ursprünglich von verschiedenen Lagern aus belieferte Kunden nur noch von einem einzigen Lager beliefert werden und so transportbedingte Emissionen eingespart werden. Das neue Lager erhielt die Gold-Zertifizierung der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB) für Logistikgebäude und nahm seinen Betrieb in der zweiten Jahreshälfte 2019 auf. Es ist nach dem neuesten Stand der Technik zur Senkung des Energieverbrauchs ausgestattet und verfügt über fortschrittliche Abfallsortierverfahren, um in Zusammenarbeit mit Verwertungsunternehmen die Wiederverwertung recyclingfähiger Materialien sicherzustellen.

2019 verlegte unser Unternehmensbereich Beauty Care seine Lager-tätigkeiten vom Standort Willebroek in Belgien in ein neues niederländisches Lager. Diese Verlagerung ging auf eine Evaluierung der Lieferaktivitäten des Unternehmensbereichs im Jahr 2017 zurück, die verdeutlichte, dass der Schwerpunkt der Lieferungen in den Benelux-Ländern im Raum Heteren in den Niederlanden liegt. Durch die anschließende Verlegung des Lagers konnte die Lieferentfernung zu diesem zentralen Liefergebiet um 125 Kilometer reduziert werden, was eine CO₂-Einsparung von über 25.000 Kilogramm ermöglichte.

Optimierung des Transportwesens

Wir steigern die Auslastung unserer Frachtcontainer durch die Ausweitung unserer „Pooling“-Aktivitäten kontinuierlich. Dazu gehören das gezielte Zusammenlegen von Transport und Lagerung von ähnlichen Produktkategorien innerhalb von Henkel sowie gemeinsam mit anderen Herstellern, die denselben Logistikdienstleister nutzen.



2019 verlegte unser Unternehmensbereich Beauty Care einen Teil seiner Lagerlogistik für die Benelux-Länder in ein neues Lager in den Niederlanden. Dies macht es möglich, die Transportstrecke zu dem zentralen Liefergebiet Heteren zu verkürzen und 25.000 Kilogramm CO₂-Emissionen einzusparen.

Darüber hinaus optimieren wir unsere Prozesse durch eine enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden. Die dadurch erreichten Synergien bei Lagerung, Versand und Transport stellen sicher, dass besser ausgelastete Lkw zu den Zentrallagern unserer Kunden fahren. Des Weiteren mieten wir Paletten an, statt sie zu kaufen. So wird deren Einsammlung effizienter und der Umgang mit beschädigten Paletten verbessert. Wo immer es möglich ist, nutzen wir wiederverwendbare Kartonpaletten anstelle von Holzpaletten. Diese sind aufgrund ihres niedrigeren Gewichts einfacher zu handhaben und tragen zu einem geringeren Treibstoffverbrauch bei.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Im Rahmen unserer Bestrebungen, den Transport zu optimieren und die damit verbundenen CO₂-Emissionen zu reduzieren, hat Henkel France bereits 2017 die FRET 21-Initiative unterzeichnet. FRET 21 ist eine auf einer freiwilligen Verpflichtung basierende Initiative, die darauf abzielt, ökologische Auswirkungen in die Nachhaltigkeitsstrategien von Unternehmen zu integrieren, um dadurch die Reduzierung von transportbedingten Treibhausgasemissionen zu fördern. Unter der Federführung der französischen Umweltschutzbehörde ADEME und des französischen Verbands der Nutzer des Frachtverkehrs (Association des Utilisateurs de Transport et de Fret, AUTF) konzentriert sich die Initiative auf folgende Schlüsselbereiche: Wahl des Transportmittels, Lademenge, zurückgelegte Strecke und Priorisierung einer nachhaltigen Beschaffung. Derzeit beteiligen sich mehr als 20 Unternehmen an der Initiative. Henkel France hat sich als einziger Hersteller von Verbrauchsgütern im Nicht-Nahrungsmittelbereich der FRET 21-Initiative angeschlossen und in deren Rahmen ein Dreijah-



Im Rahmen der Beteiligung von Henkel an der FRET 21-Initiative führte Henkel France ein Dreijahresprogramm ein, um kundenbezogene Transportemissionen bis 2020 um 10 Prozent zu reduzieren. Bis 2019 konnte eine Reduzierung der CO₂-Emissionen um 5,8 Prozent erzielt werden. Logo: Association des Utilisateurs de Transport et de Fret.

resprogramm eingeführt, um die CO₂-Emissionen aus dem nachgelagerten Transport zu den Kunden in Frankreich bis 2020 um 10 Prozent zu reduzieren. Bis Ende September 2019 konnten mit dem Programm 522 Tonnen CO₂ eingespart werden, was einer fast 6-prozentigen Reduzierung unserer CO₂-Emissionen im Zusammenhang mit unseren Logistikaktivitäten in Frankreich entspricht.

Da sich dieses Programm über die Lieferketten unserer drei Unternehmensbereiche erstreckt, wird es von einer „Green Logistics“-Gruppe bei Henkel France gesteuert. Gemeinsam mit einer externen Beratungsfirma hat diese Gruppe die wichtigsten Maßnahmen ermittelt, die eine erfolgreiche Umsetzung des Programms ermöglichen. Dazu gehören Pooling, CO₂-Performance, Entwicklung von Transportlösungen und Einsatz alternativer Verkehrsträger.

Ein weiteres Konzept zur Optimierung von Transportprozessen führten wir 2019 mit dem „Cost to Serve“-Ansatz in die Geschäftstätigkeiten unseres Unternehmensbereichs Beauty Care in West- und Osteuropa ein. Dieser Ansatz beinhaltet die Identifizierung von Maßnahmen zur Maximierung der Profitabilität durch die Bewertung von Kundenbetreuungskosten im Rahmen einer bestehenden Lieferkette. Durch die Einführung dieses Konzepts wurden die Auftragsverwaltung und Lieferprofile optimiert, um die Lieferhäufigkeit zu senken und die Auslastung von Lkw zu erhöhen. Dies trug nicht nur zur Gesamtprofitabilität der Logistikprozesse des Unternehmensbereichs Beauty Care bei, sondern ermöglichte es uns auch, mehr Güter in weniger Lieferungen zu befördern und somit die transportbedingten CO₂-Emissionen zu senken.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Digitale Tools für eine verbesserte Logistik

Im Jahr 2015 führten wir das Transport-Management-System ein, eine unternehmensweite IT-Lösung, um unsere Transportplanung und -umsetzung über alle Unternehmensbereiche und Länder hinweg effizienter zu gestalten. Auf der Grundlage von Echtzeitdaten zum Transport ermöglicht dieses System eine höhere Lkw-Auslastung sowie optimierte Routen, was Transportkilometer reduziert, den Treibstoffverbrauch verringert und somit CO₂ einspart. Die IT-Lösung wurde bereits in Europa, China und Nordamerika implementiert.

Zur Darstellung unserer Fortschritte ist die systematische Nachverfolgung der CO₂-Emissionen unserer Logistik sehr wichtig. Im Jahr 2016 haben wir daher das Instrument „EcoTransIT World“ eingeführt. Auf Basis der Norm DIN EN 16258 ermittelt es die Umweltauswirkungen von Transporten aller Verkehrsträger. Zu den Vorteilen dieses wissenschaftlich entwickelten Berechnungstools gehört die Verwendung von länderspezifischen Emissionsfaktoren sowie tatsächlichen Entfernungen auf der Basis von GPS-Daten. Mit dem unternehmenseigenen Berichterstattungsmodell von Henkel, das detaillierte Analysen nicht nur auf Länderebene, sondern auch auf Werks- und Kundenebene ermöglicht, wird die Überwachung von Emissionen weiter optimiert.

Die kombinierte Anwendung des externen Berechnungstools EcoTransIT World und des unternehmenseigenen Berichterstattungsmodells hilft uns dabei, Transparenz und Vergleichbarkeit von Daten in der gesamten Branche zu fördern und unseren Fortschritt bei der Erreichung unseres Emissionsziels besser nachzuverfolgen. Bis Ende 2019 verringerte Henkel seine transportbedingten Emissionen um mehr als 7 Prozent pro Tonne Produkt gegenüber dem Jahr 2015.

Alternative Antriebsarten

Neben der Verwendung fortschrittlicher digitaler Tools ist auch die Einführung alternativer Antriebsarten Teil unseres Ansatzes zur Optimierung von Transport und Logistik. Daher führen wir Tests an unseren Standorten durch, um die Einsatzfähigkeit von Fahrzeugen mit alternativen Antriebsarten zu überprüfen. Hierbei berücksichtigen wir regionale Aspekte und Fahrprofile. An unserem Unternehmenssitz in Düsseldorf haben wir seit 2012 rund 30 Elektroautos in den internen Fuhrpark aufgenommen, um konventionelle Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor zu ersetzen. Eine entsprechende Infrastruktur mit über 35 Ladeplätzen haben wir im und um den Industriepark errichtet, einige davon in Kooperation mit den Stadtwerken Düsseldorf. Des Weiteren haben wir unseren Mitarbeitern 14 Ladeplätze auf dem Werksgelände zur Verfügung gestellt, an denen sie ihre privaten Elektroautos aufladen können.



Die zunehmende Ausstattung der Firmenflotte mit Elektrofahrzeugen und der Ausbau der Ladeinfrastruktur am Standort Düsseldorf, ergänzt um erste Projekte zur Förderung alternativer Antriebsarten wie Wasserstoffantriebe, sind wichtige Schritte hin zur Förderung einer umweltverträglichen Mobilität.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

In unserem Werk in Maribor, Slowenien, planen wir für Anfang 2020 die Aufnahme eines ersten Elektrofahrzeugs in unseren internen Fuhrpark – ein Projekt, das voraussichtlich mehr als 3,5 Tonnen CO₂ einsparen wird.

Neben dem Einsatz von Elektroautos planen wir auch die Integration weiterer alternativer Antriebsarten in unsere Geschäftstätigkeit. Im März 2019 nahmen wir das erste wasserstoffbetriebene Fahrzeug in den internen Fuhrpark unseres Werks in Düsseldorf auf. Dieses Projekt ist eine zukunftsorientierte Investition, da das Netz der Wasserstofftankstellen in Deutschland in den kommenden Jahren weiter ausgebaut werden soll. Im selben Werk trugen wir bereits im Januar 2019 zu dieser Entwicklung bei, indem wir der Firma Air Liquide einen geeigneten Standort zur Installation einer zweiten Wasserstoff-tanksäule in Düsseldorf bereitstellten.

Konventionelle Verbrennungsmotoren, die mit komprimiertem Erdgas (CNG) betrieben werden, das hauptsächlich aus Methan besteht, stellen eine weitere alternative Antriebsart dar, die wir im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit nutzen. Von allen fossilen Brennstoffen produziert dieses Verbrennungssystem am wenigsten CO₂. 2019 führte unser Unternehmensbereich Laundry & Home Care ein Pilotprojekt durch, bei dem ein Lkw mit CNG-Antrieb für Lieferfahrten zwischen Serbien und Österreich eingesetzt wurde. Während sich die CO₂-Emissionen auf dieser Strecke beim Einsatz von Dieselfahrzeugen auf 1.970 Kilogramm belaufen würden, stößt der neue Lkw mit CNG-Antrieb nur 1.147 Kilogramm CO₂ aus, was einer Einsparung von 42 Prozent entspricht.



Für seine Lieferungen zwischen Serbien und Österreich setzte unser Unternehmensbereich Laundry & Home Care 2019 einen ersten Lkw mit komprimiertem Erdgasantrieb (CNG) ein. Dadurch konnten im Vergleich zu Dieselfahrzeugen insgesamt 42 Prozent an CO₂-Emissionen eingespart werden.

Neben dem Transport außerhalb unserer Firmenstandorte nutzen wir auch innerhalb des Unternehmensgeländes alternative Transportarten, um interne Lieferungen zu tätigen. Mit Blick auf die Mobilität der Zukunft sind wir bestrebt, durch die Einführung eines ganzheitlichen, modernen und nachhaltigen Konzepts zur Förderung der Mobilität unserer Mitarbeiter weitere transportbedingte Emissionen zu senken. Für seine Aktivitäten in diesem Bereich wurde Henkel im November 2019 mit dem Düsseldorfer Mobilitätspreis ausgezeichnet. Ein gutes Beispiel für die Unterstützung von Projekten zur Förderung der Mobilität seitens unserer Mitarbeiter ist unser deutschlandweites → **Fahrrad-Leasing-Programm**. Obwohl es erst im Mai 2019 ins Leben gerufen wurde, hatten sich im November bereits 10 Prozent aller Mitarbeiter in Deutschland an dem Programm beteiligt.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Produkt- verantwortung

- Unsere Forschung und Entwicklung
- Gemeinsam nachhaltigen Konsum vorantreiben
- Produktsicherheit
- Mikroplastik
- Rohstoffwirtschaft
- Verpackung und Kreislaufwirtschaft
- Wachstumsmärkte

Produktverantwortung

Unsere Forschung und Entwicklung

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

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

Um das zu erreichen, ist eine hohe Innovationskraft sehr wichtig. 2019 beschäftigte Henkel im Jahresdurchschnitt rund 2.650 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung und wandte dafür 487 Millionen Euro auf. Um die Produktentwicklung von Beginn an im Sinn unserer Nachhaltigkeitsstrategie zu steuern, sind Kriterien zur Nachhaltigkeitsbewertung seit 2008 im Henkel-Innovationsprozess systematisch verankert. Im Fokus stehen dabei Innovationen, die unseren Kunden und Verbrauchern helfen, ihren Energieverbrauch und damit auch ihren CO₂-Fußabdruck zu verringern.

Nachhaltigkeitsbewertung im Henkel-Innovationsprozess

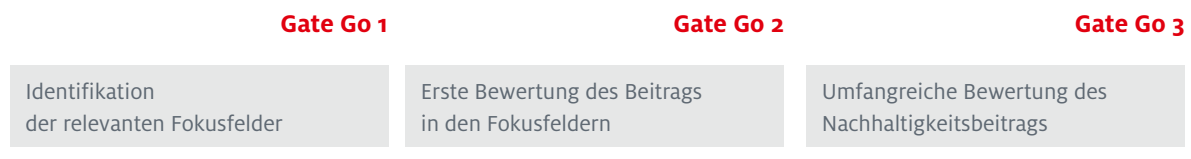
Die Henkel-Fokusfelder sind seit 2008 systematisch in unserem Innovationsprozess verankert. Das heißt, unsere Forscher müssen an einem bestimmten Punkt aufzeigen, welche konkreten Vorteile ihr Projekt in Bezug auf Produktleistung, Mehrwert für die Kunden und Verbraucher sowie gesellschaftlichen und sozialen Nutzen bietet



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

(„mehr Wert“). Zudem müssen sie darlegen, wie es zu einem geringeren Ressourcenverbrauch beiträgt („geringerer ökologischer Fußabdruck“). Bei der Bewertung der Beiträge hilft ihnen unter anderem der „Henkel-Sustainability#Master®“.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen



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

Im Henkel-Sustainability#Master® laufen verschiedene Instrumente zum Messen von Nachhaltigkeit zusammen. Das Herzstück dieses Bewertungssystems ist eine Matrix, die auf den einzelnen Schritten der Wertschöpfungskette sowie auf unseren sechs Fokusfeldern basiert. Ziel ist es, den Wert eines Produkts zu steigern und möglichst gleichzeitig den ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. Für jede Produktkategorie können auf Basis von wissenschaftlichen Mess-

methoden sogenannte Hotspots identifiziert werden. Das sind die Felder mit der größten Nachhaltigkeitsrelevanz – das gilt sowohl für die Dimension „Wert“ als auch für den „Fußabdruck“. Mithilfe der definierten Hotspots kann auch das Nachhaltigkeitsprofil zweier Produkte oder Prozesse verglichen werden. So kann für jede Produktkategorie ein eigenes Nachhaltigkeitsprofil erstellt werden. Die Forscher von Henkel nutzen diese Erkenntnisse für Innovationen und kontinuierliche Produktverbesserungen.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

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

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

Verbesserung auf Basis von Lebenszyklusanalysen

Eine nachhaltige Entwicklung braucht System. Mithilfe von Lebenszyklusanalysen und langjährigem Wissen zum Thema Nachhaltigkeit analysieren unsere Fachleute den gesamten Lebensweg unserer Produkte. So bewerten wir bereits während der Produktentwicklung, in welcher Phase des Produktlebenswegs welche Umweltauswirkungen in welcher Höhe anfallen. Aufbauend auf den Ergebnissen, können wir Maßnahmen dort ansetzen, wo die Auswirkungen besonders

relevant sind und Verbesserungen effizient umgesetzt werden können. Zur Erstellung von Lebenszyklusanalysen verwenden wir eigene Primärdaten sowie Daten unserer Partner entlang der Lieferkette. Sollten diese nicht verfügbar sein, greifen wir auf Sekundärdaten aus bestehenden Datenbanken für Lebenszyklusanalysen, Durchschnittswerte und Emissionsfaktoren zurück. Zur Weiterentwicklung der Messmethoden und Kennzahlen arbeiten wir gemeinsam mit externen Partnern an Themen wie dem CO₂- und Wasser-„Fußabdruck“ für



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen


Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Produkte. Und wir engagieren uns bei internationalen Initiativen wie dem „Sustainability Consortium“ oder der „Measurement Group“ des Consumer Goods Forum.

Kohlendioxid-Fußabdruck von Produkten

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

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

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

Wasser-Fußabdruck von Produkten

Die Wasserressourcen der Erde sind ungleich verteilt und durch zunehmende Verschmutzung und Übernutzung bedroht. Für uns ist es daher ein wichtiges Ziel, den Wasserverbrauch während der Produktion und Anwendung unserer Produkte zu senken. Um auch hier geeignete Ansatzpunkte für Verbesserungen zu ermitteln, beteiligen wir uns an der Entwicklung von Methoden zum sogenannten Water Footprinting. Zum Beispiel untersuchten wir 2010 gemeinsam mit der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) in Zürich die Auswirkungen des Wasserbedarfs unserer Waschmittelproduktion an unseren Standorten in der Region Naher Osten/Nordafrika. Im Zentrum stand dabei die Betrachtung der unterschiedlichen Wasserbedarfe für die Produktion von Pulver- und Flüssigwaschmitteln unter Berücksichtigung regionaler Gegebenheiten wie Wasserverfügbarkeit, -knappheit und -qualität. Unsere Erfahrungen aus solchen Pilotprojekten haben wir in die Diskussion zur Entwicklung eines internationalen ISO-Standards (ISO 14046) für einen Wasser-Fußabdruck eingebracht.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen


Referenz- und Berichtsrahmen

Gemeinsam nachhaltigen Konsum vorantreiben

Ein wichtiges Ziel unserer Strategie ist die Förderung von nachhaltigem und ressourcenschonendem Konsum. Hier sind unsere Produkte der Schlüssel: Sie werden täglich millionenfach in Haushalten und Industrieprozessen eingesetzt. Daher konzentrieren wir uns auf die Entwicklung von Produkten, die den effizienten Einsatz von Ressourcen wie Energie und Wasser im täglichen Leben ermöglichen. Unser Ziel ist, durch unsere Produkte und mithilfe unserer Expertise unseren Kunden und Verbrauchern zu helfen, 50 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen bis zum Jahr 2020 einzusparen. Gleichzeitig wollen wir durch gezielte Kommunikation Einfluss auf ein verantwortungsvolles Verhalten während der Produkthanwendung nehmen. Dies ist besonders wichtig, da der ökologische Fußabdruck vieler unserer Produkte zum großen Teil in der Anwendungsphase bestimmt wird.

Neben entsprechenden Produkten spielt die Zusammenarbeit mit unseren → **Handelspartnern** eine entscheidende Rolle. Der Handel ist für Henkel ein wichtiger Partner auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Konsum und bietet uns ausgezeichnete Plattformen, um Verbraucher über nachhaltigere Produkte und umweltbewusstes Verhalten bei deren Anwendung zu informieren. Wir arbeiten auch mit unseren Handelspartnern zusammen, um eine verantwortungsvolle Nutzung und Entsorgung unserer Verpackungen am Ende unserer Wertschöpfungskette voranzutreiben. Henkel ist beispielsweise Mitglied des im Jahr 2018 gegründeten → **Rezyklat-Forums** in Deutschland.



Jeder Einzelne kann mit seinem Verhalten einen Beitrag zu mehr Umweltverträglichkeit leisten. Der  **Henkel-Fußabdruckrechner** fasst das auf anschauliche Art zusammen: Durch die Beantwortung einfacher Fragen können Verbraucher abschätzen, wie viel CO₂ durch den eigenen Lebensstil in den Bereichen Wohnen, Ernährung, Mobilität und Freizeit entsteht.

Produktsicherheit

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

Unsere Produktentwickler und Experten für Produktsicherheit bewerten die Inhaltsstoffe nach aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen und Sicherheitsdaten. Sie beobachten die Produkte

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

von Henkel kontinuierlich im Markt und lassen die gesammelten Erfahrungen in die Bewertungen einfließen. Für die Bewertung der Verbrauchersicherheit und Umweltverträglichkeit von Stoffen und Produkten verfolgen wir einen risikobasierten Ansatz nach wissenschaftlichen Maßstäben. Ein wesentlicher Schritt dieses Bewertungsprozesses besteht darin, dass neben der sicheren Anwendungskonzentration einer Substanz auch ermittelt wird, inwiefern Mensch oder Umwelt ihr gegenüber exponiert sind. Da aus der Überschreitung der sicheren Anwendungskonzentration ein Risiko für Mensch und/oder Umwelt resultieren kann, beschränken wir den Einsatz der Substanz in diesen Fällen auf niedrigere Einsatzkonzentrationen und/oder bestimmte Produktkategorien. Im Einzelfall kann dies auch zum vollständigen Verzicht auf den Einsatz einer Substanz führen.

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

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

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

Umsetzung im Unternehmen

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

Sicherheitsbewertung von Produkten





Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Gefährdungen identifizieren – Risiken bewerten

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

Bewertung der eingesetzten Stoffe

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

Bewertung der Produkte

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

Kontrovers diskutierte Inhaltsstoffe

Die von chemischen Inhaltsstoffen ausgehenden Risiken werden von Wissenschaft und Öffentlichkeit häufig unterschiedlich beurteilt. Die Ursachen sind vielfältig. Besonders oft wird von der potenziellen Gefährdung, die von einem Stoff für Mensch oder Umwelt ausgehen kann, direkt auf ein Risiko geschlossen, ohne dass die sogenannte Exposition Berücksichtigung findet – das heißt, in welchem Umfang Mensch oder Umwelt dem Stoff tatsächlich ausgesetzt sind. Wir halten diese Differenzierung zwischen Gefahr und Risiko für notwendig und wesentlich, damit eine realitätsnahe Sicherheitsbewertung von Inhaltsstoffen erfolgen kann.

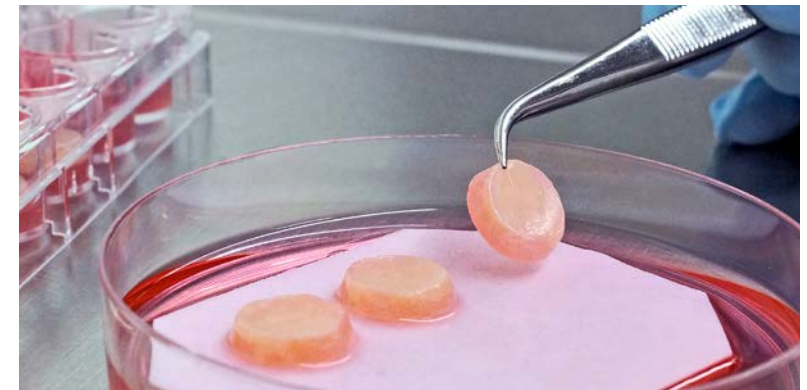
- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Innovationen und Alternativmethoden

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

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

Firmen, Organisationen und Forschungsinstituten zugänglich. Die bioartifiziellen Modelle enthalten humane Hautzellen und können zur Sicherheitsbewertung oder Grundlagenforschung in der Dermatologie und Kosmetik eingesetzt werden. Die Gewebemodelle werden in den Forschungslaboren am Unternehmenssitz von Henkel in Düsseldorf hergestellt. Als alternative Prüfmethode können sie wesentlich zur Verringerung und Vermeidung von Tierversuchen beitragen. Mit seiner Entscheidung stellt sich Henkel der gesellschaftlichen Verantwortung, den Zugang zu innovativen Alternativmethoden ungehindert und nachhaltig zu ermöglichen, und leistet somit einen wichtigen Beitrag zur weltweiten Anwendung von Alternativmethoden. Unsere Wissenschaftler arbeiten derzeit daran, dass die Eincentstück großen Hautmodelle auch für weitere Fragen der Chemikaliensicherheit Verwendung finden. Mehr Informationen finden Sie auf der Webseite des **Scientific Committee on Consumer Products** der Europäischen Kommission.



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

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement


Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Mikroplastik

Wir setzen uns dafür ein, dass durch unsere Konsumentenprodukte kein  Mikroplastik in die Umwelt gelangt. Unter Mikroplastik verstehen wir feste, unlösliche Kunststoffteilchen, die fünf Millimeter oder kleiner und nicht biologisch abbaubar sind. Diese können zum Beispiel über das Abwasser in Flüsse und Ozeane gelangen und sich dort dauerhaft anreichern.

In einem ersten Schritt haben wir auf sogenannte Microbeads in unseren Konsumgüterprodukten verzichtet, die als Peeling- oder Schleifpartikel in einzelnen Produkten enthalten waren. Diese Initiative haben wir bereits 2014 für unsere neu eingeführten Kosmetikprodukte in Europa gestartet und 2016 auch weltweit umgesetzt. Inzwischen sind alle unsere Kosmetikprodukte sowie Wasch- und Reinigungsmittel frei von Microbeads. In einem zweiten Schritt haben wir bereits begonnen, auf feste synthetische Kunststoffe zu verzichten, die als Trübungsmittel in Konsumentenprodukten eingesetzt werden, um diesen ein cremig-weißes Aussehen zu verleihen. Ab 2020 werden wir weltweit in unseren Konsumentenprodukten ausschließlich Trübungsmittel verwenden, die einen natürlichen Ursprung haben oder biologisch abbaubar sind.

Darüber hinaus gibt es bestimmte Arten von Parfümverkapselungen, die ebenfalls als Mikroplastik diskutiert werden. Diese verkapselten Parfümöle werden insbesondere in Weichspülern oder bestimmten Waschmitteln eingesetzt, um mit wenig Parfüm langanhaltende Düfte zu schaffen. So leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeit, weil die andernfalls notwendige Parfümmenge deutlich reduziert wird. Zusammen mit unseren Technologiepartnern arbeiten wir bereits daran, alle synthetischen Parfümverkapselungen bis spätestens 2022 auf Materialien umzustellen, die biologisch abbaubar sind.

In anderen Bereichen setzen wir bereits erfolgreich lösliche, biologisch abbaubare Materialien zur Verkapselung ein, zum Beispiel für die Hülle unserer vordosierten Flüssigwaschmittel-Kapseln oder Geschirrspülreiniger-Tabs, die aus löslicher Polyvinylalkohol-Folie besteht.

Um zu vermeiden, dass die unsachgemäße Entsorgung unserer Produktverpackungen aus Kunststoff zur Verschmutzung der Meere beiträgt, streben wir eine Kreislaufwirtschaft wie für Papier beziehungsweise Altpapier an. Dazu werden wir sowohl die Recyclingfähigkeit unserer Verpackungen weiter verbessern als auch den Anteil von recyceltem Material an unseren Verpackungen erhöhen.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Rohstoffwirtschaft

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

Nachwachsende Rohstoffe in unseren Waschmitteln

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

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

Kosmetikprodukte mit Rohstoffen natürlichen Ursprungs

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



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

erneuerbarer Rohstoffe zum Einsatz. Dabei verpflichten wir uns, beim Einkauf von nachwachsenden Rohstoffen auch auf ökologische und soziale Aspekte zu achten.

Auf natürlicher Basis kleben

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

Palm- und Palmkernöl

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

eingekauften palmbasierten Rohstoffe nach dem **Massenbilanz-Modell** des „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO), deren lückenlose Rückverfolgbarkeit und zusätzlich engagieren wir uns in Projekten, die Kleinbauern unterstützen.

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

Im Mittelpunkt unserer Initiative für eine **nachhaltige Palm- und Palmkernölwirtschaft** steht die Zusammenarbeit mit Vertretern der gesamten Industrie. Durch Partnerschaften, Projekte und einen kontinuierlichen Dialog können wir mit den wichtigsten Stakeholdern kooperieren – von Plantagenbesitzern, Kleinbauern und Palmölmühlentreibern bis hin zu Regierungen, Nichtregierungsorganisationen und Lieferanten – und so unseren Beitrag zur Nachhaltigkeit in der Palmölindustrie ausbauen. Durch diese Kooperationen gewinnen wir auch wichtige Einblicke in die Herausforderungen dieses wertvollen pflanzlichen Öls und seinen Beitrag zur Nahrungssicherung.

Im Mai 2019 wurde unsere globale Supply-Chain-Organisation erneut gemäß dem **Lieferketten-Zertifizierungsstandard** des RSPO erfolgreich geprüft. Neben den Produktionsstandorten in Westeuropa haben wir erstmalig drei Standorte in den USA in die Zertifizierung aufgenommen, für 2020 sind weitere Standorte in Osteuropa in

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Planung. Dieser Standard unterstützt die Verwendung von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl entlang der gesamten Wertschöpfungskette und gilt als Beleg unter anderem gegenüber dem Handel, dass die Wertschöpfungskette von der Plantage bis zur letzten Produktionsstätte zertifiziert ist.



Henkel will die Verfügbarkeit von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl auf dem Markt durch Kooperationsprojekte erhöhen, die es Kleinbauern ermöglichen, ihre Ernten als nachhaltig zertifizieren zu lassen, ihre Produktivität zu steigern und ihre Existenzgrundlage zu verbessern. Gemeinsam mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad engagiert Henkel sich derzeit für sieben Initiativen in Kolumbien, Ghana, Honduras, Indonesien, Mexiko, Nicaragua und Nigeria. Foto: Fedepalma.

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

1. Deckung unseres Bedarfs zu 100 Prozent mit zertifizierten massenbilanzierten Ölen:

Das gesamte in unseren Produkten verwendete Palm- und Palmkernöl soll bis 2020 aus nachhaltiger Bewirtschaftung entsprechend

dem RSPO-Massenbilanzmodell stammen. Bereits heute sind mehr als 81 Prozent des Öls und der Derivate, die in unseren Produkten eingesetzt werden, nach diesem Modell zertifiziert.

2. Vollständige Rückverfolgbarkeit des für unsere Produkte eingesetzten Palm- und Palmkernöls:

Bis zum Jahr 2020 wollen wir erreichen, dass die von uns bezogenen Palmöle, Palmkernöle und Derivate zu bekannten Quellen – zunächst bis zur Ölmühle und dann bis zur Plantage – zurückverfolgt werden können. Wir haben unseren Dialog mit allen relevanten Lieferanten intensiviert und unsere Erwartungshaltung adressiert. Im Vergleich zum Vorjahr konnten wir die Rückverfolgbarkeitsquote 2019 auf mehr als 70 Prozent steigern. Aus unseren Aktivitäten haben wir gelernt, dass das Thema Transparenz und Rückverfolgbarkeit insbesondere für palmkernölbasierte Derivate weiteren Entwicklungsbedarf hat und es industrieübergreifender Initiativen bedarf, um das Ziel der Null-Netto-Entwaldung überprüfbar zu machen.

3. Erhöhung der Verfügbarkeit von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl um die Menge, die dem Bedarf von Henkel entspricht:

Wir wollen die Verfügbarkeit von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl auf dem Markt durch Kooperationsprojekte erhöhen, die es Kleinbauern ermöglichen, ihre Ernten als nachhaltig zertifizieren zu lassen, ihre Produktivität zu steigern und ihre Existenzgrundlage zu verbessern. Bis zum Jahr 2017 hatten wir bereits sieben Partnerschaften etabliert, die das Angebot von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl auf dem Weltmarkt um eine Menge erweiterten, die zur Deckung unserer gesamten geschätzten Nachfrage ausreichte.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog


Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Kleinbauernprojekte fördern nachhaltige Produktion



Gemeinsam mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad engagiert Henkel sich derzeit für sieben Initiativen, um nachhaltiges Palmöl im Rahmen von Kleinbauernprojekten zu erzeugen. Mit diesen Partnerschaftsprojekten fördern wir jährlich mehr nachhaltiges Palm- und Palmkernöl, als wir in unseren Produkten als Rohstoff einsetzen. Die Fortschritte sind im Solidaridad Dashboard einsehbar.

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

Palmöl ist ein zunehmend wichtiger Rohstoff in Kolumbien und ungefähr die Hälfte des produzierten Palmöls kommt von kleinen unabhängigen Farmen, deren Besitzer jedoch vor einigen Herausforderungen stehen. So ist die Produktivität unabhängiger Kleinbetriebe um 40 Prozent geringer als bei einem Betrieb durchschnittlicher Größe. Hinzu kommt die Befürchtung einiger Kleinbauern, nur bedingt Zugang zum Markt für Palmöl zu erhalten, wenn ihre Ernten nicht den festgelegten Kriterien des RSPO entsprechen. Denn viele Großabnehmer von Palmöl haben sich dazu verpflichtet, nur Ölprodukte zu kaufen, die als nachhaltig zertifiziert sind.



Zu einer nachhaltigen Palmölmwirtschaft gehören auch nachhaltige Anbaumethoden, hier beispielsweise in Kolumbien. Foto: Fedepalma.

Ein wichtiger Bestandteil der Kooperation sind Trainings und Weiterbildung der Kleinbauern. In  **Indonesien** wurden beispielsweise zwei Projekte in West-Kalimantan umgesetzt, die die Lebensbedingungen der Kleinbauern verbessert haben, unter anderem durch Seminare zum Thema Finanzmanagement im Rahmen der Farmer Field School (FFS). Auch in  **Ghana** und **Mexiko** konnten durch Weiterbildungsmaßnahmen nachhaltigere Praktiken in der landwirtschaftlichen Produktion vermittelt werden. Henkel unterstützt derzeit insgesamt sieben Initiativen in Ghana, Honduras, Indonesien, Kolumbien, Mexiko, Nicaragua und Nigeria. Bis heute wurden so bereits rund 30.000 Kleinbauern erreicht, die rund 300.000 Hektar Anbaufläche bewirtschaften.

Für unser Engagement in Indonesien wurden wir im Rahmen des Runden Tisches des RSPO in Bangkok im November 2019 von Fortasbi (Indonesisches Forum für nachhaltige Palmölhersteller) ausgezeichnet.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Action for Sustainable Derivatives (ASD)


Im November 2019 hat sich Henkel als Gründungsmitglied gemeinsam mit weiteren führenden Konsumgüterherstellern sowie Unternehmen aus der chemischen Industrie der branchenübergreifenden Initiative „Action for Sustainable Derivatives“ (ASD) angeschlossen. Vorrangig ist das Ziel der Initiative, mehr Transparenz in der komplexen Wertschöpfungskette der Palmderivate zu generieren. Daraus resultierend besteht der gemeinsame Anspruch, identifizierte Risiken zu bewerten und die nachhaltige Produktion und Beschaffung von Palmöl- und Palmkernölderivaten zu fördern. Die Initiative will den Austausch von Informationen, Daten und Lösungsansätzen erleichtern, um eine umfassende Transformation des komplexen Palmölderivatsektors zu erreichen. Außerdem werden durch die Harmonisierung von Anforderungen, Instrumenten und Kriterien faire Wettbewerbsbedingungen für Unternehmen und ihre direkten Zulieferer geschaffen und somit auch die Belastung für die vorgelagerten Akteure in der Lieferkette verringert.

Initiative für nachhaltiges Guar

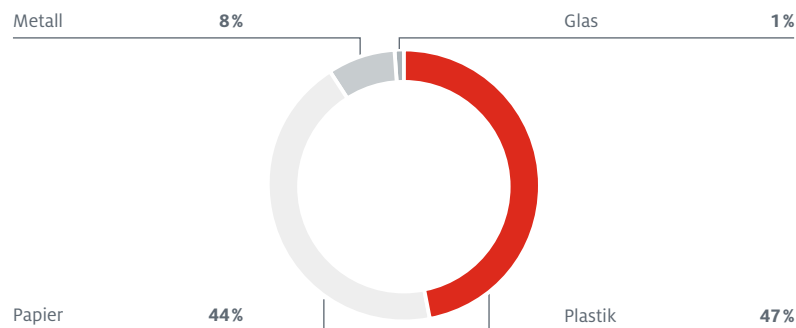
Guar und Guar-Derivate sind wichtige pflanzenbasierte Rohstoffe, die in Kosmetikprodukten zum Einsatz kommen. Die neue Haar- und Körperpflegemarke → **Nature Box**, die im Juli 2018 im Markt eingeführt wurde, beinhaltet Guar zur Pflege von Haaren und Haut. Henkel unterstützt mit Nature Box Guar-Bauern in der Wüstenregion Bikaner in Rajasthan, Indien. Sie erlernen den nachhaltigen Guar-Anbau und erhalten auch wertvolle Ratschläge zur Bepflanzung ihres eigenen Gemüsegartens. Alle Produktformeln wurden so entwickelt, dass sie sich zum größten Teil aus natürlichen Stoffen zusammensetzen. Gemeinsam mit Solidaridad unterstützt Nature Box zudem den nachhaltigen Anbau von Palmöl und Palmkernöl.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Verpackung und Kreislaufwirtschaft

Die  **Verpackungen** unserer Konsumgüter erfüllen viele verschiedene Funktionen: Sie sorgen für die Hygiene und Sicherheit der Produkte, schützen Güter während des Transports, bieten Platz für notwendige Verbraucherinformationen und spielen mithilfe einer attraktiven Verpackungsgestaltung eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung. Gleichzeitig haben Verpackungsabfälle – insbesondere Kunststoffabfälle und Umweltverschmutzung – die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit sowie von Regierungen und Unternehmen auf der ganzen Welt auf sich gezogen. Die Suche nach Lösungen ist auf einem guten Weg und es wird zunehmend anerkannt, dass es nicht ausreicht, die Symptome durch Aufräumarbeiten und das Einsammeln von Abfällen anzugehen. Ein systemischer Wandel, der die Ursachen bekämpft, ist erforderlich: der Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft. Der Verbrauch von Ressourcen kann reduziert werden, wenn Materialien so lange wie möglich in den Wirtschaftskreisläufen erhalten bleiben. Unsere Mission ist es, Material aus nachhaltigen Quellen

Henkel-Verpackungen: „Fußabdruck“ 2019¹



¹ Rund 769.000 Tonnen (geschätzt; basierend auf den Ausgaben für Verpackungsmaterialien).

einzusetzen und ein intelligentes Verpackungsdesign zu nutzen, um den Kreis zu schließen.

Unsere Verpackungen sind unter Verwendung der geringstmöglichen Verpackungsmenge mit den nachhaltigsten Materialien konzipiert, ohne das hohe Leistungsniveau zu beeinträchtigen, das die Verbraucher von uns erwarten. Um dies zu erfüllen, arbeiten unsere Verpackungsentwickler eng mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette zusammen, damit im Entwicklungsprozess führende Gestaltungsmethoden, moderne Fertigungstechnologien und nachhaltige Materialien eingesetzt werden können.

Übersicht über unsere Verpackungsziele bis 2025

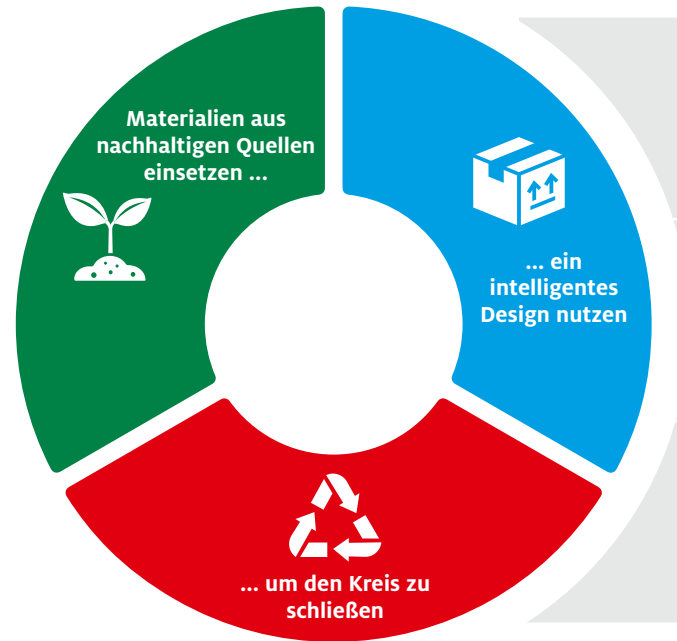
- 100 Prozent der Verpackungen von Henkel werden recycelbar oder wiederverwendbar sein.*
- Wir streben an, die Menge an neuen Kunststoffen aus fossilen Quellen in unseren Konsumgütern um 50 Prozent zu reduzieren. Wir werden dies erreichen, indem wir den Anteil an recyceltem Kunststoff auf mehr als 30 Prozent erhöhen, das Volumen von Kunststoffen reduzieren und zunehmend biobasierte Kunststoffe einsetzen.
- Wir wollen dazu beitragen, die Entsorgung von Abfällen in die Umwelt zu vermeiden. Aus diesem Grund unterstützen wir Initiativen zum Einsammeln von Abfällen und zugunsten des Recyclings. Wir investieren in innovative Lösungen und Technologien zur Förderung eines geschlossenen Recyclingprozesses und möchten jedes Jahr mehr als 2 Milliarden Verbraucherkontakte mit gezielten Informationen zum Recycling erreichen.

* Mit Ausnahme von Klebstoffprodukten, bei denen Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

Neue Verpackungsziele für 2025

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere Strategie



Unsere Ambition

100 %
recyclbar oder
wiederverwendbar *

Fossile Kunststoffe um
50 %
reduzieren

KEINE
Abfälle

Unsere Ziele

Alle Verpackungen
sind für Wieder-
verwendung oder
Recycling konzipiert

Reduzierung von
neuen Kunststoffen
auf fossiler Basis
um 50%

Keine Kunststoff-
abfälle in die Natur

* Mit Ausnahme von Klebstoffprodukten, bei denen Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

Darüber hinaus ist es unser Ziel, dass 100 Prozent des verwendeten Papiers und Kartonmaterials entweder aus recyceltem Material bestehen oder, wenn Frischfasern erforderlich sind, aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammen. Wir wollen außerdem Polyvinylchloride (PVC) und andere potenziell bedenkliche Stoffe austauschen und vermeiden.

Drei Bereiche, um eine Kreislaufwirtschaft zu fördern

1. Material aus nachhaltigen Quellen

Henkel arbeitet stetig daran, den Anteil an recyceltem Material in den Verpackungen zu erhöhen. Während viele unserer Marken bereits Produkte mit Verpackungen aus recyceltem Material anbieten, haben wir uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, den Anteil an recyceltem Kunst-



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog


Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

stoff bis 2025 weltweit auf mehr als 30 Prozent für alle Kunststoffverpackungen unserer Konsumgüterprodukte zu erhöhen. Dieses Bestreben stellt eine Weiterentwicklung unseres vorherigen Ziels dar, den Anteil an recyceltem Kunststoff in Europa auf 35 Prozent zu steigern. Ende 2019 lag dieser Anteil bei 12 Prozent.

Darüber hinaus wollen wir die Verwendung von biobasierten Kunststoffen kontinuierlich steigern, da diese nachhaltiger als fossile Materialien sind. Die Kunststoff-Polymere dieser Materialien basieren auf Rohstoffen, die aus pflanzlichen Quellen gewonnen werden. Vorausgesetzt, dass sie die gleiche technische Leistung wie konventionelle Polymere erbringen, können sie eine gute Alternative darstellen und langfristige Vorteile bieten. Dabei verzichten wir ausdrücklich auf Materialien, die auch als Lebensmittel zum Einsatz kommen. Aus diesem Grund testen wir derzeit die zweite Generation biobasierter Ausgangsmaterialien.

Die am häufigsten verwendeten Verpackungsmaterialien aus nachwachsenden Rohstoffen sind Papier und Karton. Wir sind bestrebt, bis 2020 zu 100 Prozent recyceltes Papier und Kartonmaterial oder, falls erforderlich, Frischfasern aus nachhaltiger Forstwirtschaft zu verwenden, um zur sogenannten Null-Netto-Entwaldung beizutragen. Dies ist auch Teil unseres Engagements für die Initiative des  **Consumer Goods Forums** gegen die weltweite Entwaldung und zum Schutz der Biodiversität. Derzeit bestehen unsere Papierverpackungen zu mehr als 68 Prozent aus recyceltem Papier und Kartonmaterial.

Es gibt potenziell bedenkliche Stoffe wie Polyvinylchloride (PVC), die als Verpackungsmaterialien oft kritisiert werden. Henkel begann bereits in den 1990er Jahren damit, den Einsatz von PVC in seinen

Verpackungen abzuschaffen und zu vermeiden. Heute verwenden wir PVC nur in wenigen Ausnahmefällen, für die wir bis jetzt noch keine funktionsfähige Alternative gefunden haben. Insgesamt machen PVC-haltige Materialien mittlerweile weniger als 0,1 Prozent unserer weltweiten Ausgaben für Verpackungen aus. Wir arbeiten weiter an unserem Ziel, PVC vollständig aus unseren Verpackungsmaterialien zu entfernen und dies auch auf andere potenziell bedenkliche Stoffe auszuweiten.

2. Intelligentes Verpackungsdesign

Verpackungsmaterial durch das Angebot intelligenter Lösungen zu reduzieren, ist der beste Weg, um Abfall und die damit verbundenen negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren. Seit vielen Jahren bemühen wir uns, die Menge an Verpackungsmaterial im gesamten Produktlebenszyklus zu reduzieren, ohne die Qualität, Leistung oder Sicherheit unserer Produkte zu beeinträchtigen. Das werden wir auch in Zukunft tun. Unser Ziel ist es, den Anteil an Kunststoffen in unseren Konsumgüterverpackungen zu reduzieren. Darüber hinaus spielt ein intelligentes Design von Anfang an eine zentrale Rolle, wenn es darum geht, Neeware durch recycelte oder erneuerbare Alternativen zu ersetzen, wo dies machbar und technisch realisierbar ist. Zum Beispiel können Stabilitätsanforderungen die Verwendung alternativer Materialien bei einzelnen Verpackungen einschränken. Intelligentes Design geht jedoch darüber hinaus und ermöglicht die Verwendung von nachhaltigerem Material in geringeren Mengen. Um eine lineare Wirtschaft in eine Kreislaufwirtschaft zu transformieren, denken unsere Experten Verpackungskonzepte gänzlich neu und prüfen darüber hinaus weitere Möglichkeiten zur Entwicklung wiederverwendbarer und nachfüllbarer Verpackungslösungen, die den Wert von Langlebigkeit stärker in den Fokus rücken.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Sie arbeiten auch weiterhin an der Optimierung von Transportverpackungen und der dazugehörigen Logistik.

3. Den Kreis schließen

Um eine Kreislaufwirtschaft zu ermöglichen, bemühen wir uns darum, dass unsere Produktverpackungen nach der Verwendung des Produkts recycelt werden können. Unser Ziel bis 2025 ist, dass 100 Prozent der Verpackungen von Henkel recycelbar oder wiederverwendbar sein werden. Ende 2019 lagen wir bei 85 Prozent.¹ Durch die konsequente Anwendung von Designgrundsätzen, die das Recycling unterstützen sollen, wollen wir die für jede Verpackungskategorie spezifischen Recyclinghürden – wie flexible Verpackungen, Schrumpfbänderolen oder schwarze Verpackungen – überwinden. Gleichzeitig ist es wichtig, dass geeignete Systeme für das Recycling von Verpackungsmaterialien vorhanden sind. Aus diesem Grund arbeiten wir mit Unternehmen und Organisationen entlang der Verpackungswertschöpfungskette zusammen, um Fortschritte in der Recyclinginfrastruktur voranzutreiben. Wir arbeiten insbesondere mit unseren Handelspartnern zusammen, um die Verbraucher bei der korrekten Verwendung und Entsorgung unserer Produkte zu unterstützen, beispielsweise durch Anbringen spezieller Recyclingsymbole. Wir möchten jedes Jahr mehr als 2 Milliarden Verbraucherkontakte mit **gezielten Informationen** zum Recycling erreichen.

Eine weitere Möglichkeit, den Kreis zu schließen, besteht darin, Verpackungen wiederzuverwenden. Wir prüfen **→ Nachfülllösungen** in geeigneten Märkten, um die Akzeptanz beim Verbraucher sowie Aufwand und Kosten, die damit verbunden sind, zu untersuchen. In

Bezug auf Sekundär- und Tertiärverpackungen, die typischerweise für die Präsentation im Regal oder zu Logistikzwecken verwendet werden, möchten wir die Wiederverwendbarkeit solcher Verpackungen maximieren.

Abfälle in wertvolle Ressourcen umwandeln

Neben unseren Zielen und Aktivitäten im Bereich der Konsumgüterverpackungen unterstützen wir auch unsere Kunden in der Verpackungsindustrie. Unser Geschäftsfeld Verpackungs- und Konsumgüterklebstoffe arbeitet mit führenden Herstellern und Markeninhabern an innovativen und nachhaltigen Lösungen für Lebensmittelverpackungen und Konsumgüter. Als Marktführer bei Klebstoffen und Beschichtungen hat sich Henkel einer aktiven Förderung der Kreislaufwirtschaft verpflichtet, damit hochwertige Materialien im Kreislauf verbleiben – und Abfälle in wertvolle Ressourcen umgewandelt werden können. Aus diesem Grund konzentrieren wir uns auf innovative Lösungen, die entweder recycelbar sind oder das Trennen inkompatibler Materialien erlauben. Zu unseren Innovationen gehört auch die Entwicklung neuer Verpackungs- und Konsumgüterkonzepte, die ein Recycling ermöglichen. Unsere Lösungen tragen zur Wiederverwertung von Materialien bei und erhöhen die Qualität des Rezyklats.

- **Recyclingfähigkeit:** Heutzutage kommt für Kunststoffverpackungen vor allem das mechanische Recycling zum Einsatz. In diesem Prozess wird der Kunststoff geschmolzen und für die weitere Verwendung zu Pellets verarbeitet. Eine Reihe von Klebstoffen und Beschichtungen für flexible Verpackungen sind speziell für das Recycling konzipiert und unterstützen die Verwertung von Monomaterialien wie Polypropylen (PP) und Polyethylen (PE) mit einer optimierten Qualität des Rezyklats.

¹ Der berichtete Wert für die Recyclingfähigkeit spiegelt die Eigenschaften der Verpackung wider, nicht jedoch die Rezyklierbarkeit in konkreten Märkten mit ihren jeweiligen Abfallsammel- und Verwertungssystemen.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen



Recycelbarer Metylan-Mischeimer

Der Fertigteigleister im Mischeimer der Marke Metylan kann bei Vliestapeten angewandt werden. Der Eimer selbst ist zu 100 Prozent recycelbar und wird zu 50 Prozent aus recyceltem Kunststoff hergestellt.



Schauma-Flaschen aus recyceltem Plastik

Die PET-Flaschen und PP-Kappen der Schauma-Sonderedition werden zu 100 Prozent aus recyceltem Kunststoff hergestellt. Dies entspricht einer jährlichen Einsparung von rund 51 Tonnen an neuem Kunststoff.



Pril-Flaschen aus recyceltem Plastik

Pril 5 enthält eine 5-fache Reinigungskraft und löst so hartnäckigen Schmutz mit nur einem Produkt. Gleichzeitig werden in Deutschland seit Januar 2019 alle Flaschenkörper zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik hergestellt.

- **Trennen inkompatibler Materialien:** Durch das Trennen können unterschiedliche Materialien dem Kreislauf separat erneut zugeführt werden. In diesen Fällen ist es sehr wichtig, dass der Klebstoff sauber von Oberflächen entfernt werden kann. Wir bieten Klebstoffe für das Etikettieren von PET-Verpackungen an, die sich sauber ablösen lassen. Dies ermöglicht die Stofftrennung im Recyclingprozess und führt zu einer höheren Qualität des Rezyklats.
- **Neue Konzepte zur Förderung der Recyclingfähigkeit:** Um Verpackungen mit unseren Klebstoffen und Beschichtungen recyclingfähig zu machen, konzentrieren wir uns darauf, die Komplexität der in der Produktion verwendeten Materialien zu reduzieren und die Verpackungsstrukturen zu vereinfachen, wo dies möglich ist. Zusammen mit unseren Partnern entlang der Wertschöpfungskette

arbeiten wir an neuen Konzepten für die Verpackungsindustrie, die das Recycling innerhalb der bestehenden Verfahren ermöglichen.

Partnerschaften für eine Kreislaufwirtschaft

Fortschritte in Richtung Nachhaltigkeit bei Verpackungen sind nur möglich, wenn Unternehmen aus allen Phasen der Verpackungswertschöpfungskette zusammenarbeiten. Zum einen engagieren sich die Experten von Henkel in mehreren branchenübergreifenden Initiativen, um Innovationen in der Verpackungsentwicklung voranzutreiben und wirkungsvolle Lösungen zu finden, die im großen Maßstab entwickelt werden können. Zum anderen hat sich Henkel mit verschiedenen Unternehmen zusammengeschlossen, die an der Verbesserung der Recyclinginfrastruktur arbeiten und so eine Kreislauf-

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

wirtschaft ermöglichen. Insbesondere in Entwicklungsländern sind entsprechende Systeme zum Recycling von Verpackungsmaterialien oft nicht vorhanden. Wir sind überzeugt, dass wir nur durch Partnerschaften entlang der gesamten Wertschöpfungskette sicherstellen können, dass unsere Produktverpackungen recycelt oder wiederverwendet werden können, nachdem das Produkt verbraucht wurde.

Lieferantenbefragung zu papierbasierten Verpackungen

Henkel hat in diesem Jahr wiederholt eine Befragung der bedeutendsten papierbasierten Verpackungslieferanten durchgeführt, die mehr als 70 Prozent des Auftragsvolumens in diesem Bereich repräsentieren. Ziel der Befragung war es, Auskunft über den Anteil von recyceltem Material in den bezogenen papierbasierten Verpackungen zu erhalten, sowie einen Überblick über die Verteilung der verwendeten Papierzertifikate. Gemäß dem Ergebnis dieser Befragung enthalten die von Henkel eingekauften papierbasierten Verpackungen 68 Prozent recyceltes Material. Das am häufigsten verwendete Zertifikat der an der Befragung beteiligten Lieferanten ist das FSC-Zertifikat (Forest Stewardship Council), das von mehr als der Hälfte der Befragten eingesetzt wird, gefolgt von PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) und der Sustainable Forestry Initiative (SFI), die jeweils von jedem fünften Lieferanten angeboten werden.

Software-Tool EasyD4R® zur Bewertung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen

Recyclingfähige Verpackungen sind Voraussetzung für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft. Um die Recyclingfähigkeit neuer Verpackungen schnell und zuverlässig zu ermitteln, hat Henkel das [Software-Tool EasyD4R®](#) entwickelt. Das Tool basiert auf öffentlichen und anerkannten Kriterienkatalogen, beispielsweise von Plastics



Mit dem EasyD4R®-Tool von Henkel können Verpackungsentwickler schnell und zuverlässig die Recyclingfähigkeit neuer Verpackungen ermitteln.

Recyclers Europe, und ist bei Henkel unternehmensweit im Einsatz. Das Ziel: eine schnelle und zuverlässige Überprüfung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen bereits während der Produktentwicklung. Die Funktionsfähigkeit hat eine unabhängige Prüfung durch das Fraunhofer-Institut für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik UMSICHT bestätigt. Die Wissenschaftler analysierten dafür die Bewertungssoftware und deren Ergebnisse und verglichen sie mit nationalen sowie internationalen Standards.

Auf Anfrage hatte Henkel das Bewertungstool bereits seit Anfang des Jahres auch mit anderen Unternehmen und Organisationen geteilt. Zudem hat Henkel die Anwendung in dem von dm-drogerie markt initiierten [Rezyklat-Forum](#) vorgestellt – die 32 Mitglieder bestehend aus Händlern, Herstellern, Entsorgern und Verpackungsherstellern bilden die gesamte Wertschöpfungskette entlang der Kreislaufwirtschaft ab. Das Feedback der Forum-Teilnehmer war sehr positiv, dm-drogerie markt teilte das Tool mit seinen Lieferanten.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog


Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Dieses Bewertungstool stellt Henkel auf seiner Webseite öffentlich zur Verfügung, damit es noch weitere Unternehmen und Organisationen nutzen und so einfacher nachhaltige Verpackungslösungen entwickeln können.

Soziale Partnerschaft zur Verwandlung von Abfall in Chancen

Die Plastic Bank ist ein Sozialunternehmen, das darauf abzielt, die Ansammlung von Plastik in den Ozeanen zu reduzieren und gleichzeitig Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. Henkel ist der erste große globale Konsumgüterhersteller, der 2017 eine Partnerschaft mit  Plastic Bank eingegangen ist und das gesammelte Plastik bereits erfolgreich in einigen Produktverpackungen einsetzt. Seit Beginn der Partnerschaft wurden drei neue Plastik-Sammelcenter in Haiti errichtet, einem Land, in dem es noch keine ausreichende Infrastruktur für Abfallwirtschaft gibt. Die lokale Bevölkerung kann



Nächster Schritt in der Partnerschaft von Henkel mit Plastic Bank (von links): Jens-Martin Schwärzler (Henkel), Sylvie Nicol (Henkel), David Katz (Plastic Bank) und Bruno Piacenza (Henkel).

dort gesammelten Plastikabfall abgeben und gegen Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen eintauschen. Aus Plastik wird so Wert geschaffen und es gelangt nicht in Gewässer oder Ozeane. Das auf Haiti eingesammelte Plastik wird sortiert und kann anschließend der Recycling-Wertschöpfungskette zugeführt werden – als Social Plastic®:

Durch die Verifizierung des Materials durch Plastic Bank wird bestätigt, dass die Sammler einen überdurchschnittlichen Preis für den Plastikabfall erhalten haben. Das aufbereitete Social Plastic® kann in Produkten oder deren Verpackungen eingesetzt werden und schließt somit den Materialkreislauf.

Bei der Zusammenarbeit mit Plastic Bank ist Henkel im Jahr 2019 den nächsten Schritt gegangen und hat die Zusammenarbeit um weitere fünf Jahre verlängert. Nach dem Erfolg der 2017 gestarteten Partnerschaft wird Henkel laufende Projekte in Haiti, den Philippinen und Indonesien unterstützen und maßgeblich zum Aufbau einer Infrastruktur von mehr als 400 Plastik-Sammelstellen in Ägypten beitragen. Gemeinsam soll die Verfügbarkeit von Social Plastic® als Ressource für die Herstellung von Verpackungen erhöht werden. Durch den Aufbau einer Sammel-Infrastruktur in Ägypten werden zusätzliche Kapazitäten von bis zu 5.000 Tonnen pro Jahr geschaffen. Das entspricht einer Milliarde Flaschen über den Zeitraum von fünf Jahren.

Allein im Jahr 2020 wird Henkel mehr als 600 Tonnen Social Plastic® in seine Produktverpackungen integrieren. Seit Beginn der Zusammenarbeit hat Plastic Bank weitere Sammelzentren in Haiti eröffnet. Darüber hinaus half Henkel dem Sozialunternehmen beim Aufbau einer Lieferkette, die sicherstellt, dass die gesammelten Kunststoffabfälle verarbeitet und recycelt werden können, um schließlich wieder in die Wertschöpfungskette integriert zu werden.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Bereits im Oktober 2018 gab es die ersten Henkel-Verpackungen mit Social Plastic®. Anfang 2019 brachte Henkel eine Reihe von Kosmetik- und Wasch-/Reinigungsmitteln auf den Markt, deren Verpackungen bis zu 50 Prozent Social Plastic® enthalten. Insgesamt wurden bereits mehr als 200 Tonnen Social Plastic® bei Henkel verarbeitet. Dazu gehören PET-Flaschenkörper der Pro Nature-Reinigungsmittel der Marken Biff, Pril und Sidolin sowie die Flaschenkörper des Weichspülers Vernel Fresh Control, die zu 100 Prozent aus Altplastik bestehen – davon 25 Prozent Social Plastic®. Bei Beauty Care bestehen die Flaschenkörper von Nature Box „Meeres Glück“ und Fa „Meeres Liebe“ zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik – davon 50 Prozent Social Plastic®. Diese Erfolge wurden auch extern anerkannt: Die zwei limitierten Editionen von Fa und Nature Box wurden mit dem → **Packaging Europe Sustainability Award** für ihre Social Plastic®-Verpackung ausgezeichnet. Außerdem erhielt Henkel den Ecovia Sustainable Beauty Award in der Kategorie „Sustainable Packaging“.

„Trashfighter“-Sammelaktionen auf der ganzen Welt

Henkel hat im Rahmen seines Engagements für die Vermeidung von Plastikabfall in der Umwelt eine globale Mitarbeiter-Initiative gestartet: Auf der ganzen Welt haben sich mehr als 1.300 Henkel-Mitarbeiter an Sammelaktionen beteiligt und Müll von Flussufern, aus Parks oder Städten entfernt. In Thailand beispielsweise haben Teams an Stränden Abfall gesammelt – neben Plastikmüll auch Fischernetze oder Glasflaschen. In den USA, dem größten Einzelmarkt von Henkel, fanden bis Ende 2019 insgesamt 16 Sammelaktionen an verschiedenen Standorten statt. Auch Teams aus Düsseldorf haben sich engagiert: Über 150 Henkel-Mitarbeiter sammelten als „Trashfighter“ an vier Tagen Plastikabfall. Ziel der Initiative war es, das Bewusstsein für Abfall in der Umwelt weiter zu stärken. Die Plastik-Sammelaktionen

sind Teil des → **Nachhaltigkeitsbotschafter-Programms**, das Henkel im Jahr 2012 gestartet hat.



Henkel-Mitarbeiter in Thailand sammeln Plastikmüll, Fischernetze und Glasflaschen an den Stränden vor Ort.

Engagement in branchenübergreifenden Initiativen

Henkel engagiert sich auch in branchenübergreifenden Initiativen für nachhaltige Verpackungen. Wir sind beispielsweise Gründungsmitglied einer neuen Initiative zum Umgang mit Plastikabfall: der **„Alliance to End Plastic Waste“ (AEPW)**. Fast 30 internationale Unternehmen aus der Wertschöpfungskette für Kunststoff und Konsumgüter haben sich zusammengeschlossen, um sich gemeinsam der globalen Herausforderung einer Kreislaufwirtschaft zu stellen. Ziel der Allianz ist es, Lösungen voranzutreiben, um Plastikabfall in der Umwelt, vor allem im Ozean, zu stoppen. Ein weiteres Beispiel ist unsere Mitgliedschaft bei der **New Plastics Economy (NPEC)**, einer Initiative der Ellen MacArthur-Stiftung, die verschiedene Akteure zusammenbringt, um die Zukunft des Plastiks zu gestalten und Impulse für eine Kreislaufwirtschaft zu setzen. Im Oktober 2018 hat die New Plastics Economy ihr „Global Commitment“ vorgestellt,



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter


Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog


Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

das von mehr als 400 Organisationen unterzeichnet wurde – darunter auch von Henkel. Das gemeinsame Ziel: Plastikabfall und Verschmutzungen von Beginn an vermeiden. Henkel ist außerdem Gründungsmitglied von  CEFLEX, einem Konsortium aus mehr als 130 europäischen Unternehmen und Organisationen, das das Ziel verfolgt, flexible Verpackungen – die häufig aus mehreren Film- oder Folienschichten bestehen, die sich oft nur schwer trennen lassen – leichter recycelbar zu machen.

Erste Henkel-Flaschen aus chemisch recyceltem Kunststoff

2019 hat Henkel erstmals gemeinsam mit dem Verpackungshersteller Alpla Flaschenkörper auf Basis chemisch recycelten Kunststoffs hergestellt. Durch chemisches Recycling werden Kunststoffabfälle, die durch mechanisches Recycling nicht recycelt werden, wieder dem Kreislauf zugeführt. Das chemische Recycling kann somit in bestimmten Fällen neben das mechanische Recycling treten. Mit seiner Hilfe können fossile Ressourcen durch recyceltes Material aus Kunststoffabfall ersetzt werden. Das Pilotprojekt mit Flaschen von Perwoll ist Teil des  ChemCycling-Projekts der BASF. Bei ChemCycling werden thermochemische Verfahren genutzt, um Plastik-

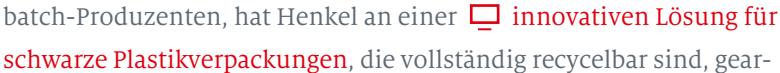


Die ersten Perwoll-Flaschen aus chemisch recyceltem Kunststoff – das Pilotprojekt ist Teil des ChemCycling-Projekts der BASF.

abfälle in Pyrolyseöl umzuwandeln. Dieser sogenannte Sekundär-Rohstoff dient dann als Rohmaterial für die chemische Industrie und kann in der Herstellung von Kunststoff, zum Beispiel für Verpackungen, eingesetzt werden. Die aus diesen chemisch recycelten Materialien hergestellten Verpackungen sind von gleicher Qualität wie solche, die auf Neukunststoff basieren. Folglich können fossile Rohstoffe eingespart und Abfälle reduziert werden, die aus verschiedenen Gründen, zum Beispiel starke Verunreinigung oder mangelnde Sortierbarkeit, nicht mechanisch recycelt werden können.

Henkel führt recycelbare schwarze Plastikverpackungen ein

Schwarze Plastikverpackungen stellen aufgrund des bisher verwendeten Farbstoffs eine Herausforderung für die Recycling-Wertschöpfungskette dar: Recycling-Anlagen arbeiten mit der Nahinfrarot-Technologie (NIR), um die zu recycelnden Verpackungen zu identifizieren. Die optischen Sensoren nutzen die Reflexion von Licht, um das Material zu erfassen und entsprechend zu sortieren. Aufgrund ihres Farbstoffs können schwarze Plastikverpackungen jedoch von diesen optischen Sensoren nicht richtig erkannt und sortiert werden.

Zusammen mit seinem Lieferanten Ampacet, einem globalen Masterbatch-Produzenten, hat Henkel an einer  innovativen Lösung für schwarze Plastikverpackungen, die vollständig recycelbar sind, gearbeitet. Das neue Verpackungsmaterial setzt auf einen alternativen schwarzen Farbstoff – damit Flaschen nach ihrer Verwendung wieder der Wertschöpfungskette zugeführt werden können.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Neben der erfolgreichen Entwicklung der recycelbaren schwarzen Flasche für Bref-Produkte arbeiten Henkel und Ampacet derzeit an der technischen Umsetzung des neuen Materials für Verpackungen aus den unterschiedlichen Unternehmensbereichen und Produktkategorien. Bei Testläufen unter realen Bedingungen hat sich das neue Material bewährt. Das Institut Cyclos-HTP, das sich auf die Klassifizierung, Bewertung und Zertifizierung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen und Produkten spezialisiert hat, hat bestätigt, dass die Flaschen von Henkel mit der rußfreien schwarzen Farbe vollständig erkennbar und sortierbar sind. Die Verpackungsentwickler von Henkel arbeiten nun daran, das neue Material in weitere Verpackungsarten zu integrieren und gleichzeitig höchste Qualitätsstandards zu gewährleisten, beispielsweise in den Bref-Toilettenreinigern in Osteuropa. Auch der nächste Schritt ist bereits im Blick: die Integration von recyceltem Plastik in diese Verpackungen.

Das REC-NIR-BLACK-Masterbatch von Ampacet wurde bei den Plastics Recycling Awards Europe 2019 im April als „Product Technology Innovation of the Year“ ausgezeichnet.



In Zusammenarbeit mit unserem Lieferanten Ampacet arbeiten wir an einer innovativen Lösung für schwarze Plastikverpackungen, die vollständig recycelbar sind.

Kooperationen mit unseren Handelspartnern

Auch die Zusammenarbeit mit Handelspartnern ist für uns wichtig, um eine funktionierende Kreislaufwirtschaft voranzutreiben. Neben neuen Produktformen und dem Einsatz von recycelten Kunststoffen in unseren Verpackungen testen wir auch den Einsatz von Nachfüllstationen. Das Konzept ist einfach: Kunden kaufen einmalig ein Behältnis und füllen Wasch- oder Spülmittel ein.

Im Rahmen eines Pilotprojekts haben wir im November 2019 Nachfüllstationen in ausgewählten Testmärkten in der Tschechischen Republik eingerichtet. Hier können Kunden Flüssigwaschmittel, Weichspüler, Geschirrspülmittel oder Shampoos und Duschgele nachfüllen. Das sogenannte Tankstellensystem wurde so konzipiert, dass der Kunde einmalig eine leere Flasche des gewünschten Produkts auswählt und dann seinen Code an der Station scannt. Gleichzeitig wird ein Etikett aufgedruckt, das den Kunden über das Verfallsdatum des Produkts informiert. Ist das Produkt aufgebraucht, kann die leere Flasche erneut aufgefüllt werden.



In der Tschechischen Republik können Verbraucher seit Ende 2019 verschiedene flüssige Henkel-Produkte an sogenannten Tankstellen nachfüllen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel ist außerdem Mitglied des im Jahr 2018 gegründeten **Rezyklat-Forums** in Deutschland. Dm-drogerie markt hat das Forum gemeinsam mit Henkel, Brauns-Heitmann, Dr. Bronner's, ecover + method, Einhorn, Procter & Gamble, Share und Vöslauer Mineralwasser gegründet. Die Initiative verfolgt zwei Ziele: Zum einen, die Wiederverwendung von Wertstoffen für Verpackungen deutlich zu erhöhen, um den Kunden nachhaltigere Verpackungsalternativen anzubieten und die immensen Mengen an reinem Verpackungsmüll zu reduzieren. Zum anderen, das Bewusstsein der Menschen für ein Kreislaufsystem zu fördern – von der Produktkonzeption bei den Herstellern über den Gebrauch durch die Kunden, die haushaltsnahe Entsorgung bis hin zur Wiederverwertung der Verpackung.

Darüber hinaus arbeitet Henkel seit dem Jahr 2016 mit dem Unternehmen TerraCycle in verschiedenen Ländern zusammen, das Recycling-Lösungen für schwer recycelbare Materialien anbietet. In Partnerschaft mit **TerraCycle** konnten beispielsweise Verbraucher in Großbritannien Kosmetikverpackungen der Marke Right Guard in speziellen Sammelcontainern entsorgen, aus denen im zweiten Schritt **neue mobile Fitnessgeräte** produziert wurden. Diese fanden im Jahr 2019 in der Gemeinde Hemel Hempstead ein neues Zuhause. So werden wertvolle Rohstoffe vor der Verbrennung oder Deponierung bewahrt. Gleichzeitig können neue Produkte aus ihnen entstehen.



Das Rezyklat-Forum will das Bewusstsein der Verbraucher für ein Kreislaufsystem fördern.

Anfang 2020 geht der Unternehmensbereich Beauty Care noch einen Schritt weiter und startet das **Schwarzkopf Recycling-Programm** in den USA. Es ermöglicht US-Verbrauchern, alle Verpackungen von Haarpflege-, Farb- und Stylingprodukten von Schwarzkopf über die Recycling-Plattform von TerraCycle zu recyceln. Durch das Recycling von Produktverpackungen über dieses Programm können die Verbraucher Punkte sammeln, die gegen wohlthätige Geschenke eingelöst oder in Bargeld umgewandelt und an eine gemeinnützige, schulische oder karitative Organisation ihrer Wahl gespendet werden können. Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care arbeitet mit TerraCycle beim Thema flexible Verpackungen zusammen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen


Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Verbraucherinformationen fördern Nachhaltigkeit

Henkel hat 2019 neue Logos für Produktverpackungen entwickelt und getestet, um ein nachhaltiges Einkaufsverhalten zu fördern und um zu vermitteln, wie man richtig recycelt. Die Logos kommunizieren den Anteil an Rezyklat beziehungsweise die Recyclingfähigkeit der jeweiligen Verpackung und /oder helfen dabei, dass das Produkt ordnungsgemäß recycelt wird.

Außerdem kommuniziert Henkel auch den Anteil von sogenanntem → **Social Plastic®** in seinen Produktverpackungen. Anfang des Jahres brachte Henkel eine Reihe von Kosmetik- und Wasch-/Reinigungsmitteln auf den Markt, deren Verpackungen bis zu 50 Prozent Social Plastic® enthalten.

Bereits seit April 2018 ist Henkel Partner des  „How2Recycle“-**Programms** in den USA, um das Bewusstsein bei Verbrauchern dafür zu schärfen, wie sich Verpackungskreisläufe schließen lassen. Im Rahmen des Programms wird durch ein erklärendes Logo auf Produktverpackungen mehr Transparenz über die unterschiedlichen Recyclingwege geschaffen. Marken von allen drei Unternehmensbereichen nutzen das Logo bereits. Das Programm ist ein Projekt im Rahmen der „Sustainable Packaging Coalition“, einer mitgliederbasierten Vereinigung aus Industrieunternehmen, Forschungsinstituten und Regierungsbehörden, die das allgemeine Verständnis für Nachhaltigkeit bei Verpackungen und intelligentere Verpackungslösungen vorantreiben will.

Gleichzeitig haben wir in einer global angelegten Kampagne unsere Verbraucher und Mitarbeiter über einen nachhaltigen Einsatz von Kunststoffverpackungen und somit die Ermöglichung einer Kreislaufwirtschaft informiert. Neben Expertendialogen kamen Infografiken und Erklärvideos zum Einsatz. Außerdem sollte eine „Mythen-Reihe“ mit den gängigen Missverständnissen in puncto Plastik aufräumen.



Henkel räumt mit Missverständnissen auf: Sogenannte Plastikmythen greifen die gängigen Fehleinschätzungen seitens der Verbraucher auf und fördern so ein nachhaltiges Konsumverhalten.

Unter dem Namen → **„Be smarter. Recycle.“** informiert der Unternehmensbereich Beauty Care über den korrekten Umgang mit Abfall und die Recyclingfähigkeit verschiedener Verpackungen. Auf diese Weise wollen wir unseren Verbrauchern das Konzept einer Kreislaufwirtschaft näherbringen. Die „Be smarter.“-Initiative umfasst 31 Länder und erreicht auch Verbraucher in Ländern, in denen Recyclingsysteme für Verpackungen noch deutlich weniger weit entwickelt sind als in Deutschland.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Logos auf unseren Produktverpackungen sollen aufklären und zu einem bewussten Konsumverhalten animieren.

Investitionen für eine Kreislaufwirtschaft

Im Januar 2019 investierte Henkel in den [Circularity European Growth Fund I LP](#), einen von Circularity Capital verwalteten Impact-Fonds. Mit der Beteiligung im Umfang von 5 Millionen britischen Pfund treibt Henkel seine Venturing-Aktivitäten weiter voran und unterstützt gleichzeitig den Aufbau einer Kreislaufwirtschaft. Circularity Capital investiert in Unternehmen unterschiedlicher Entwicklungsstufen, die mit einem bewährten Geschäftsmodell und einem starken Wertschöpfungspotenzial in der Kreislaufwirtschaft tätig sind. In dieser Form wird der Fonds Werte für alle drei Geschäftsfelder von Henkel schaffen – sowohl für die Unternehmensbereiche Beauty Care und Laundry & Home Care im Konsumentengeschäft als auch für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies im Geschäft mit fortschrittlichen Materialien. Der Fonds bietet Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk und einem bedeutenden europäischen Portfolio kleinerer und mittlerer Unternehmen, die eine Kreislaufwirtschaft ermöglichen.

2019 investierte Henkel auch in das US-Reinigungsmittel-Start-up [Truman's](#) mit Sitz in Louisville, Kentucky. Das Unternehmen bietet Reiniger in Mehrwegflaschen und konzentrierte Nachfüllkartuschen zur Kunststoffreduktion an. Truman's liefert seine Produkte, eine Reihe von Sprühreinigern für harte Oberflächen, direkt an seine Kunden. Mit dieser Investition baut Henkel seine Kompetenz für innovative und nachhaltige Haushaltsprodukte weiter aus und gewinnt gleichzeitig wertvolle Einblicke in das vielversprechende „Direct-to-Consumer“-Geschäftsmodell.

Im Oktober 2019 hat Henkel in das Recycling-Start-up [Saperatec](#) investiert. Der Recycling-Spezialist hat eine neuartige patentierte Technologie entwickelt, mit der unter anderem aluminiumhaltige flexible Verbundverpackungen getrennt und wiederverwertet werden können. Beide Unternehmen arbeiten bereits seit mehr als zwei Jahren auf technischer Ebene bei der Entwicklung und Weiterentwicklung maßgeschneiderter recyclingfähiger Klebstofflösungen zusammen. Mit der Investition in Saperatec unterstreicht der Unternehmensbereich Adhesive Technologies seine führende Rolle in Sachen Nachhaltigkeit: Künftig will Henkel seinen Industriekunden im Bereich der flexiblen Verpackungen – insbesondere in der Lebensmittelindustrie – ganzheitliche effiziente Recyclinglösungen anbieten.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wachstumsmärkte

Im Geschäftsjahr 2019 erwirtschaftete Henkel weltweit einen Umsatz von 20.114 Millionen Euro. 40 Prozent des Umsatzes entfielen auf die Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan). In den Wachstumsregionen beschäftigen wir 53 Prozent unserer Mitarbeiter und beziehen 38 Prozent unseres globalen Einkaufsvolumens von dort. Damit sind wir auch hier wichtiger Arbeitgeber und lokaler Wirtschaftspartner.

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

- **Global einheitliche Produkte:** Sind die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden und Verbraucher einheitlich, bieten wir global einheitliche Produkte an. Beispiele sind die international einheitlichen Anforderungen an einen Sekundenkleber oder an unsere Industrieklebstoffe.
- **Lokal angepasste Produktangebote:** Sind die Verbraucherbedürfnisse, die Einkommensverhältnisse oder die Infrastruktur in unseren Märkten unterschiedlich, passen wir Verpackungseinheiten oder Vertriebswege den lokalen Verhältnissen an, um unsere Produkte einer möglichst breiten Bevölkerungsschicht zugänglich zu

machen. Verbraucher der untersten Einkommensschicht kaufen zum Beispiel kleine Einheiten, sobald sie hierfür Geld verfügbar haben. Dies berücksichtigen wir bei der Planung von Verpackungsgrößen. In Lateinamerika haben wir beispielsweise das Handspülmittel Pril in einer Packungsgröße von 30 Millilitern, das im Handel für umgerechnet 10 Eurocent erhältlich ist, auf den Markt gebracht. Gleiches gilt für unser Waschmittel Mas in Mexiko. Auf dem südamerikanischen Markt bieten wir Deocremes und Shampoos in kleinen Verkaufseinheiten von 10 bis 20 Millilitern an.

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

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Adhesive Technologies



- Hochwirksame Lösungen für Nachhaltigkeit
- Auszeichnung nachhaltiger Lieferanten
- Erforschung erneuerbarer und biobasierter Rohstoffe
- Förderung ressourceneffizienter Leistung
- Forschung mit führenden Experten
- Sicherheit von Mitarbeitern und Verbrauchern
- Schaffung zirkulärer Wertschöpfungsketten
- Optimierung von Recyclingprozessen
- Henkel-Sustainability#Master® – Aquence PS 3682
- Förderung des gesellschaftlichen Fortschritts

Adhesive Technologies

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Hochwirksame Lösungen für Nachhaltigkeit

Henkel ist führend im Bereich Klebstoffe, Dichtstoffe und Funktionsbeschichtungen. Daher haben wir die Verantwortung, **Technologien und Lösungen** anzubieten, die globale ökologische und soziale Herausforderungen adressieren. Wir stellen uns dieser Verantwortung, indem wir mit Partnern und Kunden in aller Welt zusammenarbeiten und sie dabei unterstützen, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen oder sogar zu übertreffen. Von der Automobil- und Luftfahrtindustrie über den Maschinenbau bis hin zu Unterhaltungselektronik und Lebensmittelverpackungen helfen unsere marktspezifischen Lösungen unseren Kunden dabei, ihre CO₂-Emissionen zu senken, den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft zu fördern und die Gesundheit und Sicherheit von Mitarbeitern und Verbrauchern zu schützen.

Unsere innovativen Lösungen machen uns zu einem bevorzugten Anbieter von nachhaltigen Produkten – allerdings kann kein einzelnes Unternehmen die weltweiten Herausforderungen allein bewältigen. Aus diesem Grund gehen wir Partnerschaften ein, die auf jeder Stufe der Wertschöpfungskette wichtige Beiträge leisten. Dabei arbeiten wir zunächst mit unseren Lieferanten daran, dass die von uns verwendeten Rohstoffe aus ökologisch und sozial verantwortlicher Erzeugung stammen. Im nächsten Schritt sind wir bestrebt, den ökologischen Fußabdruck unserer eigenen Produktion zu verbessern.



„Wir sind weltweit führend in einer Vielzahl von Märkten. Indem wir ressourceneffiziente Lösungen anbieten und unseren Kunden helfen, den Fortschritt in Richtung Nachhaltigkeit voranzutreiben, leisten wir einen Beitrag zur Bewältigung globaler Herausforderungen.“

Jan-Dirk Auris

Mitglied des Vorstands und zuständig für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies

Die Zusammenarbeit mit Partnern hilft uns dabei, die spezifischen Herausforderungen und Trends in unseren verschiedenen Märkten zu verstehen. So bieten wir Lösungen an, mit denen unsere Kunden Produkte entwickeln können, die bei der Herstellung gegenüber anderen Marktlösungen einen geringeren ökologischen Fußabdruck erzeugen. Sobald diese Produkte die Fabrik verlassen, können sie sicher und effizient von den Konsumenten verwendet werden. In puncto Entsorgung achten wir darauf, Abfälle möglichst zu reduzieren und recycelbare Verpackungen anzubieten.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Auszeichnung nachhaltiger Lieferanten

Unser Mehrwert beruht auf der Leistung unserer Lieferanten. Daher schenken wir ihnen besondere Aufmerksamkeit. Dies beinhaltet jährliche Treffen mit unseren strategischen Lieferanten, um zu besprechen und zu bewerten, wie ihre Leistungen zu den Nachhaltigkeitszielen von Henkel und den Zielen und Prioritäten unserer Kunden beitragen.

Jedes Jahr verleihen wir einen → **Nachhaltigkeitspreis** an einen unserer Lieferanten für dessen herausragenden Beitrag. Im Jahr 2019 haben wir diesen Preis an Evonik vergeben. Das Ergebnis unserer Zusammenarbeit ist ein Portfolio, das sowohl biobasierte Rohstoffe als auch eine Reihe von Lösungen umfasst, die eine Kreislaufwirtschaft, den Verzicht auf besonders kontrovers diskutierte Stoffe und mehr Transparenz im Hinblick auf CO₂-Emissionen ermöglichen.



Zum siebten Mal in Folge zeichnete der Unternehmensbereich Adhesive Technologies einen seiner Lieferanten mit dem Nachhaltigkeitspreis aus. Im Jahr 2019 ging der Preis an Evonik.

Erforschung erneuerbarer und biobasierter Rohstoffe

Neben der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten suchen wir auch nach Möglichkeiten, unsere Produktformeln anzupassen, damit sie mehr biobasierte oder erneuerbare Rohstoffe enthalten. Diese Rohstoffe haben einen geringeren CO₂-Fußabdruck als fossile Alternativen und können auch die Sicherheit für Mitarbeiter und Verbraucher verbessern. Viele unserer Produkte enthalten bereits erneuerbare Inhaltsstoffe, und wir wollen diese verstärkt einsetzen, wo immer dies mit ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Aspekten vereinbar ist.

Ein praktisches Beispiel dafür ist die Entwicklung innovativer biobasierter Lösungen für die Elektronikindustrie durch unsere Forschungsteams. Auf diese Weise bieten wir unseren Kunden eine Alternative zu Rohstoffen, die auf Erdöl basieren. Führende Hersteller von Smartphones und anderen Geräten arbeiten kontinuierlich daran, – ohne Abstriche bei Qualität und Leistung – neue Technologien mit geringerem ökologischen Fußabdruck zu verwenden, um steigenden Verbrauchererwartungen und Rechtsvorschriften voraus zu sein.

Auch bei der Einhaltung hoher Sicherheitsstandards unterstützen wir unsere Kunden aus allen Branchen, indem wir Lösungen entwickeln, die auf bedenkliche Substanzen verzichten. Beispielsweise bieten wir eine Auswahl chromatfreier Primer und Konversionsbeschichtungen für die Luftfahrtindustrie an. Die Konversionsbeschichtungen werden vor der Lackierung auf die Außenseite von Flugzeugen aufgetragen, während unsere Primer Lacke und Klebstoffe vor Korrosion schützen. Durch die Umstellung auf unsere chromatfreie Technologie können

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

die Kunden in diesem Markt ihrer Verantwortung gerecht werden, die Sicherheit ihrer Mitarbeiter und Passagiere an erste Stelle zu setzen.

Förderung ressourceneffizienter Leistung

Durch die Zusammenarbeit mit unseren Partnern entlang der Wertschöpfungskette verbessern wir nicht nur den Zugang zu biobasierenden oder erneuerbaren Rohstoffen, sondern sind auch bestrebt, Herausforderungen in einen Wettbewerbsvorteil zu verwandeln. So kooperieren wir beispielsweise mit **Carbon Revolution**, einem australischen Hersteller einteiliger Carbonfaserfelgen für die Automobilindustrie. Diese speziellen Felgen ermöglichen Gewichtseinsparungen von bis zu 50 Prozent gegenüber herkömmlichen Aluminiumfelgen. Durch den Umstieg auf diese neue Technologie können Fahrzeughersteller das Gesamtgewicht der einzelnen Fahrzeuge reduzieren, wodurch diese weniger Kraftstoff verbrauchen und geringere CO₂-Emissionen erzeugen. Schätzungsweise verursacht ein um ein Kilogramm leichteres Fahrzeug 0,08 Gramm weniger CO₂ pro gefahrenen Kilometer.



Henkel und Carbon Revolution haben sich zusammengeschlossen, um die Entwicklung von leichtgewichtigen Rädern, die aus einem einzigen Carbonfaserelement bestehen, voranzutreiben.

Auch neue Designmöglichkeiten von Henkel tragen zu Gewichts- und Emissionsreduzierungen bei. Unsere hochmoderne Methode zur Verklebung von Thermoplasten ermöglicht es Kunden aus der **Luftfahrtindustrie** beispielsweise, das Gewicht der einzelnen Flugzeuge zu reduzieren. Der Einsatz von Thermoplasten kann im Vergleich zu Aluminium- oder Titanalternativen Gewichtseinsparungen um bis zu 50 Prozent bringen, auch weil sie nicht mit Schrauben und Bolzen befestigt werden müssen. Darüber hinaus kann der Umstieg auf Thermoplaste zu einer Zeit- und Energieeinsparung in den Produktionsprozessen führen, da diese Materialien schneller aushärten und nicht gekühlt gelagert werden müssen.



Unsere Lösungen sind bereits zur Reduzierung des Gewichts und zur Erhöhung der Sicherheit in mehr als 1.500 Luftfahrzeugspezifikationen weltweit im Einsatz.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement


Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen


Forschung mit führenden Experten

Unser Bestreben, neue Technologien zu entwickeln, die helfen, CO₂-Emissionen zu reduzieren, wird häufig durch strategische Partnerschaften, in denen wir gemeinsame Ziele und unsere Leidenschaft für Nachhaltigkeit teilen, unterstützt. Wir haben eine  **strategische Allianz** mit dem globalen Engineering-Unternehmen RLE International zur Entwicklung leichtgewichtiger und leistungsstarker Lösungen für die Automobilindustrie gebildet. Henkel und RLE führten eine umfassende Studie zu Lösungen im Bereich Engineering und Materialwissenschaft durch, um das Karosseriegewicht durch die Überarbeitung von Komponenten wie die Bodengruppe, die Außenverkleidung und Strukturbauteile zu verringern. Dies ermöglichte Gewichtseinsparungen von bis zu 10 Prozent, und das ohne Beeinträchtigungen bei Komfort, Sicherheit oder Festigkeit.

Dieser Ansatz beruht darauf, alle gängigen Ganzmetall-Komponenten aus Stahl oder Aluminium durch Hybridkonzepte zu ersetzen, die Hochleistungsstrukturschäume und Elemente zur Seitenwandverstärkung aus dem Produktangebot von Henkel nutzen. Dadurch erzielen Fahrzeughersteller bei weniger Gewicht dieselbe Crash-Resistenz sowie einen gleichbleibenden Komfort. Im Rahmen ihrer Allianz arbeiten Henkel und RLE derzeit an einer Reihe von Projekten, um in zukünftigen Fahrzeugen weitere Gewichtseinsparungen zu erzielen.

Sicherheit von Mitarbeitern und Verbrauchern

Neben den speziellen Anforderungen der Automobilbranche an Fahrzeugemissionen einigt eine Herausforderung alle Branchen: die Verbrauchersicherheit. Aus diesem Grund konzentrieren sich unsere Entwickler darauf, Veränderungen frühzeitig vorauszusehen und leistungsstarke Lösungen zu entwickeln, mit denen unsere Kunden sicherstellen, dass sie die Sicherheit von Mitarbeitern und Verbrauchern jederzeit gewährleisten.

Für die Verpackungsindustrie der Lebensmittelbranche bietet unsere Marke  **Loctite Liofol** eine Reihe von Klebstoffen, die frei von Epoxysilanen wie etwa GLYMO sind. Die Europäische Union hat diesen häufigen Bestandteil von Verpackungsklebstoffen kürzlich als bedenklich eingestuft. Unsere innovativen Lösungen können für Lebensmittel und Getränke sowie für medizinische Anwendungen eingesetzt werden. Diese Klebstoffe bieten nicht nur Sicherheitsvorteile, sie sind auch gegen aggressive Füllgüter und Temperaturen beständig, sodass sie ihre Beständigkeit auch bei der Sterilisation oder in der Mikrowelle beim Aufwärmen von Fertiggerichten nicht verlieren.

Schaffung zirkulärer Wertschöpfungsketten

Unsere Lösungen in der Verpackungsindustrie spielen auch eine entscheidende Rolle für die Entwicklung einer Kreislaufwirtschaft, in der alles wiederverwertet anstatt ungenutzt weggeworfen wird. Dabei liegt ein Fokus auf der Recyclingfähigkeit flexibler Verpackungen, die Schichten verschiedener Materialien wie Kunststoff, Folie und Alu-

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies**
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

minium kombinieren. Diese stabilen und vielfältig einsetzbaren Verpackungen halten Lebensmittel frisch und schützen medizinisches Verbrauchsmaterial vor Verunreinigung. Sie sind allerdings schwer zu recyceln, da die einzelnen Schichten getrennt werden müssen, bevor die verschiedenen Materialien in ihre jeweiligen Rohstoffkreisläufe zurückgeführt werden können. Daher fallen allein in Europa Tausende Tonnen Abfälle aus der Herstellung von flexiblen Verpackungen an.

Zur Bewältigung dieser Herausforderung haben wir eine Reihe von Klebstoffen und Beschichtungen entwickelt, die die Recyclingfähigkeit flexibler Verpackungen von Anfang an berücksichtigen. Die lösemittelfreien Klebstoffe ermöglichen es, mehrere kompatible Schichten effektiv zu verbinden, und bieten gleichzeitig ausgezeichnete mechanische Recyclingeigenschaften – ohne Einbußen bei Qualität oder Verbrauchersicherheit. Diese Materialverträglichkeit ist grundlegend, um ein optimales Ergebnis in verschiedenen Recyclingprozessen zu erzielen. Unser neues **RE-Klebstoffsortiment** kann sogar in einem „Closed Loop“ für flexible Verpackungen eingesetzt werden.



Henkel arbeitet an einem Pilotprojekt für einen Laminat-Standbodenbeutel, der sowohl neues als auch recyceltes Material enthält, darunter 35 Prozent Post-Consumer-Rezyklat.

Optimierung von Recyclingprozessen

Wir arbeiten auch mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette an der Verbesserung der Recyclingverfahren für flexible Verpackungen. Seit mehr als zwei Jahren kooperieren wir mit dem deutschen Recyclingspezialisten **Saperatec**. Das Start-up-Unternehmen hat eine patentierte und kosteneffiziente Technologie entwickelt, mit der flexible Verpackungen, die Aluminiumfolie enthalten, getrennt und recycelt werden können. Unser Beitrag zu dieser Kooperation besteht in der Entwicklung eines Sortiments an Hochleistungsklebstoffen, die mit der Technologie von Saperatec kompatibel sind. Im Jahr 2019 haben wir weiter in die Partnerschaft mit Saperatec investiert, die Entwicklung unserer Klebstoffe vorangetrieben und das Angebot vergrößert. Unser gemeinsames Ziel ist es, eine umfassende Recyclinglösung für flexible Verpackungen anzubieten.



Saperatec hat eine innovative und kosteneffiziente Technologie entwickelt, mit der flexible Verpackungen, die Aluminiumfolie enthalten, getrennt und recycelt werden können.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies**
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel-Sustainability#Master® – Aquence PS 3682 im Vergleich mit einem herkömmlichen Klebstoff zur Etikettierung von PET-Flaschen

	Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Industrielle Anwendung	Anwendung	Entsorgung
	Leistung						Einfacher zu recyceln
	Gesundheit und Sicherheit		Keine Lösemittel				
	Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt						
	Materialien und Abfall	Einfacher zu recyceln – weniger Rohstoffe					Einfacher zu recyceln – weniger Abfälle
	Energie und Klima	Reduzierter CO ₂ -Fußabdruck					
	Wasser und Abwasser		Einfacher zu recyceln – weniger Wasser				

Fußabdruck

Hotspot mit signifikanter Verbesserung



Ein **neues Sortiment an Klebstoffen** unserer Marke Aquence ermöglicht es Lebensmittel- und Getränkeherstellern beispielsweise, die gestiegenen Erwartungen an nachhaltige und recycelbare Verpackungen zu erfüllen. Diese Klebstoffe können zur Etikettierung formfester PET-Flaschen eingesetzt werden, wobei sie sich sehr leicht wieder ablösen lassen. Da sie rückstandsfrei von den Verpackungen zu entfernen sind, wird die Materialtrennung im Recyclingprozess

unterstützt, was die Qualität des Rezyklats erhöht. Innovationen wie diese sind besonders wertvoll, da Nachhaltigkeit zu einem immer wichtigeren Faktor in den Kaufentscheidungen von Kunden wird. Diese Verbraucherhaltung deckt sich mit unserer Erwartung an uns selbst als verantwortungsvoller Lieferant und Markenhersteller.
 → **Erklärung des Henkel-Sustainability#Master®**

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog


Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Förderung des gesellschaftlichen Fortschritts

Neben den Aktivitäten zum Umgang mit ökologischen Herausforderungen trägt unser Team auch zum gesellschaftlichen Fortschritt in der Welt bei, indem es mit lokalen Gemeinden und Partnern zusammenarbeitet. 2019 wurde unser „Welcome Home“-Programm, das bedürftigen Familien und Kindern ein sicheres Zuhause bieten will, im vierten Jahr fortgeführt. Durch diese Initiative bieten Mitarbeiter aus dem Geschäftsfeld Klebstoffe für Konsumenten, Handwerk und Bau zusammen mit Hilfsorganisationen Unterstützung bei der Sanierung und dem Bau von sicherem Wohnraum. Durch die Beschaffung von Geldern, Produktspenden und die Bereitstellung von Freiwilligenteams stellt Welcome Home den Menschen eine Grundlage für ein besseres Leben zur Verfügung. Zu den wichtigsten Aktivitäten im Jahr 2019 gehörten Projekte in den USA, Kolumbien, Portugal und Ungarn.

2019 feierten wir auch das 50-jährige Bestehen unserer Kultmarke Pritt. Seit seiner Einführung steht Pritt für die Förderung der Entwicklung der motorischen und kreativen Fähigkeiten von Kindern durch Klebe- und Bastelarbeiten. Anlässlich des 50-jährigen Jubiläums von Pritt hat dessen Marketingteam beschlossen, noch einen Schritt weiter zu gehen und die Kampagne  „Wir basteln für Kinder“ ins Leben gerufen. In deren Rahmen bastelten Mitarbeiter aus zehn Ländern Papierfiguren, mit denen sie ihren Berufswunsch symbolisieren sollten, den sie als Kinder hatten. Mehr als 2.300 Figuren kamen zustande, und die drei teilnahmestärksten Länder erhielten Spenden im Wert von 90.000 Euro, mit denen lokale Organisationen zur Förderung der Entwicklung und Bildung von Kindern unterstützt wurden.



Für das 50-jährige Bestehen der Marke Pritt bastelten Mitarbeiter mehr als 2.300 Figuren, die ihren ursprünglichen Berufswunsch symbolisierten und die im Rahmen einer Spendenaktion wohltätige Kinderprojekte zu unterstützen halfen.

Neben Geldspenden und der Entwicklung innovativer Produkte unterstützt der Unternehmensbereich Adhesive Technologies auch soziale Projekte durch die Bereitstellung unseres umfassenden Branchen-Know-hows. In Indien arbeiten wir mit lokalen Herstellern wie dem Start-up-Unternehmen Niine zusammen, um qualitativ hochwertige und gleichzeitig erschwingliche Damenhygieneprodukte zu entwickeln. Mehr als 350 Millionen Mädchen und Frauen leben in Indien, aber weniger als 20 Prozent von ihnen haben derzeit Zugang zu Lösungen für die Monatshygiene. In Zusammenarbeit mit einer Kampagne der indischen Regierung zur gesundheitlichen Aufklärung beschäftigt Niine Frauen aus der Region bei der Herstellung dieser Produkte, um sie direkt dort anzubieten, wo sie benötigt werden, und investiert in die gesundheitliche Aufklärung von Mädchen und Frauen. Henkel unterstützt Niine mit Klebstoffen, während unsere Expertenteams auch Unterstützung bei der Einrichtung und Optimierung der Produktionsprozesse leisten.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care**
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen



Beauty Care

- Together, for true beauty and a more beautiful world
- Nachhaltigkeit bei der Produktentwicklung
- Rohstoffe natürlichen Ursprungs
- Produkt- und Verpackungsbeispiele
- Gemeinsam mit unseren Verbrauchern
- Partnerschaften für nachhaltige Verpackungslösungen
- Engagement unserer Marken
- Henkel-Sustainability#Master® – Festes Shampoo der Marke Nature Box

Beauty Care

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Together, for true beauty and a more beautiful world

In unserem Unternehmensbereich Beauty Care sind wir davon überzeugt, dass wir nur gemeinsam – mit unseren Mitarbeitern, Verbrauchern, Kunden und Geschäftspartnern – nachhaltig Werte schaffen können. Bei der Entwicklung **neuer Produkte** stehen unsere Verbraucher stets im Mittelpunkt unseres Handelns. Sie fordern nachhaltige Produkte, die umweltverträglich sind und bei denen die Marken dafür einstehen, dass diese gemeinsame Grundüberzeugung unterstützt wird. Beauty Care ist sich dieser Bedürfnisse sowie seiner Verantwortung für die Umwelt bewusst und reflektiert dies in seiner „Better for you“-Strategie. Für die nächsten Jahre hat sich der Unternehmensbereich das Ziel gesetzt, sein gesamtes Produktportfolio noch nachhaltiger zu gestalten. Ein aktuelles Beispiel ist die Familienmarke Schauma mit neuer veganer Formel und einer Produktlinie, die mit dem EU-Ecolabel zertifiziert wurde und deren Flaschenkörper zu 30 Prozent aus recyceltem Kunststoff bestehen.

Wir wollen unseren Verbrauchern nachhaltige, leistungsstarke und sichere Produkte anbieten und sie gleichzeitig motivieren, auch durch ihr Verhalten zum verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen beizutragen. Darüber hinaus übernehmen wir gesellschaftliche



„Wir tragen nicht nur dazu bei, die Lebensqualität vieler Menschen mit unseren nachhaltigen Marken zu verbessern, sondern wir übernehmen auch gesellschaftliche Verantwortung, indem wir zusammen mit gemeinnützigen Organisationen den sozialen Fortschritt fördern.“

Jens-Martin Schwärzler

Mitglied des Vorstands und zuständig für den Unternehmensbereich Beauty Care

Verantwortung und fördern in Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen den sozialen Fortschritt. Eine unserer Initiativen ist „Million Chances“, mit der wir Mädchen und Frauen auf der ganzen Welt dabei unterstützen, eine erfolgreiche berufliche und private Zukunft aufzubauen.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Nachhaltigkeit bei der Produktentwicklung

Nachhaltigkeit hat bei der Entwicklung von Produktinnovationen bei Henkel eine zentrale Bedeutung. Wir verfolgen einen ganzheitlichen Ansatz, der die gesamte Wertschöpfungskette abdeckt: vom Einkauf von Rohstoffen und Verpackungsmaterialien über die Produktion und Logistik bis hin zur Anwendung und Entsorgung des Produkts durch den Verbraucher. Bereits in einer frühen Phase der Produktentwicklung werden Nachhaltigkeitsaspekte, die Erwartungen der Verbraucher und Herausforderungen, die damit einhergehen, berücksichtigt. Unser Anspruch bei Beauty Care ist, dass jede Innovation durch Leistung und Attraktivität auf der einen Seite sowie durch Umweltverträglichkeit, gesellschaftliche und soziale Verantwortung auf der anderen Seite überzeugt. In den letzten vier Jahren hat der Unternehmensbereich Beauty Care den ökologischen Fußabdruck von mehr als 170.000 Produktformeln berechnet. Seit 2017 gibt es zu jeder Formel einen kompakten Nachhaltigkeits-Report, der relevante Kategorien wie den CO₂-Fußabdruck, den Anteil der biobasierten Inhaltsstoffe oder die biologische Abbaubarkeit übersichtlich zusammenfasst. Bereits heute sind alle in unseren Duschgelen, Shampoos und Handseifen enthaltenen Tenside leicht biologisch abbaubar. Zusammen mit unseren Lieferanten werden wir die Inhaltsstoffe aller unserer Beauty-Produkte hinsichtlich der Abbaubarkeit noch einmal genau überprüfen und, wo nötig, die Datenlage ergänzen beziehungsweise einzelne Stoffe austauschen.

Im Jahr 2018 haben wir erstmals Daten zu Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs in den Nachhaltigkeitsreport integriert, gemäß des für Kosmetikprodukte entwickelten ISO-16128-Standards. Darüber hinaus bietet eine Stoffdatenbank im Bereich Beauty Care individuelle Nachhaltigkeitsdaten für alle relevanten Rohstoffe. Auf sehr einfache Weise können so Rohstoffe mit bestimmter Leistung hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsbeiträge verglichen werden. Die einheitliche Methodik, die Vergleichbarkeit der Reports sowie der Rohstoffeigenschaften verschaffen unseren Entwicklern im täglichen Arbeiten einfachen Zugang und jederzeit volle Transparenz über die Nachhaltigkeitsbeiträge unserer Formeln sowie mögliche Optimierungen zugunsten eines geringeren Fußabdrucks.

Rohstoffe natürlichen Ursprungs

Ein entscheidender Faktor bei nachhaltigen Kosmetikprodukten ist die verantwortungsvolle Beschaffung von Rohstoffen. Wir sind uns der Verantwortung beim Einkauf und Einsatz von Inhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe bewusst und unterstützen lokale Kleinbauern im Rahmen verschiedener Initiativen. In Zusammenarbeit mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad unterstützen wir Palmöl-Kleinbauern in Südamerika, Afrika und Asien sowie Bauern in Indien durch die „Sustainable Guar“-Initiative von Solvay. In beiden Fällen werden die Bauern während der Aussaat, des Anbaus und der Ernte ihrer Pflanzen unter fairen Arbeitsbedingungen geschult.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care**
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen



Das Produktportfolio der zertifizierten Naturkosmetikmarke N.A.E. (Naturale Antica Erboristeria) umfasst Pflege- und Reinigungsprodukte für Gesicht, Körper und Haare in flüssiger und fester Form, von Shampoos und Haarspülungen über Duschgele, Gesichtscremes und Körperbalsame bis hin zu Deodorants.

In unseren Beautyprodukten werden bereits viele Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs eingesetzt – das gilt nicht nur für Naturkosmetik. Alle Formulierungen der Körper- und Haarpflegeprodukte unter der Marke **Nature Box** enthalten beispielsweise kaltgepresste Öle aus Fruchtkernen und Nüssen wie Avocado, Kokosnuss, Aprikose, Mandel und Macadamia. Die im Jahr 2019 auf dem Markt eingeführte zertifizierte Naturkosmetikmarke **N.A.E.** hat ihren Ursprung in der italienischen Kräuterkunde. Mindestens 97 Prozent der Inhaltsstoffe der Haut- und Körperpflegeprodukte sind natürlichen Ursprungs, wie Zitrone, Mandarine, Thymian, Traubenkernöl oder Rosmarin. Die Rezepturen sind außerdem vegan.

Produkt- und Verpackungsbeispiele

Syoss Haircare Pure Shampoo

Die Syoss Haircare Pure-Linie ist eine neue Pflegelinie für natürlich schönes Haar in gewohnter professioneller Salonqualität. Die Formel ist frei von Silikonen, Parabenen, Mineralölen und künstlichen Farbstoffen. Über 93 Prozent der Inhaltsstoffe sind leicht biologisch abbaubar. Als Resultat trägt das Produkt das EU-Ecolabel, das für besonders umweltverträgliche Produkte vergeben wird. Bei der Zusammensetzung der Formel wurde besonderer Wert auf einen hohen Anteil (mehr als 90 Prozent) an Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs gelegt. Auch hat das Produkt einen reduzierten CO₂-Fußabdruck. Der Flaschenkörper besteht aus transparentem PET und enthält 25 Prozent recyceltes Material.



Das Syoss Haircare Pure-Shampoo ist leistungsstark und gleichzeitig umweltverträglich. Hierfür wurde es mit dem EU-Ecolabel ausgezeichnet.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen


N.A.E.-Duschgel

Die Duschgel-Linie der neuen Marke Naturale Antica Erboristeria, kurz N.A.E., reinigt sanft und entspricht dem natürlichen Feuchtigkeitsgehalt der Haut, ohne sie auszutrocknen. Alle N.A.E.-Gesichts- und -Körperpflegeprodukte sind von ECOCERT gemäß dem COSMOS Organic-Standard für Biokosmetik zertifiziert. Die Rezepturen sind vegan und enthalten mindestens 97 Prozent Inhaltsstoffe auf Basis natürlicher Rohstoffe. Auch die Tuben der N.A.E.-Duschgele bestehen aus nachwachsenden Rohstoffen, genauer gesagt aus zuckerrohrbasiertem Kunststoff. Da die Pflanzen während des Wachstums CO₂ binden, ist die Produktion des zuckerrohrbasierten Materials gegenüber erdölbasiertem Kunststoff deutlich CO₂-effizienter.



Das biozertifizierte N.A.E.-Duschgel Freschezza vereint Extrakte aus Rosmarin und Thymianblättern, reinigt sanft und entspricht dem natürlichen Feuchtigkeitsgehalt der Haut. Bei der Herstellung der zuckerrohrbasierten Verpackung entstehen im Vergleich zu erdölbasiertem Material deutlich geringere CO₂-Emissionen.

Gemeinsam mit unseren Verbrauchern

Unser Ziel ist es, die Lebensqualität möglichst vieler Menschen im Einklang mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen zu verbessern. Unsere Produkte leisten durch die Pflege von Haar, Haut und Zähnen auch einen sozialen und emotionalen Beitrag zur Lebensqualität. Gleichzeitig haben Lebenszyklusanalysen gezeigt, dass über 90 Prozent des Wasser- und Energieverbrauchs unserer Produkte, die nach der Anwendung ausgespült werden, während des Gebrauchs entstehen. Deshalb nutzt Beauty Care seine Marken, um Kunden und Verbraucher über eine nachhaltige Produkthanwendung zu informieren und Anregungen für den verantwortungsvollen Einsatz von Ressourcen zu geben. Als einen Beitrag für das übergreifende Henkel-Ziel, Verbrauchern dabei zu helfen, 50 Millionen Tonnen CO₂ bis Ende des Jahres 2020 einzusparen, hat Beauty Care 2016 die Initiative  „Be smarter.“ ins Leben gerufen. Informationen auf den Produkten, eine umfassend informierende Internetseite und unterstützende Maßnahmen in den Verkaufsstellen erklären Verbrauchern, wie sie einen Beitrag zur Ressourcenschonung leisten können. Zum Start der Initiative standen im Rahmen der Kampagne „Be smarter. Save water.“ die Ressource Wasser und insbesondere die energieintensive Bereitstellung von Warmwasser im Fokus. Im Haushalt werden über 70 Prozent des Warmwassers beim Duschen verwendet. Eine Verhaltensveränderung beim Duschen kann daher viel bewirken.

In der zweiten Phase haben wir die Initiative um das Thema Recycling erweitert und konzentrieren uns dabei vor allem auf den verantwortungsvollen Umgang mit Verpackungen und deren ressourcenschonende Entsorgung. Um auf diese dringlichen Themen aufmerksam zu machen, haben wir die Kampagne „Be smarter. Recycle.“

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care**
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

initiiert. Verbraucher werden über den korrekten Umgang mit Abfall und die Recyclingfähigkeit verschiedener Verpackungen informiert und sensibilisiert. Auf diese Weise wollen wir unseren Verbrauchern das Konzept einer → **Kreislaufwirtschaft** näherbringen. Die „Be smarter.“-Initiative umfasst inzwischen mehr als 30 Länder. So werden auch Konsumenten in Ländern erreicht, in denen die Rücknahme- und Recyclingsysteme für Verpackungen noch deutlich weniger weit entwickelt sind als in Deutschland.



Mit der Initiative „Be smarter.“ ermutigt der Unternehmensbereich Beauty Care Verbraucher zu wassersparendem Verhalten und einem korrekten Umgang mit Abfall im Sinn einer guten Kreislaufwirtschaft.

Partnerschaften für nachhaltige Verpackungslösungen

Der Unternehmensbereich Beauty Care setzt seit vielen Jahren auf Innovationen, die zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Gemeinsam mit unseren Partnern entwickeln wir Lösungen entlang der Wertschöpfungskette. Ein wichtiges Thema ist dabei die Förderung einer Kreislaufwirtschaft. Hierfür arbeiten wir eng mit verschiedenen Partnern zusammen. So ist Henkel Mitglied des **Rezyklat-Forums** in Deutschland. Dieses wurde im Jahr 2018 von dm-drogerie markt gemeinsam mit Henkel, Brauns-Heitmann, Dr. Bronner’s, ecover + method, Einhorn, Procter & Gamble, Share und Vöslauer Mineralwasser ins Leben gerufen. Ziele der Initiative sind zum einen,

die Wiederverwendung von Wertstoffen für Verpackungen deutlich zu erhöhen, um den Kunden nachhaltigere Verpackungsalternativen anzubieten und die Mengen an reinem Verpackungsmüll zu reduzieren. Zum anderem soll das Bewusstsein der Menschen für ein Kreislaufsystem gefördert werden – von der Produktkonzeption bei den Herstellern über den Gebrauch durch die Konsumenten, die haushaltsnahe Entsorgung bis hin zur Wiederverwertung der Verpackung.

Darüber hinaus arbeitet Henkel seit dem Jahr 2016 in verschiedenen Ländern mit dem Unternehmen **TerraCycle** zusammen, das Recycling-Lösungen für schwer recycelbare Materialien anbietet. In Partnerschaft mit TerraCycle konnten beispielsweise Verbraucher in Großbritannien Kosmetikverpackungen der Marke Right Guard in speziellen Sammelcontainern entsorgen, aus denen dann **neue mobile Fitnessgeräte** produziert wurden. So werden wertvolle Rohstoffe vor der Verbrennung oder Deponierung bewahrt. Gleichzeitig können neue Produkte aus ihnen entstehen. Im Jahr 2019 fanden die Geräte in der Gemeinde Hemel Hempstead ein neues Zuhause.



Kooperation mit TerraCycle: Nach der Spende von Fitnessgeräten im Queen Elizabeth Olympic Park, London, Großbritannien, wurde zwei Jahre später im Gadebridge Park in Hemel Hempstead ein weiterer Fitnessparcours aus recycelten Aerosoldosen eröffnet.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Im Januar 2020 wird der Unternehmensbereich Beauty Care noch einen Schritt weiter gehen und ein kostenloses Schwarzkopf-Recycling-Programm in den USA starten. Es ermöglicht US-Verbrauchern, alle Schwarzkopf-Haarpflege-, -Farb- und -Stylingprodukte über die Plattform von TerraCycle zu recyceln. Hierbei können die Verbraucher Punkte sammeln, die gegen wohltätige Geschenke eingelöst oder in Bargeld umgewandelt und an eine gemeinnützige, schulische oder karitative Organisation ihrer Wahl gespendet werden können.

Darüber hinaus untersucht Henkel weitere Möglichkeiten zur Förderung einer Kreislaufwirtschaft. Beispielsweise testen wir in ausgewählten Märkten in der Tschechischen Republik Nachfüllstationen für Handseife, Shampoos und Duschgele.

Engagement unserer Marken

Beauty Care verfolgt den Anspruch, über seine Produkte hinaus das Leben von Menschen weltweit zu verbessern und zu sozialem Fortschritt beizutragen. Deshalb hat Schwarzkopf 2016 die Initiative „Million Chances“ ins Leben gerufen. Ihr Ziel ist es, weltweit Mädchen und Frauen dabei zu unterstützen, sich eine erfolgreiche Zukunft aufzubauen. Bis Ende 2020 wollen wir mit unseren Projekten und Initiativen unter dem Dach von „Million Chances“ insgesamt 140.000 Frauen und Mädchen erreichen.

In Kooperation mit internationalen Wohltätigkeitsorganisationen und durch das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter konnten seit dem Start der Initiative bis Ende des Jahres 2019 bereits rund 125.000 Frauen erreicht werden.

Beispielsweise bietet die Initiative Unterstützung beim Eintritt junger Erwachsener in den Arbeitsmarkt. Im Rahmen des zweijährigen Projekts „Beschäftigungsperspektiven für junge Erwachsene in Shaanxi“ in China erhalten 600 Menschen in Kooperation mit Plan International bis Juli 2020 eine umfassende Berufsausbildung und damit die Chance auf ein selbstbestimmtes Leben. Die aus armen Verhältnissen oder ethnischen Minderheiten stammenden Personen im Alter von 16 bis 30 Jahren erlernen einen in der Region benötigten Beruf. Davon profitieren – neben den Projektteilnehmern selbst – mindestens 400 Familien, denn die jungen Menschen werden wirtschaftlich unabhängig und können so ihre Familien besser unterstützen.



Durch das Kooperationsprojekt mit Plan International erhalten die Teilnehmer nicht nur Zugang zu beruflicher und lebenslanger Qualifizierung, sondern werden auch in die Lage versetzt, einer sinnvollen und menschenwürdigen Arbeit nachzugehen. Foto: © Plan International

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Zweiter Schwarzkopf Million Chances Award vergeben

Im Jahr 2019 wurde zum zweiten Mal der **Schwarzkopf Million Chances Award** verliehen. Dabei wurden vier gemeinnützige Projekte für ihr außergewöhnliches Engagement für Mädchen und Frauen ausgezeichnet. Bewerben konnten sich Projekte und Initiativen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, die sich für Gesundheit, Bildung, wirtschaftliche Emanzipation oder Rechte und Integration für Mädchen und Frauen engagieren. Der Award wurde in drei Kategorien vergeben: Projekte in der Kategorie „Build Up“ unterstützen Mädchen im Grundschulalter. „Move Up“-Initiativen fördern den bestmöglichen Einstieg junger Frauen in die Berufswelt und Projekte im Bereich „Start Up“ begleiten Frauen bei einem beruflichen oder privaten Neustart. Der vierte Preis wurde in einem „Public Voting“ ermittelt.



Die Preisträger des zweiten Million Chances Awards (von links nach rechts): Mai Huyen Vo Dieu, Dr. Mari Hrkac, Maycaa Hannon (SWANS Initiative), Dr. Sigrun Schirner, Dr. Claudia Uebler, Dr. Heidrun Stöger (CyberMentor), Vera Falck (Dunkelziffer e.V.), Alina Floroiu und Maram AbuGhanim (ReDi School).

Gemeinsam Plastikabfall in den Ozeanen reduzieren

Unsere im Jahr 2017 in Haiti begonnene strategische Partnerschaft mit dem Sozialunternehmen **Plastic Bank** verfolgt das Ziel, den Eintrag von Plastikabfall in die Ozeane zu reduzieren und gleichzeitig neue Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. Die lokale Bevölkerung erhält im Austausch gegen das gesammelte Plastik Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen. Der Plastikabfall wird sortiert, verarbeitet und kann der Recycling-Wertschöpfungskette zugeführt werden – als Social Plastic®: Durch die Verifizierung des Materials durch Plastic Bank wird bestätigt, dass die Sammler einen überdurchschnittlichen Preis für den Plastikabfall erhalten haben. Dies ermöglicht es zum Beispiel alleinerziehenden Frauen, ein Einkommen für die Lebenshaltung oder den Schulbesuch ihrer Kinder zu erzielen.

Seit Beginn der Zusammenarbeit hat Plastic Bank mithilfe von Henkel drei Sammelstellen in Haiti eröffnet. Darüber hinaus unterstützte Henkel die Organisation beim Aufbau einer Lieferkette, um die gesammelten Kunststoffabfälle zu recyceln und wieder in die Wertschöpfungskette zu integrieren. Im Jahr 2018 haben die Unternehmensbereiche Beauty Care und Laundry & Home Care erstmals Produkte auf den Markt gebracht, deren Verpackungen zu 100 Prozent aus Altplastik bestehen, davon auch zu einem Anteil aus Social Plastic®. So bestehen die Flaschenkörper der Sondereditionen von Nature Box „Meeres Glück“ und Fa „Meeres Liebe“ zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik – davon 50 Prozent Social Plastic®. Hierfür wurde Beauty Care mehrfach ausgezeichnet, beispielsweise mit dem „Best Practice“-Nachhaltigkeitspreis von Packaging Europe und dem „Sustainable Beauty Award“ von Ecovia in der Kategorie „Sustainable Packaging“.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care**
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen




Philippe Blank (links), Head of Sustainability in International Packaging Development bei Henkel Beauty Care, nimmt den Packaging Europe Sustainability Award von Tim Sykes, Chefredakteur bei Packaging Europe, entgegen.

Für das Jahr 2020 sind die Markteinführung von weiteren Sondereditionen mit Social Plastic® und die Integration dieses Materials in die Verpackung einiger unserer Kernmarken geplant. Außerdem sollen weitere Sammelcenter entstehen, um die verfügbare Menge von Social Plastic® weiter zu erhöhen – und gleichzeitig noch mehr Menschen in Armut zu helfen.



Die Flaschenkörper der Sondereditionen Fa „Meeres Liebe“ und Nature Box „Meeres Glück“ bestehen zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik.

Leben verändern durch Friseurkunst

Als weiteres langjähriges Projekt, das Jugendlichen weltweit zu einer besseren Zukunft verhelfen soll, ergänzt  „Shaping Futures“ die Schwarzkopf-Initiative „Million Chances“. Bereits seit 2010 bietet Schwarzkopf Professional in Zusammenarbeit mit Non-Profit-Organisationen Jugendlichen die Möglichkeit, eine Grundausbildung in den Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen und sich so eine Existenzgrundlage aufzubauen. Im Jahr 2019 gab es erstmals auch eine Kooperation zwischen „Shaping Futures“ und dem Sozialunternehmen Plastic Bank, im Rahmen derer vier Jugendliche aus von Plasticsammlern geführten Haushalten an einem „Shaping Futures“-Training teilnehmen konnten. Edmar M. Padillo, Leah A. Alejandre, Rowena Norte und Annalisa Aurora wurden zusammen mit 17 weiteren Jugendlichen aus einem SOS-Kinderdorf in Lipa, Philippinen, ausgebildet. Im Anschluss konnten sich die vier Absolventen über eine Anstellung bei David's Salon freuen, einer der größten Friseurketten auf den Philippinen.



Die Initiative „Shaping Futures“ von Schwarzkopf Professional ermöglicht es Jugendlichen, eine Grundausbildung in den Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen und sich so eine Existenzgrundlage aufzubauen. Das Bild zeigt Rowena, Annalisa, Leah und Edmar, ausgebildet durch „Shaping Futures“ auf den Philippinen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen


Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Durch das ehrenamtliche Engagement von Friseuren wurden seit Gründung der Initiative „Shaping Futures“ bereits mehr als 2.500 junge Erwachsene aus 30 Ländern ausgebildet. Allein im Jahr 2019 fanden 20 Trainings in 18 Ländern statt.

Neues Selbstbewusstsein für Krebspatientinnen

Beauty Care ist mit „Million Chances“ darüber hinaus Partner des Patientenprogramms „Look Good Feel Better“ der  DKMS LIFE. Bereits seit 1995 organisiert die gemeinnützige Organisation kostenfreie Kosmetikseminare, um Krebspatientinnen mit neuem Selbstwertgefühl und Lebensmut während der Krebstherapie zu stärken. Seit elf Jahren richtet Beauty Care gemeinsam mit DKMS LIFE den Düsseldorfer Charity Ladies' Lunch aus, um das Engagement für Krebspatientinnen zu fördern. Im Jahr 2019 hat Henkel sein Engagement ausgeweitet und eine limitierte Gliss Kur DKMS LIFE Charity Edition auf den Markt gebracht. Beim Kauf einer von drei Haarkuren der Gliss Kur-Produktserie spendet Henkel 20 Eurocent an die DKMS LIFE.

Zudem ist die  National Breast Cancer Foundation aus den USA seit 2018 Partner von „Million Chances“. Wir unterstützen die Initiative über Spenden und Fundraising-Aktionen. Unsere Mitarbeiter in Nordamerika erhalten im Gegenzug beispielsweise Aufklärung zum Thema Brustkrebs.



Als Beitrag zum Engagement von Henkel für Krebspatienten fand im Oktober 2019 am nordamerikanischen Standort in Stamford, USA, zum zweiten Mal ein „Hair Donation Day“ statt. Das Bild zeigt die Henkel-Stylisten Wendy Gutkin (links) und Lucy Vitiello (rechts) sowie die Haarspenderin Nina Miotto. An diesem Tag wurden insgesamt etwa zwei Meter Haare von Henkel-Mitarbeitern, ihren Familien und Freunden gespendet.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care**
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel-Sustainability#Master® – festes Shampoo der Marke Nature Box

	Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel	Anwendung	Entsorgung
	Leistung					Verbesserte Performance	
	Gesundheit und Sicherheit						
	Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt	Nachhaltiger Anbau von Palmöl			Kooperation mit Solidaridad	Verbraucherbildung zu Nachhaltigkeit	
	Materialien und Abfall	Bis zu 82% naturbasierte Inhaltsstoffe			Vegane Rezeptur		Recyclbare Verpackung aus FSC-zertifiziertem Papier
	Energie und Klima		Kaltgepresste natürliche Öle	Konzentrierte, wasserreduzierte Formulierung	1 Stück Shampoo = 2 flüssige Shampoos		
	Wasser und Abwasser						
	Fußabdruck						



Hotspot mit signifikanter Verbesserung

Der „Henkel-Sustainability#Master®“ zeigt das Nachhaltigkeitsprofil des festen Shampoos der Marke Nature Box. Es enthält unter anderem kaltgepresste Öle aus Fruchtkernen und Nüssen wie Avocado, Kokosnuss und Mandel. Beim Kaltpressen, einem besonders schonenden Gewinnungsprozess, bleiben alle wichtigen Inhaltsstoffe erhalten. Die Rezepturen bewahren das Haar vor dem Austrocknen und wirken pflegend. Die in Nature Box verwendeten Formeln sind vegan, frei von Silikonen, künstlichen Farbstoffen, Sulfaten sowie Parabenen und enthalten bis zu 82 Prozent naturbasierte Inhaltsstoffe. Das feste Shampoo ist durch die konzentrierte Formel so ergiebig wie

zwei flüssige Shampoos, hat weniger Gewicht und Volumen. Dadurch fallen während des Transports geringere CO₂-Emissionen an. Nature Box steht für hohe Produktions- und Qualitätsstandards mit einem langfristigen Verantwortungsbewusstsein. Deshalb arbeitet Nature Box mit der internationalen Entwicklungsorganisation Solidaridad zusammen und fördert Kleinbauern beim → **nachhaltigen Anbau von Palmkernöl**, dem Ausgangsmaterial für Rohstoffe in den Formulierungen. Zudem besteht die Verpackung aus FSC-zertifiziertem Papier und ist vollständig recycelbar. → **Erklärung des Henkel-Sustainability#Master®**

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

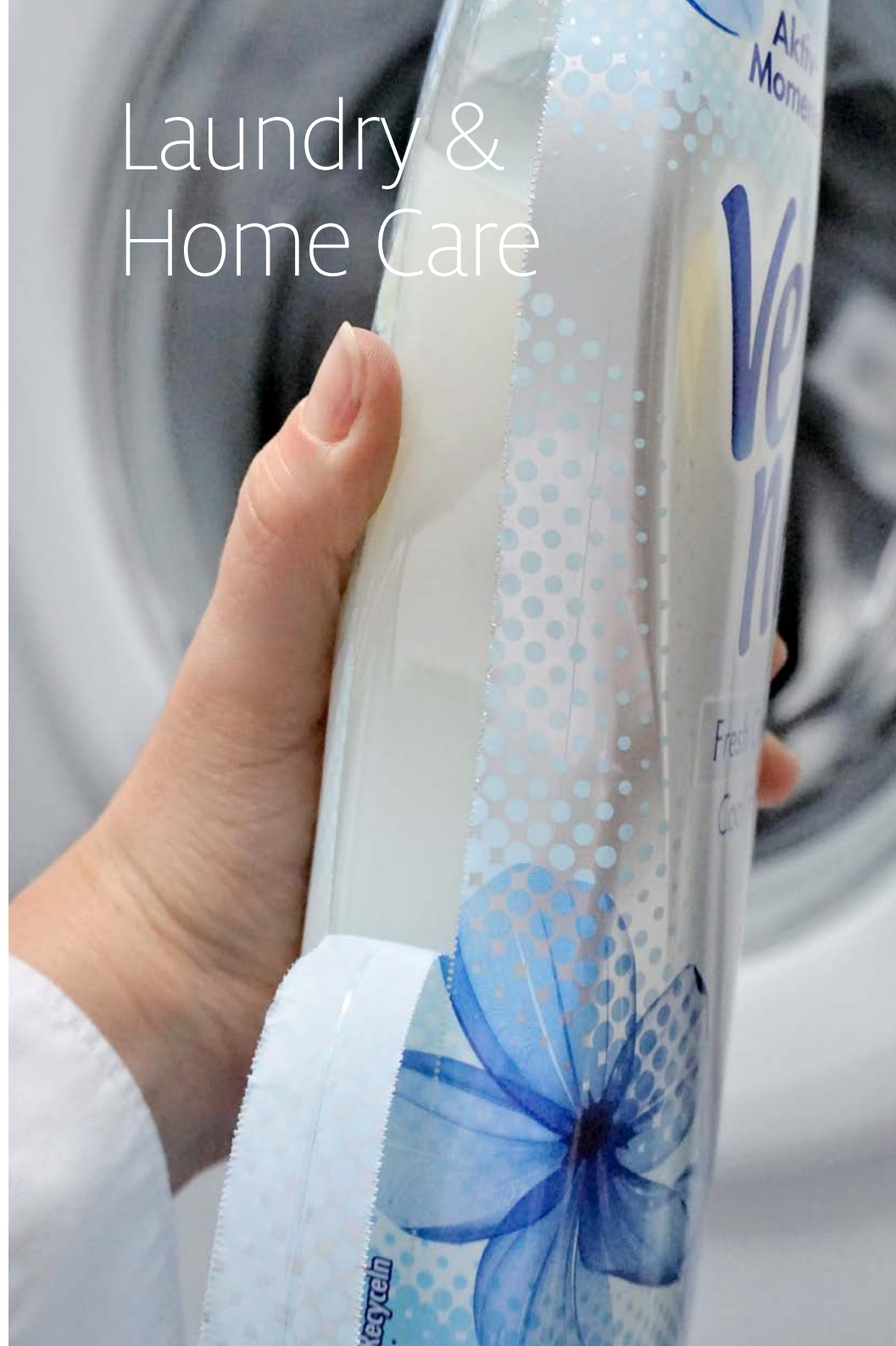
Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Laundry & Home Care



- Mit nachhaltigen Innovationen mehr Wert schaffen
- Henkel gewinnt ECR Award 2019
- Produkt- und Verpackungsbeispiele
- Engagement unserer Marken
- A.I.S.E.-Charta und weitere Initiativen auf Verbandsebene
- Henkel-Sustainability#Master® – Spee

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Laundry & Home Care

Mit nachhaltigen Innovationen mehr Wert schaffen

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

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



„Wir stellen unsere Produkte ressourcenschonend her, verbessern kontinuierlich ihre Verpackungen, Inhaltsstoffe und Leistung und unterstützen Verbraucher dabei, mit der richtigen Anwendung und Entsorgung zu Nachhaltigkeit beizutragen.“

Bruno Piacenza

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

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

Die Innovationsrate des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care lag im Jahr 2019 bei rund 45 Prozent, das heißt, der Unternehmensbereich generiert rund 45 Prozent seines Umsatzes mit Produkten, die jünger als drei Jahre sind. Dazu zählen auch die Produkte der Marke Pro Nature, die sich durch einen besonders hohen Anteil an Inhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe auszeichnen. So setzt

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog


Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel seit Jahrzehnten Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe ein. Im Jahr 2019 basierten beispielsweise rund 30 Prozent der organischen Inhaltsstoffe unserer Wasch- und Reinigungsmittel auf nachwachsenden Rohstoffen.

Henkel gewinnt ECR Award 2019

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care hat 2019 den  **ECR Award** in der Kategorie „Einzelunternehmen“ erhalten. Damit zeichnete die Organisation GS1 Henkel für die langjährige und erfolgreiche Umsetzung des Efficient-Consumer-Response-Ansatzes sowohl intern als auch in der Zusammenarbeit mit Partnern aus. Bereits zum 17. Mal hat GS1 Germany den ECR Award vergeben. Die GS1 Germany GmbH mit Sitz in Köln hilft Unternehmen aller Branchen, moderne Kommunikations- und Prozessstandards in der Praxis anzuwenden und damit die Effizienz ihrer Geschäftsabläufe zu verbessern.

Die Analyse von Verbraucherbedürfnissen ist seit vielen Jahren Bestandteil des Marketings von Henkel. Dank digitaler Technologien ist es heute möglich, die Kontaktpunkte zum Verbraucher in einem sogenannten Omni-Channel-Kontext zu betrachten und damit gleichzeitig eine Vielzahl von Informationsquellen zu analysieren. Eine aktuelle Studie beschäftigt sich beispielsweise damit, unterschiedliche Käufertypen im Bereich nachhaltige Produkte zu identifizieren. Unser Ziel dabei ist, ein personalisiertes Produkterlebnis an allen relevanten Touchpoints zu schaffen. Digitale Instrumente sind ebenfalls ein fester Bestandteil in der Supply Chain bei Henkel – zum Beispiel beim Realtime-Tracking von Auslieferungen, die von allen Handelspartnern laufend verfolgt werden können.



Paul Vetter (5. von links), Geschäftsführer Laundry & Home Care, und das Deutschland-Team des Unternehmensbereichs bei der Verleihung der ECR Awards.

Produkt- und Verpackungsbeispiele

Innovationen im Segment Flüssigwaschmittel

Unsere neue Generation von Flüssigwaschmitteln zeigt, dass eine hohe Waschleistung und Nachhaltigkeit Hand in Hand gehen können. Sie ist das Ergebnis mehrjähriger Forschung und Entwicklung sowie bedeutender Investitionen in neue Rezepturen, neue Flaschen und neue Produktionsprozesse. Die Leistung der bereits im Jahr 2018 eingeführten Flüssigwaschmittel der Marken Persil, Spee und Weißer Riese beispielsweise konnte um bis zu 40 Prozent mehr Flecklösekraft in jedem Tropfen Waschmittel gesteigert werden. Besonderes Augenmerk hat unsere Produktentwicklung dabei auf die Fleckentfernung schon bei niedrigen Temperaturen gelegt. Dies ermöglicht es unseren Verbrauchern, bei niedrigen Temperaturen oder sogar kalt zu waschen und trotzdem ein sehr gutes Waschergebnis zu erzielen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Zusätzlich zur weiter verbesserten Waschkraft leistet unsere neue Generation von Flüssigwaschmitteln wichtige Beiträge zur Reduzierung des Fußabdrucks entlang der gesamten Wertschöpfungskette: Bei der Produktion der neuen Flaschen sparen wir jedes Jahr 3,5 Millionen Kilogramm Kunststoff. Durch die konzentriertere Formel sowie einen wassersparenden Produktionsprozess verbrauchen wir pro Jahr 120 Millionen Liter Wasser weniger. Beim Transport der Produkte sparen wir außerdem jährlich 4,2 Millionen Kilogramm CO₂ und entlasten unsere Straßen um 7.000 Lkw-Fahrten. Nach der Verwendung reduziert sich das Müllvolumen der neuen, kompakteren Flaschen um rund 50.000 gelbe Tonnen für Plastikmüll. Die leeren Flaschen sind vollständig recyclingfähig und können über Entsorgungssysteme dem Recyclingprozess zugeführt werden.

Darüber hinaus wurden 2019 weitere Waschmittelinnovationen auf den Markt gebracht. Dank des 4-Kammern-Systems bieten die Persil Discs in nur einem Produkt eine optimal abgestimmte Waschleistung hinsichtlich Fleckenentfernung, Leuchtkraft, Faserpflege und frischem Duft. Die Gele in den vier Kammern bleiben geschützt bis zur Auflösung der Folie bei Kontakt mit Wasser und entfalten dann ihre volle Leistung während des Waschvorgangs – und das auch schon bei niedrigen Waschttemperaturen ab 20 Grad Celsius. Bei richtiger Beladung der Waschmaschine beugen die Persil Discs einer Überdosierung vor. Die wasserlösliche Folie ist biologisch abbaubar.


Alle Universal- und Color-Varianten von Persil sind seit 2019 mit der neuen Tiefenrein-Technologie erhältlich. Zudem gibt es die neue Gel-Variante Persil „gegen schlechte Gerüche“: Durch die Tiefenrein-Technologie wird die Wäsche besonders gründlich gereinigt, da die innovative Formel mit einem speziellen Enzym-Mix besonders tief-

sitzenden Schmutz und hartnäckige Flecken entfernt. Seit Dezember 2019 ist zudem Persil Eco Bars in einer limitierten Auflage erhältlich. Bei diesem Produkt handelt es sich um eine Innovation, die sich durch eine besonders kompakte Form auszeichnet, ressourcenschonend hergestellt und in einer Verpackung aus recyceltem Karton angeboten wird, für die besonders wenig Material benötigt wird.



Die Persil Discs ermöglichen eine kraftvolle Fleckenentfernung bei einfacher Handhabung und bereits bei niedrigen Waschttemperaturen ab 20 Grad Celsius. Das vordosierte 4-Kammern-System beugt außerdem einer Überdosierung während der Anwendung vor.

Pro Nature – bis zu 95 Prozent Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs

Bereits seit einigen Jahren leisten Produkte der Pro Nature-Reihe einen dreifachen Beitrag zur Nachhaltigkeit: durch die Inhaltsstoffe, durch nachhaltige Verpackungslösungen und durch soziales Engagement. Gleichzeitig sorgen die Pro Nature-Varianten Biff, Pril und Sidolin für strahlende Sauberkeit und Glanz. Die Formeln bestehen bis zu 95 Prozent aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs. Die Produkte sind mit dem unabhängigen Umweltsiegel  „Der Blaue Engel“ zertifiziert. Als Umweltzeichen des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit kennzeichnet „Der Blaue Engel“ Produkte, die hohe Ansprüche an Umwelt-, Gesundheits- und Gebrauchseigenschaften erfüllen und somit umweltverträglicher sind als vergleichbare Produkte.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care**
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Im Jahr 2019 kam ein weiteres Pro Nature-Produkt auf den Markt: Mit Der General Pro Nature verbindet sich die starke Reinigungsleistung des Allzweckreinigers mit einer Formel, die zu 98,6 Prozent natürliche Inhaltsstoffe enthält. Die besondere Fettlöse- und Reinigungskraft lässt alle Böden und Hartoberflächen glänzen und schnell trocknen – ohne dass ein Nachwischen notwendig ist. Zum Pro Nature-Sortiment zählt seit 2019 zudem das Pro Nature Pack unserer WC-Duftspüler: Das Körbchen besteht zu 100 Prozent aus wiederverwendeten Industrieplastikresten, die Pappkarte zu 100 Prozent aus Recyclingpapier und die Blisterhaube enthält 80 Prozent recyceltes PET. So weist das Produkt im Vergleich zu unseren anderen Duftspülern ein verbessertes Nachhaltigkeitsprofil auf. Außerdem bietet die Pro Nature-Reihe auch Nachfüllbeutel für die flüssigen Produkte, sodass Verbraucher die Originalflasche wiederverwenden können.



Die Produkte der Pro Nature-Reihe leisten einen dreifachen Beitrag zur Nachhaltigkeit: durch die Inhaltsstoffe, durch nachhaltige Verpackungslösungen und durch soziales Engagement.

Somat Excellence mit Drei-Phasen-Formel

Knapp 70 Prozent der Konsumenten weichen ihr Geschirr und ihre Töpfe mit eingebrannten Speiseresten aus Sorge vor Rückständen bereits vor dem Spülgang ein. Das neue Somat Excellence ermöglicht eine intensive Reinigung ohne Einweichen und hilft so, Ressourcen zu sparen. Hinzu kommt, dass das Produkt seine volle Leistung auch in Niedrigtemperatur-Programmen entfaltet und so insgesamt ein großer Beitrag zur Senkung des Energie- und Wasserverbrauchs erreicht werden kann. Die Spültabs wirken dank ihrer Drei-Phasen-Formel optimal: Der Kern mit Aktiv-Einweichkraft geht vor allem gegen eingebrannte Verschmutzungen vor und löst diese heraus. In der Tiefenreinigungsphase werden hartnäckige Stärkereste, wie von Nudeln, Reis oder Kartoffeln, mühelos beseitigt. Die dritte Phase besteht aus einem Reinigungsverstärker, der dafür sorgt, dass das Geschirr sauber wird.



Das neue Somat Excellence macht das Einweichen von Geschirr überflüssig und trägt so zur Ressourcenschonung bei. Außerdem entfaltet das Produkt seine volle Leistung bereits in Niedrigtemperatur-Programmen und hilft so, Wasser und Energie zu sparen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Produktlogos unterstützen Verbraucher

Henkel hat das Ziel, nachhaltiges Konsumverhalten auf Seiten der Verbraucher zu fördern. Zum einen wollen wir unsere Verbraucher zu einem möglichst nachhaltigen Waschverhalten motivieren. Daher haben wir ein Logo mit dem Aufruf „sei nachhaltig – wasche kalt“ entwickelt. Außerdem hat Henkel neue Produktlogos entwickelt, die den Anteil an recyceltem Inhalt beziehungsweise die Recyclingfähigkeit der Verpackungen ausweisen. Für viele unserer Reinigungsmittel wie auch Weichspüler von Vernel gilt dabei, dass ihre Flaschenkörper bereits zu 100 Prozent aus Rezyklat bestehen und diese von einem sogenannten Sleeve umgeben sind, einer Art Folien-Mantel. Der Vorteil dieser dünnen Folie ist, dass sie den Flaschenkörper überdeckt, der durch einen hohen Rezyklat-Anteil gelblich bis gräulich aussehen kann. Zudem ist die Folie individuell gestaltbar, sodass der Flaschenkörper selbst nicht eingefärbt werden muss und besonders gut recy-



Der Flaschenkörper des Weichspülers Vernel besteht zu 100 Prozent aus Rezyklat, weshalb der Flaschenkörper einen gelblichen bis gräulichen Farbton haben kann. Ein dünner Folien-Mantel umgibt daher die Flasche und wird – sobald der Inhalt aufgebraucht ist – mithilfe der Perforation vom Flaschenkörper gelöst, um recycelt werden zu können.


clingfähig bleibt. Sobald der Inhalt der Flasche aufgebraucht ist, muss die Folie vom Flaschenkörper getrennt werden, damit dieser recycelt werden kann. Um Verbrauchern diesen Vorgang zu erleichtern, hat Henkel ein Produktlogo mit einer Art „Reißverschluss“ entwickelt. Außerdem ist der Folienmantel entsprechend perforiert.



Um Verbraucher zu einem nachhaltigen Waschverhalten zu motivieren, hat Henkel ein spezielles Logo mit dem Aufruf „sei nachhaltig – wasche kalt“ entwickelt. Damit werden Konsumenten unmittelbar über die Waschmittelverpackungen zu energiesparendem Waschen aufgefordert.

Diese wichtige Hilfestellung für eine recyclingfreundliche Entsorgung befindet sich bereits auf vielen Produkten unserer Weichspülermarken Vernel und Silan sowie unserer Sprühflaschen und Toilettenreiniger der Marken Biff, Sidolin und Bref. Diese Verpackungslösung einer Hülle mit Perforation wird Henkel im Jahr 2020 verstärkt einsetzen.

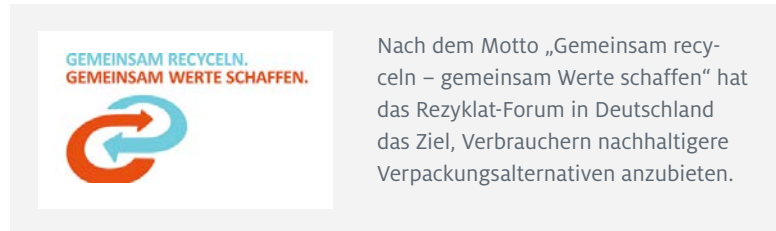
Handelskooperationen für nachhaltigere Verpackungslösungen

Wichtige Ziele der Henkel-Verpackungsentwickler sind die Reduzierung und die Wiederverwendung von Verpackungsmaterial sowie der vermehrte → Einsatz von recycelten Materialien. Um eine verantwortungsvolle Nutzung und Entsorgung unserer Verpackungen am Ende der Wertschöpfungskette voranzutreiben, arbeiten wir gleichzeitig eng mit unseren Handelspartnern zusammen. Henkel ist beispielsweise Mitglied des  Rezyklat-Forums in Deutschland.


- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care**
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Dieses wurde 2018 von dm-drogerie markt gemeinsam mit Henkel, Brauns-Heitmann, Dr. Bronner's, ecover + method, Einhorn, Procter & Gamble, Share und Vöslauer Mineralwasser gegründet.

Die Initiative verfolgt zwei Ziele: zum einen, die Wiederverwendung von Wertstoffen für Verpackungen deutlich zu erhöhen, um den Kunden nachhaltigere Verpackungsalternativen anzubieten und die Mengen an reinem Verpackungsmüll zu reduzieren. Zum anderen, das Bewusstsein der Menschen für ein Kreislaufsystem zu fördern – von der Produktkonzeption bei den Herstellern über den Gebrauch durch die Kunden, die haushaltsnahe Entsorgung bis hin zur Wiederverwertung der Verpackung. Außerdem testet Henkel gemeinsam mit seinen Handelskunden weitere Alternativen zur Förderung einer Kreislaufwirtschaft. Dazu gehören zum Beispiel Nachfüll-Stationen für Flüssigwaschmittel und Geschirrspülmittel in Drogeriemärkten in der Tschechischen Republik.



Software-Tool zur Bewertung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen

Recyclingfähige Verpackungen sind Voraussetzung für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft. Um die Recyclingfähigkeit neuer Verpackungen schnell und zuverlässig zu ermitteln, nutzt Henkel das eigens entwickelte  Software-Tool EasyD4R®. Dieses basiert auf

öffentlichen und anerkannten Kriterienkatalogen, beispielsweise von Plastics Recyclers Europe, und ist bei Henkel unternehmensweit im Einsatz. Das Ziel: eine schnelle und zuverlässige Überprüfung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen bereits während der Produktentwicklung. Die Funktionsfähigkeit hat auch eine unabhängige Prüfung durch das Fraunhofer-Institut für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik UMSICHT bestätigt. Die Wissenschaftler analysierten dafür die Bewertungssoftware und deren Ergebnisse und verglichen sie mit nationalen sowie internationalen Standards. Dieses Bewertungstool stellt Henkel nun auf seiner Webseite öffentlich zur Verfügung, damit es noch weitere Unternehmen und Organisationen nutzen und so einfacher nachhaltige Verpackungslösungen entwickeln können.

Die ersten Perwoll-Flaschen aus chemisch recyceltem Kunststoff

Erstmals hat Henkel gemeinsam mit dem Verpackungshersteller Alpa Flaschenkörper auf Basis chemisch recycelten Kunststoffes hergestellt. Das mechanische Recycling stößt irgendwann an seine Grenzen, da nicht alle Kunststoffabfälle wieder hochwertig recycelt werden können. Mithilfe des chemischen Recyclings können fossile Ressourcen durch recyceltes Material aus Kunststoffabfall ersetzt werden. Daher ist das Projekt ein weiterer wichtiger Schritt, um eine Kreislaufwirtschaft für Kunststoff zu fördern. Davon ausgehend



2019 wurden die ersten Perwoll-Flaschen aus chemisch recyceltem Kunststoff hergestellt. Beim chemischen Recycling kann gemischter Kunststoffabfall hochwertig wiederaufbereitet werden, der ansonsten nicht recycelt wird.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

evaluieren wir weitere Möglichkeiten für den Einsatz von chemisch recyceltem Kunststoff in unseren Produktverpackungen. Das Pilotprojekt mit Flaschen von Perwoll ist Teil des [ChemCycling-Projekts](#) der BASF und hat gezeigt, dass Produkte auf Basis von chemisch recycelten Rohstoffen über die gleiche hohe Qualität und Leistungsfähigkeit verfügen wie Produkte aus fossilen Rohstoffen.

Engagement unserer Marken

Gemeinsam Plastikabfall in Ozeanen reduzieren

Als erstes globales Konsumgüterunternehmen ging Henkel 2017 eine Partnerschaft mit dem Sozialunternehmen [Plastic Bank](#) ein. Gemeinsames Ziel ist, den Plastikabfall in den Ozeanen zu reduzieren und gleichzeitig neue Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. Im Rahmen der Partnerschaft wurden drei neue Plastik-Sammelcenter in Haiti errichtet. Die lokale Bevölkerung gibt dort gesammelten Plastikabfall ab und tauscht ihn gegen Geld oder Sozialleistungen ein. Aus Plastik wird so Wert geschaffen und es gelangt beispielsweise nicht in Gewässer oder Ozeane. Ein Teil dieses Plastikabfalls wird als sogenanntes Social Plastic® der Recycling-Wertschöpfungskette zugeführt und steht dann zum [Einsatz in Produktverpackungen](#) von Henkel zur Verfügung.

Bereits im Oktober 2018 gab es die ersten Produktverpackungen von Henkel mit Social Plastic®. Die Verpackungsentwickler des Bereichs Laundry & Home Care konnten das aufbereitete Plastik in 25.000 Flaschen für Wasch- und Reinigungsmittel der Marken Sidolin und Silan einsetzen. Im Jahr 2019 ist Henkel nun den nächsten Schritt gegangen: Die Konsumentenbereiche Laundry & Home Care und Beauty Care haben Produkte auf den Markt gebracht, deren Flaschen



Kooperation mit Plastic Bank: Das gesammelte Plastik wird in Sammelcentern gegen Geld, Sach- oder Dienstleistungen eingetauscht und als Social Plastic® wieder in die Wertschöpfungskette integriert.

zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik bestehen – davon auch zu einem Anteil Social Plastic®. Seit Sommer 2019 bestehen alle PET-Flaschenkörper der Pro Nature-Reinigungsmittel der Marken Biff, Pril und Sidolin sowie die Flaschenkörper des Weichspülers Vernel zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik – davon 25 Prozent Social Plastic®. Insgesamt wurden im Jahr 2019 rund 200 Tonnen gesammeltes Social Plastic® für Henkel aufbereitet – so wird dieses Plastik dem Kreislauf wieder zugeführt und kann zum Beispiel nicht ins Meer gelangen.

Pro Nature fördert „NaturKinder“

Auch im Jahr 2019 unterstützten Pro Nature und Rossmann das Umweltbewusstsein von Kindern im Rahmen der Initiative [„NaturKinder“](#). Seit der Gründung der Initiative im Jahr 2013 wurden bereits zahlreiche Projekte in Schulen und Kindergärten gefördert. So entstanden unter anderem eine Wasserspielanlage, eine Lerninsel, eine neu gestaltete Außenanlage mit einem Rückzugsort zum Träumen und Ausruhen sowie ein Forschermobil mithilfe der Initiative.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care**
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Somat und Pril unterstützen UNICEF im Kampf gegen Mangelernährung

Henkel ist das erste deutsche Konsumgüterunternehmen, das mit UNICEF eine **internationale Partnerschaft** im Rahmen der weltweiten Ernährungsprogramme eingegangen ist: Die Marken Somat und Pril unterstützen UNICEF dabei, die Ernährung von Kindern zu verbessern, um eine gesunde Entwicklung zu fördern. Verbraucher können die Initiative durch den Kauf von teilnehmenden Produkten der beiden Marken unmittelbar unterstützen. Jede im Aktionszeitraum gekaufte Packung leistet einen Beitrag zu einer gesunden Mahlzeit. Im Jahr 2019 wurden 25 Millionen Produkte verkauft und somit 16 Millionen gesunde Mahlzeiten zur Verfügung gestellt.



Durch die Partnerschaft mit UNICEF leisten Somat und Pril einen Beitrag zu den weltweiten Ernährungsprogrammen des Kinderhilfswerks der Vereinten Nationen.

Rethink Fashion – eine Initiative für langlebige Kleidung

In Deutschland wird jährlich rund 60 Prozent mehr Kleidung als noch vor fünf Jahren verkauft und diese gleichzeitig nur halb so lang wie früher behalten. Unter dem Motto #rethinkfashion (Überdenke deine Mode) rückt Henkel mit der Marke Perwoll die Langlebigkeit von Kleidung in den Fokus und ermutigt Verbraucher, sich mehr Gedanken über den Lebenszyklus ihrer Kleidung zu machen. Verbraucher werden informiert und inspiriert, ihre Kleidung noch länger zu schätzen und mehr zu genießen. Es geht um ein bewusstes Einkaufsverhalten und eine höhere Wertschätzung für Kleidung. Im Rahmen der Kampagne werden Projekte aus der Modebranche vorgestellt und Tipps gegeben, wie die Verbraucher ihre vorhandenen Kleidungsstücke aufwerten können. Perwoll renew Advanced hilft dabei, Kleidung zu pflegen und so ihre Lebensdauer zu verlängern.



Unter dem Motto #rethinkfashion rückt Henkel mit der Marke Perwoll die Lebensdauer von Kleidung in den Fokus.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

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

2005 war Henkel das erste Unternehmen, das die Kriterien der „A.I.S.E.-Charta Nachhaltiges Waschen und Reinigen“ erfolgreich erfüllt hat. Seitdem hat Henkel als langjähriges Mitglied viele unterschiedliche Initiativen des Internationalen Wasch- und Reinigungsmittelverbands A.I.S.E. unterstützt, mit denen die europäische Wasch- und Reinigungsmittelindustrie eine führende Rolle im Bereich der Nachhaltigkeit einnimmt. 2010 wurde die Charta um die wichtige Dimension „Produkte“ ergänzt. Seither kann gezeigt werden, dass ein Produkt nicht nur von einem nachhaltig wirtschaftenden Unternehmen hergestellt wird, sondern auch selbst ein fortschrittliches Nachhaltigkeitsprofil aufweist. Im Jahr 2019 hat Henkel die Weiterentwicklung der Charta-Kriterien unterstützt, die ab 2020 durch zwei neue Siegel auf Produktverpackungen sichtbar werden: Ein Logo mit blauem Hintergrund wird weiterhin auf Produkten abgebildet sein, deren Hersteller „Mitglied der Initiative“ der A.I.S.E. ist. Das „Nachhaltigkeitssiegel der Industrie“ mit einem grünen Hintergrund wird demgegenüber Produkte kennzeichnen, die besondere Kriterien erfüllen. Für die Kategorie „Waschmittel“ waren beispielsweise bislang vier Kriterien von besonderer Bedeutung: Umweltsicherheit der Inhaltsstoffe, Ressourceneffizienz hinsichtlich Dosiermengen und Verpackungsmaterial, Waschleistung bei niedrigen Temperaturen sowie Verbraucherinformation. Um das neue „Nachhaltigkeitssiegel“ zu erhalten, muss eine Verpackung aus Kunststoff zukünftig zudem zu 100 Prozent recyclingfähig, wiederverwendbar oder kompostierbar sein. Kartonverpackungen müssen recyclingfähig sein und mindestens 70 Prozent recyceltes Material enthalten oder zu 100 Prozent aus nachhaltiger Beschaffung stammen. Eben-

falls ab 2020 wird ein neues Sicherheitspiktogramm auf den Verpackungen unserer Flüssigwaschmittel-Kapseln zu sehen sein, das im Jahr 2019 für die Erweiterung der freiwilligen Initiative „A.I.S.E. Product Stewardship Programme for Liquid Laundry Detergent Capsules“ (A.I.S.E.-Produktverantwortungsprogramm für Flüssigwaschmittel-Kapseln) entwickelt wurde. Das neue Piktogramm zeigt das Foto eines Kleinkinds, um noch wirkungsvoller darauf hinzuweisen, dass Flüssigwaschmittel-Kapseln immer außerhalb der Reichweite von Kindern aufbewahrt werden müssen. Zudem nennt das Sicherheitspiktogramm die in allen EU-Landessprachen verfügbare Internetseite www.keepcapsfromkids.eu. Hier wird veranschaulicht, wie Flüssigwaschmittel-Kapseln sicher aufbewahrt und verwendet werden können. Henkel unterstützt nach wie vor die A.I.S.E.-Online-Aufklärungsinitiative „Keep Caps from Kids“ („Kapseln weg von Kindern“), die darüber informiert, warum es so wichtig ist, Flüssigwaschmittel-Kapseln von Kindern fernzuhalten.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care**
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel-Sustainability#Master® – Spee Aktiv Gel Nature im Vergleich mit Spee Aktiv Gel Flüssigwaschmittel

	Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel	Anwendung	Entsorgung
	Leistung					Bessere Reinigungskraft	
	Gesundheit und Sicherheit					Zertifizierung „Blauer Engel“	
	Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt						
	Materialien und Abfall	77% pflanzenbasierte Inhaltsstoffe				Konzentrierte Kraftformel	100% Rezyklierbarkeit
	Energie und Klima	Weniger erdölbasierte Inhaltsstoffe	Zertifizierte Produktion	Optimierte Transportlogistik		Zertifizierung „Blauer Engel“	
	Wasser und Abwasser	Konzentrierte Rezeptur	Wassersparendes Produktionsmanagement			Natürliche Duftstoffe	Zertifizierung „Blauer Engel“
	Fußabdruck						

Hotspot mit signifikanter Verbesserung



Das Spee Aktiv Gel Nature besteht zu 77 Prozent aus pflanzenbasierten Inhaltsstoffen und entfernt Verschmutzungen kraftvoll. Zudem ist die Formel besonders konzentriert. Das Produkt wurde mit dem unabhängigen Umweltsiegel „Der Blaue Engel“ zertifiziert. Als Umweltzeichen des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit kennzeichnet „Der Blaue Engel“ Produkte,

die hohe Ansprüche an Umwelt-, Gesundheits- und Gebrauchseigenschaften erfüllen und somit umweltverträglicher sind als vergleichbare Produkte. Ein weiterer Beitrag zur Nachhaltigkeit sind die Flaschenkörper, die zu 100 Prozent recycelbar sind.

→ [Erklärung des Henkel-Sustainability#Master®](#)

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Mitarbeiter

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

Mitarbeiter

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Unser globales Team stärken

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

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



„Ich bin stolz auf unser globales Team. Auch im Jahr 2019 hat es bewiesen, dass wir unsere Nachhaltigkeitsziele erreichen können, wenn wir über die gesamte Organisation hinweg zusammenarbeiten und jeden Mitarbeiter aktiv miteinbeziehen.“

Sylvie Nicol

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

Ziel des Programms ist es, den Mitarbeitern unsere Motivation, Strategie und Verpflichtungen in Bezug auf Nachhaltigkeit zu vermitteln. Wir möchten sie in ihrer Rolle als Botschafter motivieren, ihr Wissen rund um das Thema Nachhaltigkeit weiterzugeben und andere dafür zu begeistern – in ihrem Arbeitsumfeld sowie privat. Wir haben den Anspruch, alle unsere Mitarbeiter zu Nachhaltigkeitsbotschaftern auszubilden. Mit vereinten Kräften und einem zielgruppenspezifischen Trainingsansatz, der Teil des Onboardings neuer Mitarbeiter ist, haben wir nahezu alle Mitarbeiter erreicht. Mitarbeiter, die gerne individuell lernen und einen PC-Zugang haben, können sich die Inhalte im Onlinetraining zeitlich flexibel aneignen. Alternativ dazu organisieren wir für Mitarbeiter, die lieber in Gruppen lernen, sowie

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

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



Im Rahmen unseres Schulprojekts besuchen unsere Nachhaltigkeitsbotschafter Schulen, um Kindern nachhaltiges Handeln im Alltag näherzubringen, wie hier in Japan.

Mitarbeiterentwicklung

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



Unsere Ausbildungsprogramme

Henkel bietet in Deutschland 27  **Ausbildungs- und duale Studiengänge** an. Zum neuen Ausbildungsjahr 2019 begannen 158 neue Auszubildende und Studierende eine berufliche Qualifikation bei Henkel in Deutschland. Insgesamt befinden sich 534 Menschen in unseren beruflichen Bildungsprogrammen an zehn deutschen Standorten. In ausgewählten Wachstumsmärkten bieten wir verschiedene Traineeprogramme an, die speziell auf die Bedürfnisse des jeweiligen Landes zugeschnitten sind.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Beurteilung und Feedback

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

- **Für unsere Tarifmitarbeiter** verwenden wir lokal angepasste Beurteilungs- und Entwicklungssysteme. In vielen Ländern beurteilen die Vorgesetzten ihre Mitarbeiter auf Grundlage der erbrachten Leistungen und führen mit ihnen vertrauliche Feedbackgespräche. Unsere Mitarbeiter können so erkennen, was von ihnen erwartet wird und worin Stärken und Entwicklungspotenziale bestehen. An diese Gespräche schließen sich konkrete Entwicklungsmaßnahmen an. Dazu gehören Fortbildungsmaßnahmen, zum Beispiel durch Seminare und Workshops, sowie die Aufgabenerweiterung, beispielsweise durch die Übernahme von Führungsaufgaben.
- **Unsere Führungskräfte** sowie ausgewählte Tarifmitarbeiter bewerten wir jedes Jahr im global einheitlichen „Talent Management Cycle“. Im Jahr 2019 haben wir die bisher in einem Schritt zusammengefassten Elemente der Leistungs- und Potenzialbewertung erstmalig voneinander prozessual getrennt. Zur Leistungsbewertung wird am Anfang eines Jahres zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern eine individuelle Rollenerwartung vereinbart, die der strategischen Ausrichtung des Unternehmens entspricht. Diese wird in der Mitte eines Jahres erneut validiert und dann am Ende des Jahres bewertet.

Zur Potenzialbewertung wird im ersten Schritt eine Selbsteinschätzung der Mitarbeiter an ihre Vorgesetzten erbeten. Danach evaluieren die Vorgesetzten ihre Mitarbeiter und diskutieren diese Bewertung dann mit mehreren Vorgesetzten eines Bereichs gemeinsam, um eine ausgewogene und differenzierte Beurteilung sicherzustellen. Die Bewertung erfolgt nach einheitlichen Grundsätzen und klar definierten Kriterien, zum Beispiel für das erwartete Führungsverhalten. In persönlichen Feedbackgesprächen besprechen die Vorgesetzten im Anschluss mit ihren Mitarbeitern die Beurteilung und vereinbaren gemeinsam individuelle Entwicklungsmaßnahmen. Diese Gespräche fördern die berufliche und persönliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter und lassen damit eine gezielte und langfristige Karriereplanung unserer Belegschaft zu. Im Jahr 2019 wurden mehr als 1.500 Führungskräfte befördert.

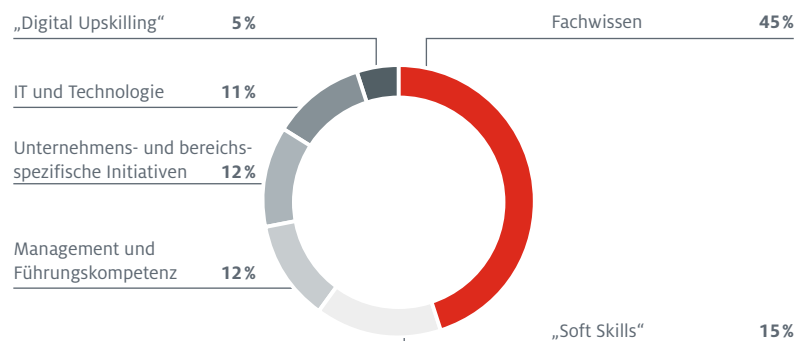
Lebenslanges Lernen

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



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter**
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Trainingskategorien 2019



- Wir strukturieren **Lerninhalte** so, dass wir immer schneller und individueller auf neue Wissensbedürfnisse innerhalb der Organisation reagieren können. Über unser globales Intranet haben unsere Mitarbeiter Zugang zur Henkel Global Academy, die alle formalen Trainingsangebote bündelt. Diese umfassen grundlegende Kenntnisse, wie Management-, Prozess- und Softwaretraining, sowie unternehmensbereichsspezifische Inhalte. Vor dem Hintergrund der Digitalisierung haben wir eine „Digital Upskilling“-Initiative ins Leben gerufen, um unsere Mitarbeiter bei der Erweiterung ihrer digitalen Fähigkeiten zu unterstützen. Die Initiative hat zwei Bestandteile: den sogenannten Digital BaseFit – ein Quiz, das den Mitarbeitern zeigt, wie digital sie sind, und ihnen individuelle Trainings vorschlägt, um Wissenslücken zu füllen – und den Digital ExpertFit – ein Lernpfad, der auf spezifische Jobrollen abzielt und Wissensvermittlung mit praktischer Anwendung kombiniert. Auf Basis der Ergebnisse entwickeln wir unser Trainingsangebot für digitale Kompetenzen weiter und bauen es aus. So ermöglichen wir

unseren Mitarbeitern, sich effizient im Zeitalter der Digitalisierung zu bewegen und damit verbundene Chancen zu nutzen.

Zudem stellen Führungskompetenzen einen zentralen Lerninhalt dar. Es gilt dabei, insbesondere neue Kompetenzen und Fähigkeiten zu trainieren, die unsere Führungskräfte optimal auf die zukünftigen Herausforderungen vorbereiten. Basierend auf den neuen Leadership Commitments wollen wir einen globalen, **→ wertorientierten Führungsstandard** fördern, der unterschiedliche regionale und kulturelle Aspekte berücksichtigt. Die Inhalte vermitteln wir beispielsweise über ein konsistentes Trainingsprogramm, mit dem wir unsere Nachwuchsführungskräfte gezielt und schrittweise auf ihre Führungsverantwortung vorbereiten.

- Digitale Lernformate** spielen für uns eine zunehmend wichtige Rolle, um Weiterbildungsmöglichkeiten weltweit flexibel zur Verfügung zu stellen. Allgemeine Präsenzs Schulungen ergänzen wir verstärkt durch interaktive E-Learnings sowie Videos und Webinare. Seit 2017 können alle Mitarbeiter mit PC-Zugang im Rahmen einer Partnerschaft zwischen Henkel und LinkedIn Learning (ehemals Lynda.com) auf mehr als 9.500 Online-Kurse in sieben Sprachen zugreifen. LinkedIn Learning ist eine führende Online-Schulungsplattform, die ebenfalls über die Henkel Global Academy zur Verfügung steht. Sie unterstützt bei der Erweiterung und Vertiefung von persönlichen, Business-, Kreativ- und Software-Kompetenzen und hilft so bei der Umsetzung beruflicher und persönlicher Ziele. Seit 2018 ist die Schulungsplattform auch auf allen mobilen Endgeräten abrufbar, was insbesondere Mitarbeitern, die sehr viel unterwegs sind, entgegenkommt.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

In einer zunehmend digitalen Welt ist IT-Sicherheit wichtiger denn je. Eine der wichtigsten Maßnahmen für Unternehmen zum Schutz vor Cyberangriffen ist die Sensibilisierung der Mitarbeiter. Henkel hat hierfür eine Cyber-Awareness-Kampagne unter dem Motto #SharedResponsibility ins Leben gerufen, die bei den Cyber Security Leader Awards 2019 den zweiten Platz belegte und auf drei strategischen Säulen basiert: informieren, weiterbilden und engagieren. Im Rahmen der Kampagne wurde im Jahr 2019 am Standort in Düsseldorf erstmals eine einwöchige Cyber-Awareness-Messe veranstaltet und in 81 Länder übertragen. Knapp 7.000 Mitarbeiter weltweit konnten so an der Messe teilnehmen.



Während der Cyber-Awareness-Messe präsentierten interne und externe Experten verschiedene Themen von Social Engineering über Sicherheit in Industrie 4.0 und von Mobilgeräten bis hin zu der Frage, wie E-Mail-Betrug verhindert werden kann.

Digitales Arbeiten

Die Digitalisierung verändert die Geschäftswelt fundamental. Sie schafft neue Möglichkeiten und Herausforderungen bei der Art und Weise, wie Mitarbeiter zusammenarbeiten, kommunizieren und zum Unternehmenserfolg beitragen. Wir nutzen digitale Kommunikationskanäle, um den unternehmensweiten Wissensaustausch zu fördern. Ein Beispiel dafür ist unser soziales Netzwerk Yammer, das genutzt wird, um sich in themenspezifischen Gruppen auszutauschen und sich gegenseitig zu inspirieren. Insbesondere dadurch, dass Mitarbeiter aus unterschiedlichen Bereichen miteinander in Kontakt treten, können wir das interdisziplinäre Denken stärken und so unser bestehendes Wissenspotenzial besser ausschöpfen. Digitale Lösungen helfen uns nicht nur dabei, voneinander zu lernen, sondern ebenso dabei, effizienter zusammenzuarbeiten. So sind auch die Projektarbeit und die Zusammenarbeit von Teams immer stärker digital gestützt. Dies ermöglicht uns, schnell und flexibel an Projekten zu arbeiten und in einem virtuellen Umfeld in einen schnellen und persönlichen Austausch zu treten. Auch bei der Suche nach den besten Talenten nutzen wir verstärkt digitale Kanäle, um zu zeigen, was Henkel zu einem attraktiven Arbeitgeber macht. Auf unseren Social-Media-Kanälen [Facebook](#), [Instagram](#) und [LinkedIn](#) zeigen unsere Mitarbeiter unter Verwendung der Hashtags #MyStory@Henkel, #JobOfTheMonth und #FollowMeAround ihren Arbeitsalltag und ihre Erfahrungen bei Henkel.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Flexibles Arbeiten

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

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



Uns ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter ihre Arbeitszeit und ihren Arbeitsplatz den beruflichen Anforderungen und persönlichen Bedürfnissen entsprechend mitgestalten können. Zum Beispiel haben wir flexible Bürolandschaften geschaffen, damit Mitarbeiter ihren Arbeitsplatz tätigkeitsbezogen auswählen können.

Vergütung und weitere Leistungen

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



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

leistungsabhängigen Gehaltskomponenten umfasst unser Vergütungssystem auch Sachbezüge sowie Bausteine zur sozialen Absicherung.

Ein Vergütungssystem, das individuelle Leistung belohnt

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

- **Für unsere Tarifmitarbeiter** nutzen wir lokal angepasste Vergütungsbausteine, um ihre Leistungen und ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg zu honorieren. So gibt es je nach Einsatzbereich und Region verschiedene Bonussysteme für Mitarbeiter, zum Beispiel im Vertrieb, in der Forschung oder in der Produktion. Mit diesen Systemen decken wir fast alle Tarifangestellten weltweit ab.
- **Für unsere Führungskräfte** verwenden wir kurzfristige variable Vergütungsbausteine, um persönliche Beiträge zum Unternehmenserfolg zu belohnen. Das auf Jahresbasis ausbezahlte „Short Term Incentive“ (STI) berücksichtigt sowohl unsere kurzfristigen Finanzziele als auch die individuelle Leistung jedes Einzelnen. Ein Teil unserer außertariflichen Mitarbeiter und leitenden Angestellten mit unmittelbarer Vertriebsverantwortung erhält anstelle des STI separate Bonusregelungen, die sich auf vertriebsbezogene Ziele konzentrieren.

- **Für unser Top-Management** gibt es zusätzlich zum jährlichen STI ein „Long Term Incentive“ (LTI). Über einen Zeitraum von vier Jahren setzen wir zukunftsorientierte Ziele, die unseren Unternehmenswert steigern und die Erreichung von langfristigen Zielen honorieren.
- **Für unseren Vorstand** nutzen wir sowohl eine jährliche als auch eine auf den langfristigen Unternehmenserfolg bezogene variable Vergütung. Details hierzu enthält der Vergütungsbericht im [Geschäftsbericht 2019](#) auf den Seiten 47 bis 74.

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

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Unser Mitarbeiter-Aktienprogramm

Uns ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter am Geschäftserfolg teilhaben können. Dies stärkt nicht nur die Motivation, sondern auch die Verbundenheit mit dem Unternehmen. Seit 2001 bietet Henkel ein Aktienprogramm für seine Mitarbeiter an. Damit wollen wir die Interessen des Unternehmens und unserer Mitarbeiter noch enger miteinander verknüpfen sowie eine attraktive Möglichkeit für Investitionen und zur individuellen Altersvorsorge bereitstellen. Jeden investierten Euro eines Mitarbeiters (bis zu maximal 4 Prozent des Gehalts oder maximal 4.992 Euro pro Jahr) hat Henkel 2019 mit 33 Eurocent gefördert. Im Rahmen dieses Programms haben 2019 rund 12.500 Mitarbeiter in 58 Ländern Henkel-Vorzugsaktien erworben. Zum Jahresende hielten insgesamt etwa 16.000 Mitarbeiter rund 2,5 Millionen Stück und damit 1,4 Prozent der Vorzugsaktien in den Programmdepots. Die Haltefrist für neu erworbene Aktien beträgt drei Jahre.

Unser Beitrag zur sozialen Absicherung

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

Wir wollen unsere Mitarbeiter dazu anregen, mehr über ihre → **Gesundheit** nachzudenken und frühzeitig etwas zu tun, indem

wir ihnen Zugang zu optimaler Prävention ermöglichen. In Deutschland bietet Henkel gemeinsam mit der Allianz Versicherungsgruppe seit 2017 allen Mitarbeitern an, ausgewählte Vorsorgeuntersuchungen als Privatpatient, bei freier Arztwahl und ohne finanzielle Eigenleistung wahrzunehmen.

Im Januar 2019 erweiterte Henkel das bestehende Angebot an sozialen Leistungen um die betriebliche Pflegezusatzversicherung „Henkel CareFlex“, die gemeinsam mit der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie entwickelt wurde. Henkel bietet so allen rund 9.000 Mitarbeitern und Auszubildenden in Deutschland eine Basisabsicherung für die ambulante, stationäre und teilstationäre Pflege. Diese erfolgt ohne Gesundheitsprüfung und Wartezeit. Zusätzlich zu der Basisabsicherung können Mitarbeiter die Pflegezusatzversicherung individuell aufstocken und auch Familienangehörige wie Lebenspartner, Kinder, Eltern oder Schwiegereltern mitversichern.



„Mein Henkel Rad“ ist ein weiterer Baustein in dem umfangreichen Angebot an sozialen Leistungen. Seit Juni 2019 können alle Mitarbeiter der deutschen Standorte, die einen unbefristeten Vertrag haben, bis zu zwei Fahrräder im Rahmen einer Entgeltumwandlung zu attraktiven Konditionen leasen. Henkel arbeitet hierzu mit dem Anbieter mein-dienstrad.de zusammen. Das Angebot umfasst auch eine Vollkaskoversicherung sowie ein Full-Service-Paket mit Wartung und Reparatur, für das Henkel die Kosten übernimmt.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Diversity & Inclusion

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

Unser Verständnis von Diversity & Inclusion

Diversität bei Henkel steht für die Vielfalt an Talenten, Einstellungen, Perspektiven, Stärken, Fähigkeiten und Eigenschaften unserer Mitarbeiter und Geschäftspartner, die Henkel einzigartig machen und zu Kreativität, Innovation und Geschäftserfolg beitragen. Die individuellen Unterschiede in unserem Unternehmen machen uns stark und erfolgreich – sowohl sichtbare Unterschiede wie Geschlecht als auch unsichtbare Unterschiede wie Erfahrung, Werte, Bildung, sexuelle Orientierung, Herkunft oder religiöser Hintergrund. Nur wenn wir alle Aspekte der Vielfalt fördern, respektieren und schätzen, werden wir der Inklusion gerecht und bringen sie bei Henkel zum Leben. Wir sind davon überzeugt, dass eine vielfältige Belegschaft sowie eine offene und wertschätzende Unternehmenskultur wichtige Erfolgsfaktoren in einer globalisierten Welt sind. Es ist unser Selbstverständnis, dass wir unsere Stellen ausschließlich nach Kompetenz, Potenzial und Leistung besetzen. Weder bei der Einstellung neuer

Mitarbeiter noch im alltäglichen Umgang miteinander dulden wir diskriminierendes Verhalten. Mit unserer globalen Richtlinie „Global Diversity & Inclusion“ haben wir uns verpflichtet, Vielfalt und wertschätzendes Verhalten bei Henkel weiter zu stärken.

Im Jahr 2019 fand bei Henkel erstmalig eine globale „Diversity Challenge“ statt. Alle Mitarbeiter waren eingeladen, sich in Teams zusammenzufinden und zu zeigen, wie sie Vielfalt leben und wie diese den Geschäftserfolg fördert. Insgesamt wurden mehr als 300 Beiträge aus fünf Regionen und 45 Ländern eingereicht. Sie alle zeigten deutlich die Vielfalt der Teams, unterschiedliche Denkweisen und Kulturen.



Die drei Gewinnerteams der globalen „Diversity Challenge“ aus Ägypten, Singapur und den USA wurden im Oktober 2019 in der Unternehmenszentrale in Düsseldorf geehrt.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wir wollen ein integratives Arbeitsumfeld schaffen, das alle Dimensionen der Vielfalt fördert, um das volle Potenzial unserer Mitarbeiter auszuschöpfen. Dabei verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz, der individuelle persönliche Merkmale sowie Erfahrungen, Kenntnisse und Fähigkeiten umfasst.

Unsere Diversitätsdimensionen

- **Gender:** Wir haben das Ziel, den Frauenanteil im Unternehmen auf allen Ebenen kontinuierlich zu erhöhen. Entscheidend dafür ist, dass wir die notwendigen Rahmenbedingungen schaffen, die es unseren Mitarbeitern ermöglichen, ihre Karriere mit ihrer persönlichen Lebensplanung zu vereinbaren. Der Anteil von Frauen in Führungspositionen lag im Jahr 2019 bei rund 36 Prozent. Unser Engagement für Diversität wurde in den letzten Jahren mehrfach honoriert. So belegt Henkel im BCG Gender Diversity Index 2019 Platz zwei in der Kategorie der DAX-30-Unternehmen.

Darüber hinaus gibt es in unseren Geschäftseinheiten und Funktionen weltweit verschiedene Mentorenprogramme für Frauen. Im Unternehmensbereich Adhesive Technologies wurde beispielsweise ein internes Mentorenprogramm mit dem Titel „Women into Science and Engineering“ geschaffen. Ziel ist es, Frauen in verschiedenen Führungsebenen mit Führungskräften im Technologie- und Ingenieursektor weltweit zu verbinden, um den Austausch von Fähigkeiten, Wissen und Fachwissen zu ermöglichen. Auf diese Weise fördern wir ihre persönliche und berufliche Entwicklung.



Im Jahr 2019 wurde Henkel in Frankreich zum zweiten Mal in Folge in der DAX-30-Kategorie mit dem „Grand Prix de la Mixité“ ausgezeichnet. Dieser europäische Diversitätspreis würdigt die erfolgreichen Bemühungen des Unternehmens, Inklusion weiter voranzutreiben und Frauen in Führungspositionen zu stärken. Foto: Institut du Capitalisme Responsable – Ethics & Boards – © Marc Mellet

- **Kulturen:** Internationale Mitarbeiter mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen sind in einem global agierenden Unternehmen wie Henkel sehr wichtig, um ein entsprechendes Marktverständnis zu schaffen. Um den Herausforderungen gemischter Teams begegnen zu können, bieten wir interkulturelle Trainings und Workshops an. Ziel dieser Angebote ist es, ein erhöhtes Bewusstsein für unterschiedliche Wertesysteme und deren Einfluss auf das tägliche Handeln zu schaffen. Außerdem fördert Henkel internationale Einsätze in der beruflichen Laufbahn. Die hierbei gesammelten Erfahrungen eröffnen neue Denkweisen und Perspektiven. Mit Mitarbeitern aus insgesamt 120 Nationen ist kulturelle Vielfalt bei Henkel gelebter Unternehmensalltag. Allein in der Konzernzentrale in Düsseldorf arbeiten Mitarbeiter aus 72 verschiedenen Nationen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

- **Mindset:** Mindset Diversity bedeutet, alle unterschiedlichen Denkweisen, Perspektiven und Meinungen anzunehmen und zu schätzen. Wir sind davon überzeugt, dass dies ein entscheidender Wettbewerbsvorteil ist, der bessere Entscheidungen und erfolgreiche Innovationen ermöglicht, die zu einer besseren Unternehmensleistung führen. Deshalb befähigen wir unsere Mitarbeiter, ihre Gedanken und Meinungen offen zu teilen, und streben danach, Arbeitsplätze zu schaffen, an denen sich jeder sicher fühlt, seine Meinung offen zu äußern. Als Teil des Pulse Checks für Neueinsteiger beurteilen wir, wie die verschiedenen Meinungen in der Organisation bewertet werden. Dies gibt uns die Möglichkeit, den Fortschritt kontinuierlich zu überwachen, um Verbesserungspunkte zu identifizieren und neue Initiativen zu entwickeln, um noch besser zu werden.

- **Lebensphasen:** Ausbildung, Karrierewege und soziale Beziehungen prägen unsere Mitarbeiter in ihren unterschiedlichen Lebensphasen. Die daraus entstehenden Aktivitäten und Verpflichtungen stellen sie vor die Herausforderung, Lebens- und Arbeitswelt sinnvoll zu verbinden. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter, indem wir → **flexible Arbeitsmodelle** anbieten. Dazu gehören unter anderem mobiles Arbeiten, Teilzeit und flexible Arbeitszeiten, Jobsharing/Tandems oder Sabbaticals. Darüber hinaus helfen wir Familien tatkräftig bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, zum Beispiel durch das Angebot von Kinderbetreuung und unsere → **sozialen Dienste**. Am Standort in Düsseldorf gibt es 240 Betreuungsplätze in drei Betriebskindergärten. Im Betriebskindergarten in Bratislava, Slowakei, bietet Henkel Betreuungsplätze für 75 Kinder ab zwei Jahren.

- **Menschen mit Behinderung:** Bei Henkel fördern wir eine integrative Kultur, die den Fokus auf die Fähigkeiten und individuellen Talente von Menschen mit Behinderung legt. Über gezielte Programme, auch in unseren Wachstumsmärkten, wollen wir gleiche Chancen für alle ermöglichen und achten dabei auf individuelle Stärken und nicht auf Einschränkungen.

Unser Shared Service Center (SSC) in Manila, Philippinen, hat beispielsweise bereits seit 2016 ein Integrationsprogramm für Menschen mit Behinderungen etabliert. Das Programm verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz bei der Identifizierung, Rekrutierung, Einstellung und Integration von Menschen mit Behinderungen und der Suche nach passenden Beschäftigungsmöglichkeiten für sie.

Altersteilzeit bei Henkel

Mit drei verschiedenen Altersteilzeitmodellen wollen wir den demografischen Wandel bei Henkel aktiv mitgestalten. Sie richten sich an Schichtmitarbeiter, Spezialisten und Mitarbeiter in Betrieben, Laboren und Verwaltung. Je nach Altersteilzeitmodell ermöglichen wir unseren Mitarbeitern an allen deutschen Standorten einen um bis zu sechs Jahre früheren Ausstieg aus dem Arbeitsleben. Das ist besonders für Mitarbeiter im belastenden Schichtdienst eine große Unterstützung. Gleichzeitig fördern wir die zielgerichtete Aus- und Weiterbildung von qualifiziertem Nachwuchs, indem die Auszubildenden von den erfahrenen Kollegen in Altersteilzeit direkt auf einen konkreten Arbeitsplatz vorbereitet werden. Auf diese Weise bleibt das langjährige Wissen im Unternehmen erhalten und stärkt die Zukunftsfähigkeit von Henkel.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter**
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

- **Generationen:** Grundsätzlich fördern wir über alle Generationen hinweg → **lebenslanges Lernen** durch individuelle Weiterbildungsmaßnahmen. Ganz konkret nutzen wir Mentoring und Mitarbeiternetzwerke in unterschiedlichen Unternehmensbereichen und Ländern, um den Wissenstransfer und einen Perspektivenwechsel zwischen erfahrenen und weniger erfahrenen Mitarbeitern zu fördern. Darüber hinaus bieten wir für unsere Mitarbeiter umfangreiche Programme zur → **Erhaltung der Gesundheit** an.
- **LGBT+:** Henkel ist bestrebt, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das allen Menschen unabhängig von ihrer sexuellen Orientierung oder Identität offensteht. Wir haben LGBT+-Netzwerke („LGBT+“ ist eine aus dem englischen Sprachraum stammende Abkürzung für: Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender und weitere sexuelle Orientierungen) in mehreren Ländern und schaffen mit verschiedenen Veranstaltungen und Aktivitäten Bewusstsein für das Thema. Im Jahr 2019 waren wir beispielsweise Teil des „Manila Pride March“. Teilnehmende Mitarbeiter unseres philippinischen SSC in Manila setzten sich in diesem Rahmen für das SOGIE-Gesetz ein (Sexual Orientation and Gender Identity and Expression Equality Bill). Darüber hinaus wurde an dem Standort mit Unterstützung der Nichtregierungsorganisation „Rainbow Rights Philippines“ ein sogenannter Pride Talk abgehalten, um typische Vorurteile gegenüber LGBT+ und stereotype Denkmuster zu diskutieren, die oftmals die Integration von LGBT+ erschweren.



Im Rahmen der weltweiten Feierlichkeiten zum „LGBT Pride Month“ im Juni 2019 veranstaltete das SSC Manila Diversity & Inclusion Committee seinen ersten Pride Talk mit dem Schwerpunkt Gender Diversity.

Diversitätsversprechen



Im Jahr 2019 ist Henkel der Initiative „Business for Inclusive Growth“ (B4IG) beigetreten. Die globale Unternehmenskoalition für inklusives Wachstum wird von der OECD getragen und zielt darauf ab, das Engagement privater Unternehmen zu bündeln und zu verstärken, um Ungleichheit abzubauen, die im Zusammenhang mit Chancen, Geschlecht und Regionen steht.



European Round Table for Industry

Im Rahmen unserer Mitgliedschaft im ERT (European Round Table for Industry) unterzeichnete Henkel im Dezember 2018 zusammen mit 53 Wirtschaftsführern ein Versprechen zur Förderung von Vielfalt und Integration.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Dialog und Kultur

Unsere Mitarbeiter sind unser größtes Kapital – dies ist tief in unserer Strategie und in unseren Werten verankert. Insbesondere in einer zunehmend herausfordernden Welt benötigen Unternehmen ein solides Fundament, aber auch Flexibilität, um schnell auf ein sich veränderndes Umfeld reagieren zu können. Die Grundlage für eine erfolgreiche Führungskultur ist ein Umfeld des Vertrauens, das Ideen und Innovationen gegenüber aufgeschlossen ist und zu Entscheidungen befähigt. Um die Bedeutung dieser Führungskultur zu stärken, haben wir unsere Leadership Principles weiterentwickelt und neue Leadership Commitments formuliert, die für alle Mitarbeiter bei Henkel gelten, unabhängig davon, ob sie ein Team leiten oder nicht. Diese Verpflichtungen zur Führungskultur bilden die Grundlage für die Zusammenarbeit im Team und für jeden Einzelnen. Damit stellen wir hohe Erwartungen an unsere Mitarbeiter in Bezug auf Führungskultur, Agilität und Zusammenarbeit. Zugleich sehen wir, dass dieser kulturelle Wandel die Möglichkeit bietet, den Status quo zu hinterfragen und zu verbessern.

Im Januar 2019 wurden die Leadership Commitments weltweit eingeführt. Seit Februar 2019 werden Leadership Activation Sessions durchgeführt, um alle Mitarbeiter in einen offenen Dialog einzubeziehen. Um einen ersten Eindruck von der Wirkung und dem Verständnis der Leadership Commitments zu erhalten, wurde im Juli eine Mitarbeiterbefragung zu diesem Thema durchgeführt, die gezeigt hat, dass die Leadership Commitments insgesamt positiv angenommen werden. Unser Ziel ist es, die Leadership Commitments tief in unserer Arbeitswelt zu verankern und erfolgreich nach ihnen zu handeln.



Sylvie Nicol, Mitglied des Vorstands, zuständig für Personal sowie Infrastruktur-Services, stellt die neuen Leadership Commitments vor.

Unsere Führungskultur

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

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

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

mäßige Teammeetings, Belegschaftsversammlungen und unsere → **digitalen Kommunikationskanäle** ergänzt.

Seit 2018 erhalten unsere Mitarbeiter zudem durch den Vorstandsvorsitzenden zeitnah und live Informationen über die Quartalsergebnisse in einer weltweit per Skype ausgestrahlten Veranstaltung. Das sogenannte „Quarterly CEO Update“ bietet die Gelegenheit, Fragen zu stellen und in einen offenen Dialog mit dem Vorstandsvorsitzenden, weiteren Vorstandsmitgliedern und dem Top-Management zu treten.

Neue Mitarbeiter-Kommunikationskampagnen

Zur Intensivierung des Austauschs mit den Mitarbeitern in Deutschland hat Henkel im Jahr 2019 die „HR Germany Close-up-Kampagne“ ins Leben gerufen. Das Angebot an die Mitarbeiter besteht aus drei Elementen: Bei den sogenannten Human Resources (HR) Talks werden jeweils relevante Personalthemen diskutiert. An Informationsständen haben die Mitarbeiter darüber hinaus die Möglichkeit, Kollegen aus der Personalabteilung ihre persönlichen Fragen direkt zu stellen. Zu guter Letzt können die Teilnehmer Feedback zur Veranstaltung, Themenvorschläge für die Zukunft und zu HR im Allgemeinen geben. Zusätzlich zu den HR Talks werden themenbezogene „Coffee Chats“ angeboten. Dabei stehen persönliche Fragen von Mitarbeitern zu verschiedenen Personalthemen im Vordergrund und können mit den Kollegen aus den lokalen HR-Teams in einer kleinen Runde von drei bis vier Personen besprochen werden.

Die HR Close-up-Veranstaltungen werden im Jahr 2020 fortgeführt und nach dem erfolgreichen Start in Düsseldorf auch auf andere deutsche Standorte ausgeweitet.



Beim zweiten HR Close-up Event im Oktober 2019 konnten sich die Teilnehmer in Düsseldorf über die umfassenden Sozialleistungen von Henkel informieren. Neben langjährig etablierten sozialen Leistungen wie der Altersvorsorge oder dem Mitarbeiter-Aktienprogramm ESP wurden auch neue Angebote wie CareFlex oder das Henkel-Dienstrad thematisiert.

Mitarbeitervertretung

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



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

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

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

Umgang mit strukturellen Veränderungen

Der Erhalt von Arbeitsplätzen und der verantwortungsvolle Umgang mit notwendigen strukturellen Veränderungen sind uns wichtig. Um die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu gewährleisten, passen

wir unsere Strukturen kontinuierlich an die Marktgegebenheiten an. Sofern Arbeitsplätze hiervon betroffen sind, treten wir mit den Mitarbeitervertretungen in einen lösungsorientierten Dialog, bevor Maßnahmen getroffen werden. Selbstverständlich beachten wir dabei die geltenden Mitbestimmungsgesetze und wenden je nach Maßnahme die vorgeschriebenen Verfahren an. Es ist unser Ziel, Vereinbarungen mit sozialverträglichen Regelungen für die jeweiligen Mitarbeiter zu treffen. Bislang haben wir auf diesem Weg notwendige Restrukturierungen in fairen Interessenausgleichen regeln können. Die Maßnahmen reichen dabei von speziellen Altersteilzeitmodellen und vorzeitigen Pensionierungen bis hin zur Unterstützung bei der beruflichen Qualifizierung und Neuorientierung.

Gesundheit und Vitalität

Wir stärken die Gesundheit und Vitalität unserer Mitarbeiter als Basis für eine agile und leistungsfähige Organisation. Dazu setzen wir auf weltweit einheitliche Standards zum Gesundheitsschutz und bieten gezielte Gesundheitsförderungs- und Vorsorgeprogramme an. Auf diese Weise beugen wir arbeitsplatzbedingten und allgemeinen Gesundheitsrisiken vor, die zu Erkrankungen führen können. Unser breites Gesundheitsangebot an den Standorten adressiert sowohl die Förderung der physischen Gesundheit unserer Mitarbeiter, beispielsweise über Nichtraucher-Seminare, → **Vorsorgeuntersuchungen** und Aids-Prävention, als auch den Erhalt ihrer mentalen Vitalität, zum Beispiel durch Stressmanagement. Wichtige gesellschaftliche Trends wie den demografischen Wandel nehmen wir erfolgreich mit unserem Programm zum Erhalt der Arbeitsfähigkeit auf. Neben einer Vielzahl von regionalen und lokalen Programmen planen wir seit

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter**
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

2016 weltweit mit allen Standorten jedes Jahr eine große gemeinsame Gesundheitskampagne. Henkel hat sich zum Ziel gesetzt, mit jeder globalen Gesundheitskampagne im Umsetzungsjahr mehr als 90 Prozent der Mitarbeiter weltweit zu erreichen.

Das betriebliche Gesundheitsmanagement von Henkel wurde im Jahr 2018 erstmalig in einem umfangreichen ganztägigen Audit geprüft und bekam beste Leistungen in allen Prüfungsfeldern bescheinigt. Aufgrund seines ganzheitlichen systematischen Ansatzes und der innovativen Programme wurde Henkel beispielsweise mit dem deutschen Corporate Health Award 2018 ausgezeichnet und erreichte den ersten Platz in der Kategorie „Konsumgüter“.

Globales Gesundheitsmanagement

Maßnahmen zum Erhalt und zur Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter haben bei Henkel eine lange Tradition und einen ganz besonderen Stellenwert. Was vor fast 110 Jahren mit einer Krankenstube für die Mitarbeiter anfang, hat sich zu einem professionellen, globalen Gesundheitsmanagement entwickelt.



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

Um an allen Standorten eine ganzheitliche Gesundheitsversorgung sicherzustellen, arbeiten wir kontinuierlich an der Etablierung einheitlicher Grundsätze. Ein wichtiger Schritt war 2014 die Einführung von globalen Kennzahlen zum Gesundheitsschutz. Im Jahr 2019 haben wir diese aktualisiert und erweitert. Wir erfassen nun die Verfügbarkeit von Ersthelfern, die Durchführung medizinischer Notfallübungen, das Angebot einer Gripeschutzimpfung, die Teilnahme an der globalen Gesundheitsaktion sowie die Durchführung arbeitsmedizinischer Vorsorgeuntersuchungen. Diese Kennzahlen werden von allen Henkel-Standorten weltweit jährlich berichtet. Zusätzlich berichten die Standorte Berufskrankheiten, sobald diese offiziell behördlich bestätigt wurden.

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



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

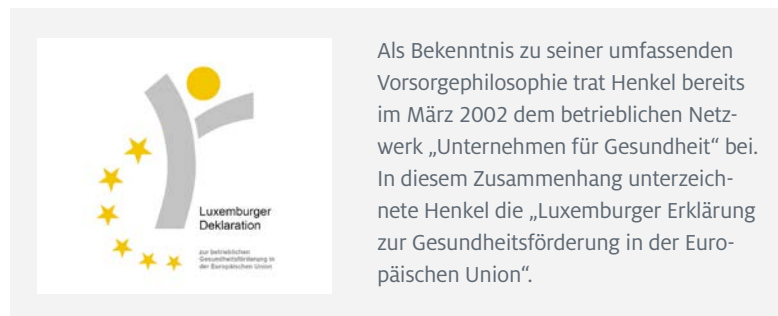
Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



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

Mentale Vitalität und eine gesunde Unternehmenskultur

In unserer komplexer und dynamischer werdenden Welt mit ständig wachsenden Anforderungen werden betriebliche Maßnahmen zur Erhaltung der mentalen Vitalität immer wichtiger. Hierzu bietet Henkel seinen Mitarbeitern Unterstützung an, zum Beispiel über Beratung zu den Themen Zeit-, Stress- und Konfliktmanagement sowie über Coaching als Präventiv-, Entwicklungs- und Bewältigungsangebot. Darüber hinaus gibt es maßgeschneiderte Versorgungsangebote zur frühzeitigen medizinischen Behandlung von Gesund-

heitsstörungen. Zudem ist es uns wichtig, unseren Führungskräften bewusst zu machen, dass sie eine Vorbildfunktion für ihre Mitarbeiter und Teams haben. In einem weltweit verfügbaren E-Learning für Führungskräfte vermitteln wir ihnen, wie sie zu mehr Motivation und einer besseren Arbeitsatmosphäre verbunden mit höheren Leistungen beitragen können – bei einer gleichzeitig geringeren Zahl von Krankheitsfällen.

An allen deutschen Standorten spielt das Angebot unserer Sozialen Dienste ebenfalls eine wichtige Rolle, um unsere Mitarbeiter in allen Lebenslagen professionell zu unterstützen. Es umfasst neben der psychosozialen Einzelfallberatung sowie einem betrieblichen Eingliederungsmanagement auch Unterstützung bei der → **Vereinbarkeit von Familie und Beruf**, zum Beispiel bei der Suche nach Kinderbetreuung oder im Fall von pflegebedürftigen Angehörigen. Im Jahr 2019 haben wir am Standort Düsseldorf unser Angebot um ein Potenzialtraining erweitert. Hierbei handelt es sich um ein präventives Gesundheitscoaching mit Einzel- und Gruppeneinheiten, das für die Lebensbereiche Familie und Beruf gemeinsam mit der gesetzlichen Krankenkasse Barmer und der BAG-Selbsthilfe realisiert wurde. Ziele sind die Stärkung der eigenen Persönlichkeit, das Sichtbarmachen vorhandener Ressourcen sowie das Erlernen hilfreicher Bewältigungsstrategien für den Umgang mit täglichen Herausforderungen in Beruf und Alltag.

An anderen Standorten unterstützen externe Serviceangebote entsprechend den lokalen Anforderungen die Bedarfslagen der Mitarbeiter. Auch unsere Initiativen zur → **flexiblen Arbeitszeitgestaltung** sollen helfen, die Balance zwischen Arbeit und Privatleben zu verbessern und Stressfaktoren zu reduzieren.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care

Mitarbeiter

- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Demografie und Arbeit 4.0: Programm zum Erhalt der Gesundheit und Arbeitsfähigkeit

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels stellt sich die Frage, was Henkel und seine Mitarbeiter tun können, um eine längerfristige Beschäftigungsfähigkeit bis zum 67. Lebensjahr zu ermöglichen. Außerdem ergeben sich aus dem Wandel der Arbeitswelt durch Digitalisierung, Arbeitswelt 4.0 und Verlagerung zu kognitiv anspruchsvolleren Tätigkeiten neue Herausforderungen.

An unserem Hauptsitz in Düsseldorf haben wir im Jahr 2013 daher ein Demografie-Programm ins Leben gerufen. Das ganzheitliche Konzept beinhaltet eine Kombination aus arbeitsmedizinischer Vorsorge mit allgemeinem Gesundheits-Check, Workability Index und Mitarbeiterbefragung. 2019 wurde dieses Programm um das Verfahren „TOP Check 4 Health“ ergänzt. Hierbei analysieren Vorgesetzte und Mitarbeiter Arbeitsbedingungen in den verschiedenen Tätigkeitsbereichen und bewerten diese. Die jeweilige Abteilung bekommt über die Kombination aus Mitarbeiterbefragung und „TOP Check 4 Health“ Rückmeldung, ob es in Bezug auf Gesundheit, Arbeitsbedingungen und Arbeitsanforderungen Verbesserungsbedarf gibt, und legt entsprechende Maßnahmen fest. Die teilnehmenden Mitarbeiter werden zudem über ihren individuellen Bedarf an Maßnahmen für die Verbesserung und Erhaltung ihrer Gesundheit und Leistungsfähigkeit informiert und erhalten zielgerichtet Vorschläge und Angebote.

Vierte globale Gesundheitsaktion „Protect Your Life“

Nach den ersten drei globalen Gesundheitsaktionen „Save a Life“, „Active Life“ und „4 for Life“ lag im Jahr 2019 die Vorbeugung von Infektionskrankheiten im Fokus der Gesundheitskampagne. Unter dem Namen „Protect Your Life“ klärten unsere Werksärzte über wichtige und effektive Präventionsmaßnahmen wie Impfungen oder eine richtige Handhygiene auf.



Da etwa 80 Prozent aller Infektionskrankheiten laut Weltgesundheitsorganisation über die Hände übertragen werden, ist eine sorgfältige Handhygiene eine wichtige Voraussetzung, um Krankheiten vorzubeugen. Hierauf wurde unter anderem durch einen Sticker mit der Aufforderung „Wash your hands before you go-go“ aufmerksam gemacht.

Eine häufige Infektionskrankheit ist die „echte“ Grippe (Influenza). Mit der Gesundheitskampagne wurde daher 2019 das Angebot von Grippeimpfungen an den Henkel-Standorten weltweit besonders angesprochen. Darüber hinaus erhielten die Mitarbeiter sowohl detaillierte Informationen zu verschiedenen Impfungen als auch Widerlegungen der häufigsten Einwände. Neben praktischen Hygienetipps wurden die Informationen auf einem weltweit zugänglichen Aktionsportal bereitgestellt und aktiv in alle Kanäle kommuniziert. Außerdem wurden in dem Portal lokale Aktivitäten gesammelt, die aus der globalen Aktivierung durch die Gesundheitsaktion erfolgten. Auf diese Weise konnten mit „Protect Your Life“ mehr als 90 Prozent der Mitarbeiter erreicht werden.



Auch neun Standorte in Portugal und Spanien mit etwa 1.000 Mitarbeitern nahmen an der Gesundheitsaktion „Protect Your Life“ teil.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Arbeitssicherheit

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

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



Im Rahmen der sogenannten „SHE-Hacks“, welche die Sicherheit am Arbeitsplatz durch einfache Verhaltensweisen erhöhen sollen, wurde das Konzept „You Never Walk Alone“ entwickelt. Silhouetten an den Wänden neben Treppenläufen sowie „Crime Scenes“ am Fuß von Treppen erinnern wirkungsvoll an die Gefahren, die unachtsames Treppensteigen mit sich bringen kann.

Maßnahmen für mehr Arbeitsschutz und -sicherheit

Beim „Sicherheits-, Gesundheits- und Umwelttag“ (SHE-Tag), der 2019 beispielsweise auch am Standort Düsseldorf stattgefunden hat, lag der Schwerpunkt auf Unfallvorbeugung. Rund 350 Mitarbeiter nahmen daran teil. Um dies zu ermöglichen, stand sogar die Produktion an diesem Tag still. An insgesamt zwölf Trainingsstationen wurden spezifische Themen wie Hygiene oder das Verhalten bei Leckagen aufgegriffen. Jede Station wurde auf Basis von Erfahrungswerten aus vergangenen Ereignissen entwickelt und von einem externen oder internen Experten begleitet.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Eine von zwölf Stationen beim SHE-Tag von Adhesive Technologies: Mitglieder der Henkel-Werkfeuerwehr zeigten den Teilnehmern, worauf sie bei einer Reanimation achten müssen.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies konzentriert sich seit 2015 auf eine globale Ausweitung des „Culture-Based Safety (CBS)“-Programms. Das Kernelement ist der offene Dialog über sichere wie auch riskante Verhaltensweisen im Arbeitsalltag, um Vorfälle zu vermeiden. Der Fokus liegt hierbei auf der gegenseitigen Ermutigung zu sicherem Verhalten und auf konstruktivem Feedback bei Fehlverhalten. Allein im Jahr 2019 wurden weltweit mehr als 90.000 solcher Dialoge an 160 verschiedenen Standorten geführt. Nach der erfolgreichen Einführung des CBS-Programms haben wir uns 2019 besonders darauf konzentriert, die Qualität unserer Dialoge zu verbessern, und das lokale Management unserer Standorte gebeten, ihre Ergebnisse zu bewerten. Dies wird auch im Jahr 2020 Priorität haben, wobei wir unseren Fokus auf die Standardisierung der Methode zur Qualitätsmessung richten und die Standorte dazu anregen, mit der monatlichen Berichterstattung ihrer Ergebnisse zu beginnen. Darüber hinaus ist an allen Standorten ein Auffrischkurs für CBS-Schulungen geplant.



„Your Lock, Your Life“ („Dein Schloss, Dein Leben“) war im Jahr 2019 der Name einer globalen Initiative des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies für die Sicherheit bei Maschinen und Anlagen. In ihrem Mittelpunkt stand ein Präventionsprogramm zur Gewährleistung der Sicherheit an Maschinen und Anlagen mittels „Lock out, Tag out, Try out“, auch bekannt als LOTOTO. Es beschreibt ein Verfahren, um Maschinen und Anlagen vor Reparatur-, Reinigungs-, Wartungs- oder Instandhaltungsarbeiten nicht nur ab-, sondern komplett energiefrei zu schalten („lock out“), klar zu kennzeichnen („tag out“) und auf Energiefreiheit zu kontrollieren („try out“). Etwa 1.300 Mitarbeiter wurden 2019 weltweit in diesem Sicherheitsverfahren geschult, um das Risiko von Verletzungen durch gefährdende Energien auszuschließen.

Auch an unseren weltweiten Standorten des Unternehmensbereichs Beauty Care fanden zu verschiedenen Themengebieten im Bereich Gesundheit sowie Arbeitsschutz und -sicherheit eine Vielzahl von Trainings statt. An unserem thailändischen Standort in Chonburi wurden im Rahmen eines sogenannten SHE-Trainingskurses mehr als 15 verschiedene Themen an etwa 500 Teilnehmer vermittelt.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Inhaltlich ging es dabei beispielsweise um Risikovor- sorge, Achtsamkeit, Gesundheit oder Nachhaltigkeit. Zudem fanden an unserem nordamerikanischen Standort in Geneva Sicherheits-, Ergonomie- und Erste-Hilfe-Schulungen statt sowie Trainings für das örtliche Notfallteam.

Im Jahr 2019 konzentrierte sich der Unternehmensbereich Laundry & Home Care auf die Verbesserung der Mitarbeiterbeteiligung an Sicherheitsprogrammen. An einer internationalen Initiative nahmen 42 Standorte und mehr als 7.000 Mitarbeiter teil. Neben der Stärkung



Unter dem Aspekt der Digitalisierung von Sicherheitsthemen hat der Unternehmensbereich Laundry & Home Care zwei Mitarbeiter-Apps entwickelt. Die „Life Saving Rules“-App verschafft den Mitarbeitern einfachen Zugang zu den wichtigsten Sicherheitsregeln, die auf der Grundlage historischer Unfallraten zusammengetragen und definiert wurden. Die App „Behavior Based Safety Walkaround“ ist ein papierloses Berichtssystem, das das langjährige Sicherheitsprogramm des Unternehmensbereichs erweitert und standardisiert. Sie ermöglicht es, Sicherheitsbedenken direkt und einfach zu melden. Die global zusammengetragenen Informationen bilden einen guten Indikator für potenzielle Gefahren.

der Kommunikation zwischen dem Management und Produktionsmitarbeitern – mit dem Ziel, die Sicherheitskultur zu verbessern – wurden in kleinen Gruppen an den jeweiligen Standorten Arbeitsplatzbegehungen durchgeführt sowie bei identifizierten Gefahren Sofortmaßnahmen zur Behebung ergriffen. Darüber hinaus implementierte der Unternehmensbereich 2019 eine standortübergreifende „Safety 4 LIFE“-Kampagne, die dazu diente, das Bewusstsein der Mitarbeiter zum Thema Sicherheit zu erhöhen und so der Entstehung von Unfällen vorzubeugen. Sie beinhaltet ein Training für neue und bestehende Mitarbeiter, das grundlegende Sicherheitsregeln bezüglich Vorbildlichkeit, Informationsweitergabe an Zuständige, Intervention in Gefahrensituationen sowie Identifizierung von Sicherheitsrisiken vermittelt.

Status 2019

Im Jahr 2019 haben wir bei unseren Mitarbeitern 0,7 Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden erfasst. Das entspricht einer Verbesserung um 42 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2010. Trotz unseres kontinuierlichen Engagements für Arbeitssicherheit kam es in unserem indischen Werk in Kurkumbh zu einem Arbeitsunfall, bei dem ein Mitarbeiter bei einer Verpuffung schwere Verbrennungen erlitt und trotz unmittelbarer notärztlicher Versorgung im Krankenhaus leider seinen Verletzungen erlag.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement**
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Gesellschaftliches Engagement



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

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Gesellschaftliches Engagement

Freiwilliges gesellschaftliches Engagement – auch Corporate Citizenship genannt – ist seit der Firmengründung durch Fritz Henkel im Jahr 1876 ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Dieses langfristige Bekenntnis des Unternehmens, sich über die Geschäftstätigkeit hinaus gesellschaftlich zu engagieren, zeigt sich besonders deutlich in der Gründung der **Fritz Henkel Stiftung** im Jahr 2011. Grundlage dieses Engagements sind die vier Säulen unseres Corporate-Citizenship-Programms: ehrenamtliches Mitarbeiterengagement, gesellschaftliche Partnerschaften, Markenengagement und Nothilfe. Bis 2020 wollen wir im Rahmen dieses Engagements die Lebensqualität von zehn Millionen Menschen verbessern. Dieses Ziel haben wir 2019 frühzeitig erreicht.

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

Besonders wichtig sind uns die Bildung und die beruflichen Chancen junger Menschen. Mithilfe unserer Mitarbeiter und Initiativen setzen wir uns dafür ein, Bildungsangebote zu verbessern, zum Beispiel durch unsere **Forschernetzwerk-Initiative**, unser **Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm** in Grundschulen und unsere langjährige Kooperation mit **Teach First**.

Unsere vier Säulen



Ehrenamtliches Mitarbeiterengagement

Durch unsere Initiative „MIT Ehrenamt“ unterstützen wir das freiwillige und ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter und Pensionäre.



Gesellschaftliche Partnerschaften

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



Markenengagement

Auch unsere Marken engagieren sich, in Anlehnung an unsere Nachhaltigkeitsstrategie, direkt weltweit für gesellschaftliche Initiativen und öffentliche Einrichtungen.



Nothilfe

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

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Ehrenamtliches Mitarbeiterengagement

Seit Gründung der Initiative „MIT Ehrenamt“ im Jahr 1998 haben wir die **ehrentlichen Tätigkeiten** von Henkel-Mitarbeitern und -Pensionären in über 15.500 Projekten und mehr als 100 Ländern in aller Welt gefördert. Gleichzeitig schließen sich immer mehr Mitarbeiter und Pensionäre zusammen, um größere soziale Projekte zu realisieren.

Warme Mahlzeiten für Menschen in Not

Seit über zehn Jahren engagiert sich Henkel-Mitarbeiter Duff Michowski für St. Leo's Soup Kitchen in Detroit, USA. Die wohltätige Organisation bereitet jährlich über 40.000 Suppen und warme Mahlzeiten für Menschen in Not zu. Dank einer Förderung der MIT-Initiative konnte die Suppenküche im Jahr 2019 einen dringend benötigten neuen Ofen, eine Theke zum Warmhalten der Speisen und eine Kühltheke anschaffen.



Seit vielen Jahren engagiert sich Henkel-Mitarbeiter Duff Michowski für St. Leo's Soup Kitchen in Detroit, USA. Die Organisation stellt warme Mahlzeiten, Duschmöglichkeiten, Kleidung und medizinische Versorgung für Menschen in Not bereit.

Gemeinsam gegen Plastikmüll

Henkel hat im Rahmen seines Engagements für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft und für die Vermeidung von Plastikabfall in der Umwelt eine globale Mitarbeiter-Initiative gestartet: Auf der ganzen Welt haben sich im Jahr 2019 rund 1.300 Henkel-Mitarbeiter an Sammelaktionen beteiligt und Müll von Flussufern, aus Parks oder Städten entfernt. Ziel der „Trashfighter“-Initiative ist es, das Bewusstsein für Abfall in der Umwelt weiter zu stärken. In Thailand beispielsweise haben Teams an Stränden Abfall gesammelt – neben Plastikmüll auch Fischernetze oder Glasflaschen. In den USA fanden 16 Sammelaktionen an verschiedenen Standorten statt.



Henkel-Mitarbeiter in Russland haben Plastikmüll rund um ihre Standorte gesammelt. Die Aktion ist Teil der „Trashfighter“-Initiative von Henkel, bei der Mitarbeiter in 18 Ländern Sammelaktionen organisiert haben, um dazu beizutragen, ihre Umgebung, Städte, Parks oder Grünanlagen von Abfall zu befreien.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen


Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Gesellschaftliche Partnerschaften

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


Neues Zuhause für Familien in Not

Bereits seit 2014 bauen Mitarbeiterteams von Henkel in Kooperation mit  „Habitat for Humanity“ regelmäßig Häuser für hilfsbedürftige Familien. Im Rahmen von einwöchigen „Baureisen“ halfen Henkel-Mitarbeiter auch 2019 beim Bau von Mehrfamilienhäusern für Bedürftige in Nordmazedonien. Zusätzlich werden diese Einsätze mit Sachspenden von Henkel unterstützt, beispielsweise mit Baumaterialien.



Gemeinsam mit „Habitat for Humanity“ gingen Henkel-Mitarbeiter auch 2019 wieder auf „Baureise“, um Familien wortwörtlich ein neues Zuhause zu schaffen, hier in Nordmazedonien.

Sicherer Übergang in den Beruf

Seit 2012 ist Henkel zusammen mit der Fritz Henkel Stiftung Hauptförderer der gemeinnützigen Bildungsinitiative  „Teach First Deutschland“, die Jugendliche zu einem besseren Schulabschluss ermutigt. Bei „Teach First“ unterstützen Hochschulabsolventen und zukünftige Führungskräfte Schulen in sozialen Brennpunkten und benachteiligten Gemeinden. Als zusätzliche Lehrkräfte helfen sie Schülern dabei, ihren eigenen Weg zu gehen und ihr volles Potenzial auszuschöpfen.



Bei „Teach First“ arbeiten Hochschulabsolventen verschiedener Fachrichtungen ehrenamtlich als zusätzliche Lehrkräfte an Brennpunktschulen.

In einem gemeinsamen Projekt mit der Initiative Joblinge und der Technischen Universität Braunschweig hat „Teach First Deutschland“ zudem 2019 den Fokus darauf gelegt, Jugendlichen speziell beim Übergang von der Schule in den Beruf zu helfen. Neben der Förderung von „Teach First Deutschland“ hat Henkel im Jahr 2019 zudem die Länderorganisationen in Argentinien, Brasilien, China, Indien, Kolumbien, Lettland, der Ukraine, den USA und Vietnam unterstützt.


- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement**
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Markenengagement

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

„Million Chances“

Mädchen und Frauen bei ihren Problemen tatkräftig zu begleiten, ihnen Selbstvertrauen und Perspektiven für ihr Leben zu vermitteln – dafür setzt sich die Initiative „Schwarzkopf Million Chances“ seit 2016 ein. Gefördert werden Hilfsprojekte weltweit, oft in Kooperation mit unabhängigen Organisationen wie etwa Plan International Deutschland e.V. in Ägypten, China und Kolumbien. In 27 Projekten wurden so im Jahr 2019 rund 10.200 Mädchen und Frauen weltweit erreicht.

2019 wurde auch der zweite  „Schwarzkopf Million Chances“ Award bei Henkel in Düsseldorf ausgerichtet. In einer feierlichen Zeremonie wurden → vier gemeinnützige Projekte ausgezeichnet, die sich für die Rechte und Chancen von Frauen und Mädchen einsetzen. Jedes Siegerprojekt erhielt ein Preisgeld von 10.000 Euro, ermöglicht durch die Fritz Henkel Stiftung.



Die Initiative SWANS gewann den „Million Chances“ Award 2019 in einem Public Voting. Die ehrenamtliche Organisation bietet Seminare für hochqualifizierte junge Frauen mit Migrationshintergrund und Women of Color an. Engagierte Studentinnen und Absolventinnen erhalten Schulungen zum Berufseinstieg und eine Plattform, um sich auszutauschen. Foto: Mai Vo Dieu/SWANS Initiative.

Unter dem Dach von „Million Chances“ befindet sich auch die langjährige Initiative → „Shaping Futures“: Seit 2010 bieten Schwarzkopf Professional und die SOS-Kinderdörfer Jugendlichen die Möglichkeit, eine Grundausbildung in den Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen und sich dadurch eine Existenzgrundlage aufzubauen. So konnten durch das ehrenamtliche Engagement von Friseuren und Mitarbeitern bereits über 2.500 Jugendliche aus 30 Ländern ausgebildet werden.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

„NaturKinder“

Im Rahmen der Initiative  „NaturKinder“ unterstützen Pro Nature und Rossmann das Umweltbewusstsein von Kindern. Seit der Gründung im Jahr 2013 fördert die Initiative die Umsetzung verschiedenster Projekte von Schulen, Kindergärten und gemeinnützigen Organisationen, die den verantwortungsvollen Umgang mit der Natur vermitteln. Zur Freude von mehr als 4.000 Kindern konnten bisher 89 Projekte von Vereinen und gemeinnützigen Organisationen sowie in Kindergärten und Schulen verwirklicht werden. So entstanden zum Beispiel eine Wasserspielanlage, eine Lerninsel, eine neu gestaltete Außenanlage mit einem Rückzugsort zum Träumen und Ausruhen und ein Forschermobil mithilfe der Initiative „NaturKinder“.



„Welcome Home“

Bereits zum vierten Mal wurde im Jahr 2019 das Programm → „Welcome Home“ fortgeführt. Mit diesem setzt sich der Unternehmensbereich Adhesive Technologies dafür ein, dass bedürftige Familien ein sicheres Zuhause haben. Henkel-Mitarbeiter aus dem Geschäftsfeld Konsumenten, Handwerk und Bau halfen gemeinsam mit Hilfsorganisationen bei der Sanierung und dem Bau von sicherem Wohnraum. 2019 fanden „Welcome Home“-Projekte in Brasilien, Bulgarien, Kanada, Kolumbien, auf den Philippinen, in Portugal, Rumänien, Ungarn und den USA statt.

Nothilfe

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

Erdbeben auf den Philippinen

Im Oktober 2019 ereigneten sich auf der philippinischen Insel Mindanao drei schwere Erdbeben innerhalb von zwei Wochen. Dabei kamen mindestens zwölf Menschen ums Leben, Hunderte weitere wurden verletzt. Zehntausende Menschen mussten aus ihren Häusern fliehen und in Notunterkünften untergebracht werden. Die Fritz Henkel Stiftung unterstützte eine lokale Hilfsorganisation bei der Anschaffung von Zelten, Decken, Kleidung, Lebensmitteln und Hygieneartikeln.

In Kooperation mit globalen und lokalen Organisationen unterstützte Henkel 2019 weiterhin den Wiederaufbau von Häusern und Städten nach Naturkatastrophen, zum Beispiel auf den Philippinen nach dem schweren Taifun „Haiyan“ von 2013.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog**
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Stakeholder-Dialog



- Ziele des Dialogs
- Integrierter Dialog
- Dialog mit Politikern und Behörden
- Verbände und internationale Initiativen
- Bildung für nachhaltige Entwicklung

Stakeholder-Dialog

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Ziele des Dialogs

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

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

2014 haben wir in einer umfassenden Umfrage unsere Stakeholder befragt, welche Themen für sie Priorität haben. Dabei hat sich bestätigt, wie wichtig für unsere Zielgruppen die Integration von Nachhaltigkeit in all unsere Aktivitäten, Produktlebenszyklen und darüber hin-



„Für den Finanzmarkt wird es immer wichtiger, zu verstehen, wie Unternehmen mit den globalen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung umgehen. Unsere klare Strategie und umfassende Berichterstattung sind dafür wichtige Grundlagen.“

Marco Swoboda

Mitglied des Vorstands und zuständig für den Unternehmensbereich Finanzen (Chief Financial Officer) / Einkauf / Integrated Business Solutions

ausgehend auch die Auswirkungen auf die Umwelt sind, die in den einzelnen Lebensphasen unserer Produkte auftreten. Ein weiteres Thema, das als besonders wichtig für unsere Anspruchsgruppen identifiziert wurde, betrifft die gezielte Unterstützung von Verbrauchern hinsichtlich nachhaltigerer Lebensstile und eines verantwortungsvolleren Umgangs mit unseren Produkten und deren Verpackung. Die Ergebnisse sind seit 2015 in die Weiterentwicklung unserer Strategie und unserer Ziele eingeflossen. So prägt der Stakeholder-Dialog unser Innovations- und Risikomanagement und hilft uns, unsere Nachhaltigkeitsstrategie und -berichterstattung stetig weiterzuentwickeln.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Integrierter Dialog

Alle Mitarbeiter weltweit sind dazu angehalten, sich in ihrem Arbeitsumfeld zu engagieren und die Leitsätze des nachhaltigen Wirtschaftens in ihre Entscheidungen einzubeziehen. Für viele Mitarbeiter zählt dazu auch der regelmäßige Austausch mit Stakeholdern. Im Rahmen des Stakeholder-Dialogs diskutieren Experten unserer Standorte und Unternehmensbereiche mit den entsprechenden Anspruchsgruppen über die jeweiligen lokalen und regionalen Herausforderungen. Konzepte und Lösungen können so individuell angepasst und wirkungsvoll umgesetzt sowie bewertet werden. Auch im Jahr 2019 kamen Henkel-Mitarbeiter wieder mit Vertretern aus Politik, Wissenschaft und Forschung sowie Wirtschaft und Gesellschaft zusammen.

Im Berichtsjahr wurde das Thema nachhaltige Verpackungen und Kreislaufwirtschaft bei vielen Veranstaltungen und Stakeholder-Dialogen als Schwerpunkt diskutiert. Um das Engagement von Henkel in diesem Bereich zu unterstreichen, sind wir Gründungsmitglied einer neuen Initiative zum Umgang mit Plastikabfall: der „Alliance to End Plastic Waste“ (AEPW). Fast 30 internationale Unternehmen aus der Wertschöpfungskette für Kunststoff und Konsumgüter haben sich zusammengeschlossen, um sich gemeinsam der globalen Herausforderung einer Kreislaufwirtschaft zu stellen. Ziel der Allianz ist es, Lösungen voranzutreiben, um Plastikabfall in der Umwelt, vor allem im Ozean, zu stoppen. Darüber hinaus ist Henkel Mitglied der „New Plastics Economy“ (NPEC), einer Initiative der Ellen MacArthur-Stiftung, die verschiedene Akteure zusammenbringt, um die zukünftige Verwendung von Plastik zu gestalten und



Die Veranstaltung „Circular Economy Mission“ steht beispielhaft für den kontinuierlichen Austausch zwischen der Europäischen Kommission in Brüssel, regionalen Regierungsbehörden und Henkel zum Thema Kreislaufwirtschaft.

Impulse für eine Kreislaufwirtschaft zu geben. Außerdem setzt sich Henkel in dem von dm-drogerie markt ins Leben gerufenen Rezyklat-Forum ein.

Im Rahmen der „Circular Economy Mission“ trafen sich bereits zum zweiten Mal Vertreter der Europäischen Kommission und der Landesregierung NRW mit Henkel-Experten aus allen drei Unternehmensbereichen in Düsseldorf zum Austausch über das Thema Kreislaufwirtschaft. Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum, Leiter der globalen Forschung und Entwicklung im Unternehmensbereich Laundry & Home Care, stellte den Nachhaltigkeitsansatz von Henkel vor und vertiefte insbesondere die Aspekte Verpackung und Recycling.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog**
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen



In einem Live-Talk auf der K-Messe stellte Dr. Thorsten Leopold (links), Leiter der internationalen Verpackungsentwicklung Home Care bei Henkel, gemeinsam mit Mario Schmidt von BASF das ChemCycling-Projekt vor.

Auf der K-Messe in Düsseldorf, einer der wichtigsten Messen der Kunststoff- und Kautschukindustrie, präsentierte Henkel im Jahr 2019 Beiträge zur Kreislaufwirtschaft. Dr. Thorsten Leopold, Leiter der internationalen Verpackungsentwicklung Home Care bei Henkel, stellte gemeinsam mit BASF einen innovativen Ansatz zum chemischen Recycling vor. Das [ChemCycling-Projekt](#) mit BASF und dem Verpackungshersteller Alpla ist ein weiteres Beispiel für das Engagement von Henkel im Bereich nachhaltige Verpackungen und bietet großes Potenzial als Ergänzung zum mechanischen Recyclingprozess.

An einer Besichtigung der größten Recyclinganlage Nordamerikas nahmen Mitarbeiter von Henkel und drei Vertreter von TerraCycle, einem Partnerunternehmen von Henkel, teil. Die Teilnehmer konnten Recyclingprozesse hinter den Kulissen erleben und ihre Kenntnisse im Bereich der Kreislaufwirtschaft vertiefen. Im Mittelpunkt der Besichtigung stand das Thema Materialrückgewinnung und es wurde gezeigt, wie intelligentes Verpackungsdesign eine Kreislaufwirtschaft unterstützt.



Bei der Besichtigung der größten Recyclinganlage Nordamerikas blickten Henkel-Mitarbeiter auf rund 800 Tonnen aus Abfall gewonnene Wertstoffe, die hier täglich aus ganz New York City zusammenkommen und verarbeitet werden.

Am Standort in Perm, Russland, hat Henkel gemeinsam mit den lokalen Behörden das Projekt „Effektive Verpackung“ gestartet. In der Stadt wurden rund 120 Container für die Sammlung von Kunststoffverpackungen aufgestellt. Dieser Verpackungsabfall wird in einem nächsten Schritt von einer lokalen Organisation zu einem Granulat zur Herstellung von PET-Flaschen für Henkel-Produkte verarbeitet. Darüber hinaus hat Henkel im Rahmen des Projekts Kurse für Kinder und ihre Eltern angeboten. Diese konnten lernen, wie sich verschiedene Verpackungsarten unterscheiden, wie diese verarbeitet werden können und wie Verpackungsabfälle die Umwelt beeinflussen. Anschließend wurde aufgezeigt, welchen Beitrag Henkel leistet, um negative Umweltauswirkungen zu mindern.

Auch beim Internationalen Tag der Vereinten Nationen im Oktober 2019 wurden die Themen Verpackung und Nachhaltigkeit diskutiert. Henkel Ibérica veranstaltete in diesem Rahmen mit Unterstützung

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog**
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

von Corresponsables, einem führenden spanischen Medienunternehmen im Bereich Nachhaltigkeit, einen runden Tisch zum Thema „Nachhaltiger Konsum“. Vertreter verschiedener Unternehmen, Medien und Institutionen kamen zusammen und diskutierten über die Verringerung von negativen Umweltauswirkungen von Konsum und erfolgreiche Initiativen zur Reduzierung der Abfallerzeugung im Einklang mit den Zielen für eine nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen.



Henkel Ibérica organisierte eine Veranstaltung zu nachhaltigem Konsum und Kreislaufwirtschaft, bei der verschiedene Stakeholder über die negativen Auswirkungen von Konsum und mögliche Lösungsansätze diskutierten.

Ein weiteres Projekt, das 2019 bereits zum dritten Mal in Folge umgesetzt wurde, ist die Kooperation von Henkel UK mit „The Guardian“, einem weltweit agierenden Medienunternehmen. Die Themenreihe „Sustainability Unwrapped“ befasst sich mit den Themen Kunststoffe und Verpackungen. Abgeschlossen wurde die Kampagne durch einen runden Tisch im Oktober 2019. Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft sowie Vertreter von Regierungsorganisationen kamen zusammen,



In der Diskussionsrunde im Rahmen der „Sustainability Unwrapped“-Kampagne mit dem britischen „The Guardian“ wurde darüber diskutiert, was Unternehmen tun können, um Kunststoffabfälle zu reduzieren und zu vermeiden.

um darüber zu diskutieren, welche Maßnahmen für Kunststoffe und Verpackungen erforderlich sind, um die Umweltbelastung zu reduzieren. Uwe Bergmann, Global Head of Sustainability Management, repräsentierte Henkel.

In vielen Ländern, sogar außerhalb Europas, beteiligte sich Henkel auch 2019 wieder an der „European Sustainable Development Week“. Henkel Singapur unterstützte in diesem Rahmen zum Beispiel die staatliche „Zero Waste“-Bewegung, die sich das Ziel gesetzt hat, einen verantwortungsvollen Umgang mit Abfall zu fördern. Auf den Philippinen gab es Upcycling-Projekte und Sammelaktionen für Kunststoff und Elektromüll.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Im Rahmen der jährlichen Nachhaltigkeitswoche bastelten Henkel-Mitarbeiter des Shared Service Centers in Manila, Philippinen, Stiftehalter aus alten Papprollen.

Anspruchsvolle Themen wie das Vorantreiben einer nachhaltigen Palmölwirtschaft bearbeitet Henkel in enger Zusammenarbeit mit seinen Stakeholdern – darunter auch Nichtregierungsorganisationen wie der World Wide Fund for Nature (WWF) und Handelsketten wie Carrefour. Seit 2008 ist Henkel Mitglied der branchenübergreifenden Initiative [RSPO](#) „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO), der weltweit größten Organisation für die Zertifizierung von Palmöl. Gemeinsam mit dem RSPO und der internationalen Entwicklungsorganisation Solidaridad sollen Fortschritte bei der nachhaltigen Produktion von **→ Palm- und Palmkernöl** erreicht und laufende Partnerschaften zur Förderung einer nachhaltigen Palmölwirtschaft weiter ausgebaut werden. Bei der 17. jährlichen Konferenz des RSPO, die 2019 in Bangkok stattfand, wurde Henkel für den Beitrag zur Förderung einer nachhaltigen Palmölwirtschaft durch Fortasbi, das indonesische Forum für nachhaltige Palmölproduzenten, ausgezeichnet.

Die Partnerschaft zwischen Solidaridad und Henkel wird stetig weiter ausgebaut. Kleinbauern produzieren rund 40 Prozent des weltweiten Palm- und Palmkernöls. Eine wichtige Frage in den Anbauländern ist, wie der Ertrag bei gleicher Fläche gesteigert werden kann. Henkel und BASF arbeiten deshalb mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad zusammen und setzen sich so gezielt für Kleinbauern und lokale Initiativen ein. Im Jahr 2019 war das 50-jährige Jubiläum von Solidaridad Anlass für eine Bilanz: Henkel unterstützt derzeit sieben Initiativen in Ghana, Honduras, Indonesien, Kolumbien, Mexiko, Nicaragua und Nigeria. Im Jahr 2016 konnten allein in Honduras 17.500 Bauern und Landarbeiter in modernen Anbautechniken geschult werden, wodurch sie ihre Erträge um über 25 Prozent steigern konnten. Insgesamt wurden bereits rund 30.000 Kleinbauern auf rund 300.000 Hektar Anbaufläche erreicht. Weitere Ambitionen bestehen nun in der Reduktion der Treibhausgase in der Wertschöpfungskette für Palmölprodukte.

Henkel hat im Berichtsjahr auch an dem globalen Treffen der Tropical Forest Alliance (TFA) in Bogotá, Kolumbien, teilgenommen. Bei der Initiative des Weltwirtschaftsforums stellte Henkel seine Nachhaltigkeitsstrategie und beispielhaft die Zusammenarbeit mit Solidaridad für die Förderung von nachhaltigem Palmöl vor. Das Projekt in Kolumbien unterstützt Kleinbauern mit einer App, die ihnen hilft, ihre Produktivität zu steigern und gleichzeitig die Umweltbelastung zu reduzieren.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)**
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)



Zu einer nachhaltigen Palmölwirtschaft gehören auch nachhaltige Anbaumethoden, hier beispielsweise in Kolumbien. Foto: Fedepalma.

Auch in Deutschland setzt sich Henkel für eine nachhaltige Palmölwirtschaft ein. Das [Forum für nachhaltiges Palmöl \(FONAP\)](#) ist ein Zusammenschluss von 52 Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, Verbänden und dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). Es wurde 2013 gegründet und basiert auf einer Initiative der Firmen Henkel, Rewe und Unilever sowie des WWF. Die Selbstverpflichtung des FONAP für ordentliche Mitglieder umfasst drei Säulen: die Umstellung auf nachhaltig zertifiziertes Palmöl, Palmkernöl sowie Fraktionen und Derivate; Lieferantendialoge zu den Themen Rückverfolgbarkeit und Erreichung der Zusatzkriterien; sowie eine detaillierte Berichterstattung zur Zielerreichung. Auch Henkel verpflichtete sich dazu, 100 Prozent massenbilanzierte Palmprodukte bis 2020 einzusetzen und so seinen eigenen Bedarf zu decken.

Beim [Deutschen Nachhaltigkeitspreis](#) – der mit rund 2.000 Teilnehmern meistbesuchte Kongress zum Thema Nachhaltigkeit in Deutschland – nutzten Experten von Henkel die Gelegenheit, mit Stakeholdern ins Gespräch zu kommen und sich über die Nachhaltigkeitsstrategie sowie den Beitrag der Marken zur Nachhaltigkeit auszutauschen. Beim Kongress zum Deutschen Nachhaltigkeitstag 2019 war Henkel mit einem Stand zum Thema „klimapositiv“ vertreten. Besucher und Teilnehmer konnten sich über die Fortschritte von Henkel im Bereich Klimaschutz und die Beiträge entlang der Wertschöpfungskette informieren. Darüber hinaus war Uwe Bergmann, Global Head of Sustainability Management, Teil einer Diskussionsrunde zum Thema „Klimawandel – greifbare Lösungen“, die vorhandene Lösungsansätze und bestehende Barrieren der Umsetzung aufgriff. Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis ist eine Initiative der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V. in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung, dem Rat für nachhaltige Entwicklung, Wirtschaftsvereinigungen, kommunalen Spitzenverbänden, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Forschungseinrichtungen.



Uwe Bergmann, Global Head of Sustainability Management (2. von links), diskutierte beim Deutschen Nachhaltigkeitstag mit Dr. Katherine Wilkinson, Luisa Neubauer, Prof. Dr. Maja Göpel und Prof. Dr. Uwe Schneidewind über das Thema Klimawandel.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Energieberatungstage in Düsseldorf: An den Infoständen der Verbraucherzentrale wurden interessierte Henkel-Mitarbeiter zum Thema Energiesparen beraten.

Bei den Energieberatungstagen am Standort in Düsseldorf gab die Verbraucherzentrale Tipps zum Energiesparen im Haushalt. Henkel-Mitarbeiter konnten sich in zwei verschiedenen Vorträgen und an Infoständen Informationen hierzu holen und sich beraten lassen.

Dialog mit Politikern und Behörden

Politiker und Behörden greifen im Rahmen **politischer Entscheidungsprozesse** häufig auf die Expertise von Unternehmen zurück. So nutzen wir die Möglichkeit, fundiertes Erfahrungswissen zur Verfügung zu stellen und gleichzeitig die Auswirkungen politischer Überlegungen auf Henkel, unsere Mitarbeiter und Geschäftspartner zu erläutern. Unser weltweit geltender „Public Affairs Standard – Representation of Interests in Public Affairs“ gibt hierfür klare Verhaltensregeln. Darüber hinaus informieren wir offen über unsere Interessen-

felder und den Umfang unserer politischen Arbeit, etwa im Rahmen unserer Eintragung in das Transparenz-Register der Europäischen Union.

Bei einer Podiumsdiskussion im Vorfeld der Europawahl 2019 kamen am Standort in Düsseldorf Henkel-Mitarbeiter und Politiker zusammen. In einer Diskussionsrunde zum Thema „Ja – zu Europa“ wurden zentrale Fragestellungen angesprochen, zum Beispiel zu den Themen Digitalisierung und Globalisierung, aber insbesondere auch zu Klima- und Umweltschutz. Henkel lud in Kooperation mit dem Verband der **Verband der Chemischen Industrie (VCI)** ein, um die Bedeutung eines starken Europas zu unterstreichen.

Verbände und internationale Initiativen

Um gemeinsam mit anderen Stakeholdern nachhaltige Entwicklung aktiv mitzugestalten und voranzubringen, beteiligt sich Henkel an zahlreichen Initiativen auf nationaler und internationaler Ebene. Dazu zählt die Mitarbeit in Arbeitsgruppen und Industrieverbänden wie dem **World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)**, dem internationalen Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelverband **A.I.S.E.**, dem europäischen Kosmetikverband **Cosmetics Europe** sowie dem **Consumer Goods Forum (CGF)**. Sowohl unsere Erfahrung als auch unsere führende Rolle beim Thema Nachhaltigkeit bieten uns die Möglichkeit, die Diskussion über Lösungskonzepte zu nachhaltigem Konsum entlang der Wertschöpfungskette mitzugestalten. Henkel ist zudem Mitglied im **Verband der Chemischen Industrie (VCI)** und engagiert sich in der Initiative **Chemie³**, die sich aus dem VCI, der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE) und dem



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Bundesarbeitgeberverband Chemie (BAVC) zusammensetzt. Ziel der Initiative ist es, die Nachhaltigkeit in der Chemiebranche voranzutreiben.

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

Bildung für nachhaltige Entwicklung

Henkel ist es wichtig, über den eigenen Einflussbereich hinaus die Fragestellungen einer nachhaltigen Entwicklung aufzugreifen. Bereits im Jahr 2017 wurde der Lehrstuhl „Sustainability Management für Betriebswirtschaftslehre“ an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf von Dr. Christoph Henkel, der Konrad-Henkel-Stiftung sowie der Fritz Henkel Stiftung anlässlich des 25-jährigen Jubiläums der Fakultät gestiftet. Dort sollen die Lehre und internationale Spitzenforschung auf dem Gebiet Nachhaltigkeitsmanagement, im Speziellen nachhaltiges Verhalten, vorangetrieben und so ein Beitrag zu den globalen Herausforderungen des nachhaltigen Wirtschaftens geleistet werden. Seit dem Wintersemester 2018 ist Prof. Dr. Rüdiger Hahn Inhaber des neu eingerichteten Henkel-Stiftungslehrstuhls. Prof. Dr. Rüdiger Hahn forscht und lehrt zu zentralen Fragen des nachhaltigen Wirtschaftens an der Schnittstelle zu klassischen betriebswirtschaftlichen Disziplinen. Mit der Stiftungsprofessur hat Henkel seine Partnerschaft mit der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf weiter vertieft. Die Stifter stellen eine über zehn Jahre gestaffelte Fördersumme von insgesamt rund 2 Millionen Euro zur Verfügung.



Gastvortrag an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf: Laura Ribas, Marktforscherin im Bereich Wasch- und Reinigungsmittel bei Henkel, stellt interessierten Studenten die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens vor.

Externe Bewertungen

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

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen**
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Nachhaltigkeitsindizes 2019

ECPI Index



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

Global Challenges Index



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

Ethibel Nachhaltigkeitsindizes und -Investmentregister



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

MSCI World ESG Index und MSCI Europe ESG Index*



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

Euronext Vigeo Eiris Indices



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

STOXX ESG Leaders Indices



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

FTSE4Good Ethical Index



London: Henkel ist zum 19. Mal in Folge im Ethik-Index FTSE4Good vertreten, den die „Financial Times“ und die Londoner Börse im Jahr 2001 eingeführt haben.

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

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen**
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Nachhaltigkeitsratings 2019

EcoVadis



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

oekom research



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

Sustainalytics



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

Zürcher Kantonalbank



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

Weitere Bewertungen und Rankings

Carbon Disclosure Project



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

Syndiziertes „Green Loan“ verbunden mit Nachhaltigkeitsratings

Als erstes Unternehmen in Deutschland und innerhalb seiner Branche hat Henkel bereits 2018 eine Vereinbarung über einen sogenannten „Green Loan“ abgeschlossen. Die syndizierte Kreditlinie hat ein Gesamtvolumen von 1,5 Milliarden Euro und löst die beiden bestehenden 700-Millionen- bzw. 800-Millionen-Euro-Kreditlinien ab. Die Laufzeit beträgt bis zu sieben Jahre. Die Zinskonditionen sind an die Erfüllung fest definierter Nachhaltigkeitskriterien in Form von Sustainability-Ratings gebunden. Ausschlaggebend für die Anpassung der Zinskonditionen ist eine veränderte Bewertung in den Ratings von Sustainalytics, EcoVadis und ISS-oekom. Die Einbeziehung der unterschiedlichen Sustainability-Ratingagenturen gewährleistet eine ausgewogene und umfassende Bewertung der Nachhaltigkeitsleistungen von Henkel. Für den „Green Loan“ wurde Henkel 2019 mit dem Corporate Finance Award der „Börsen-Zeitung“ ausgezeichnet.



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen**
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Preise und Kundenauszeichnungen

Die externe Bewertung unserer Nachhaltigkeitsleistungen umfasst auch Auszeichnungen durch unsere Kunden sowie Preise von lokalen und nationalen Umwelt-, Wirtschafts- oder Regierungsorganisationen. Eine Auswahl für das Jahr 2019 ist hier abgebildet.



Frost & Sullivan Nachhaltigkeitspreis für Henkel Indien: 2019 gewann Henkel India zum vierten Mal in Folge den Nachhaltigkeitspreis von Frost & Sullivan. Das Unternehmen hatte sich bereits 2017 vom „Challengers Award“ zum „Leaders Award“ verbessert. In diesem Jahr wurde eine noch höhere Punktzahl erreicht. Das Bewertungssystem umfasst vier Parameter (Mission, Partnerschaft, Planet und Menschen) und honoriert Unternehmen, die für die Chancen und Risiken aus aktuellen Nachhaltigkeitstrends gut gerüstet sind.



Anerkennung für Beitrag zu Aufforstung und Klimaschutz

Guatemala: Henkel Guatemala hat eine Ehrung vom inab, der nationalen Forstbehörde, für die Teilnahme an einer Kampagne zur Aufforstung der Wälder und den Beitrag zum Klimaschutz erhalten. Das inab trägt sowohl national als auch international zur nachhaltigen Entwicklung des Forstsektors in Guatemala sowie zur Verbesserung der Wirtschaft und der Lebensqualität der Bevölkerung bei. Als eines von 13 teilnehmenden Unternehmen führte Henkel eine Aufforstung nahe der Waschmittelfabrik in Mixco durch. Dabei wurden 330 Bäume von Mitarbeitern und deren Familien gepflanzt. Durch die Auszeichnung wurde Henkel Guatemala zu einem der insgesamt 13 „Friends of Forest“ ernannt.



Auszeichnung mit „More Than a Market“ Award China: Henkel hat bei der Preisverleihung der Deutschen Handelskammer in China den „More Than A Market“ Award 2019 für das Projekt „Flying Hope“ im Rahmen des MIT-Programms zum sozialen und ökologischen Engagement von Henkel China erhalten. „Flying Hope“ ist ein Freiwilligenprojekt mit dem Ziel, Umweltschutzmaßnahmen und das Bewusstsein für Biodiversität zu fördern. Das Projekt wurde 2016 gegründet, um die Öffentlichkeit für den Schutz eines weltweit gefährdeten Küstenvogels zu sensibilisieren. In Zusammenarbeit mit Experten und einer NGO setzt sich Henkel China für den Schutz von Wasservögeln im Jangtse-Delta ein.



Umweltpreis für Henkel in Wien

Österreich: Der Henkel-Produktionsstandort in Wien wurde im Rahmen des Wettbewerbs von OekoBusiness Wien mit dem „Umweltpreis 2019“ ausgezeichnet. Der Preis zeichnet Wiener Unternehmen aus, die sich durch besonders innovative Umweltprojekte hervorheben. Es wurden die konsequente Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie sowie der ganzheitliche Ansatz gewürdigt. Die erzielten CO₂-Einsparungen haben wegen der Bedeutung des Werks für den mittel- und osteuropäischen Raum auch eine Wirkung über die Stadt Wien hinaus. Foto: Christian Houdek/PID

Kennzahlen

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere konzernweit erhobenen Kennzahlen schaffen Transparenz und helfen uns, Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren, Maßnahmen zu steuern und die Zielerreichung zu kontrollieren. Die Entwicklung unserer Kennzahlen stellen wir jeweils über einen Fünf-Jahres-Zeitraum dar. Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht fokussieren wir uns auf die Veröffentlichung weltweit relevanter Kernindikatoren. Die Werte in den Tabellen dieses Kapitels sind auf beziehungsweise abgerundet. Aufgrund dieser Rundungen ist es möglich, dass sich in einigen Zeilen der Tabellen die gerundeten Zahlen nicht genau zur angegebenen Summe addieren.

Umweltkennzahlen unserer Produktion

Die produktionsbezogenen Daten für 2019 haben wir in allen 184 Henkel-Werken in 56 Ländern ermittelt. Die Daten repräsentieren rund 100 Prozent unserer Produktion. Sie wurden für die Berichterstattung zentral validiert und im Rahmen unseres internen Audit-Programms an den Standorten überprüft. Rückwirkend festgestellte oder berichtete Abweichungen korrigieren wir in der aktuellen Berichterstattung. Da sich unsere Produktionsstrukturen laufend ändern – etwa durch Inbetriebnahme neuer oder Schließung bisheriger Werke –, verändert sich auch die Zahl der einbezogenen Standorte. Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, stellen wir die Entwicklung der jährlichen Daten auch als Index bezogen auf die Produktionsmenge dar.

Kennzahlen unserer Mitarbeiter

Die Arbeitsunfälle erheben wir über ein weltweit einheitliches Berichtssystem. 99 Prozent der Mitarbeiter wurden im Jahr 2019 erfasst. Die veröffentlichten Mitarbeiter-Kennzahlen decken dementsprechend 99 Prozent unserer Mitarbeiter ab.

Anpassung der berichteten Kennzahlen

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

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

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

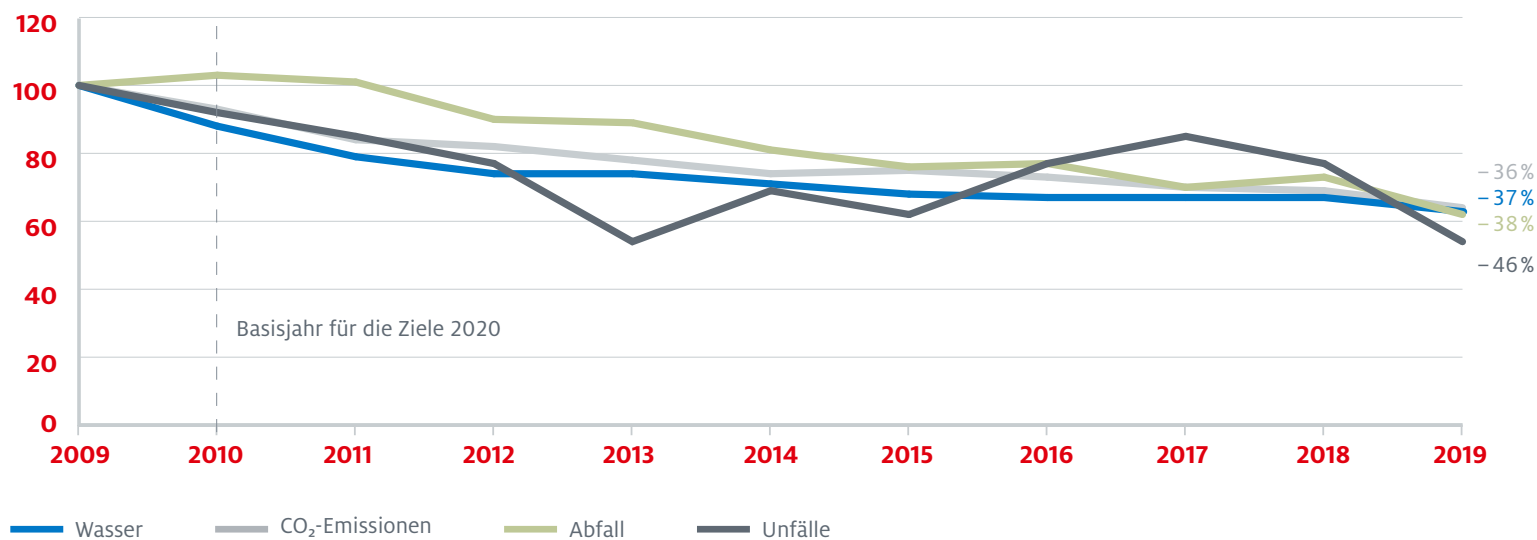
- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen**
- Referenz- und Berichtsrahmen

Langfristige Entwicklung: Nachhaltigkeitsbilanz 2009 bis 2019

Bereits seit Jahrzehnten arbeiten wir an der Steigerung von Effizienz und Sicherheit unserer Produktionsprozesse. Unsere Nachhaltigkeitsbilanz über die letzten elf Jahre zeigt dies eindrucksvoll. In allen drei Unternehmensbereichen sind unsere Optimierungen darauf ausgerichtet, Wertschöpfung und Arbeitssicherheit unserer Produktion zu

verbessern und gleichzeitig den ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. Aufbauend auf den → **erreichten Verbesserungen** wollen wir den Energie- und Wasserverbrauch sowie die Abfallmenge und Unfallrate auch weiterhin senken.

Umweltkennzahlen pro Tonne Produktionsmenge, Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden; Basisjahr 2009



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen**
- Referenz- und Berichtsrahmen

Ökonomische Kennzahlen

	2018	2019
Umsatz in Mio Euro	19.899	20.114
Bereinigtes ¹ betriebliches Ergebnis (EBIT) in Mio Euro	3.496	3.220
Bereinigte ¹ Umsatzrendite (EBIT) in Prozent	17,6	16,0
Bereinigtes ¹ Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) in Euro	6,01	5,43
Dividende je Stammaktie in Euro	1,83	1,83²
Dividende je Vorzugsaktie in Euro	1,85	1,85²

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.
² Vorschlag an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 20. April 2020.

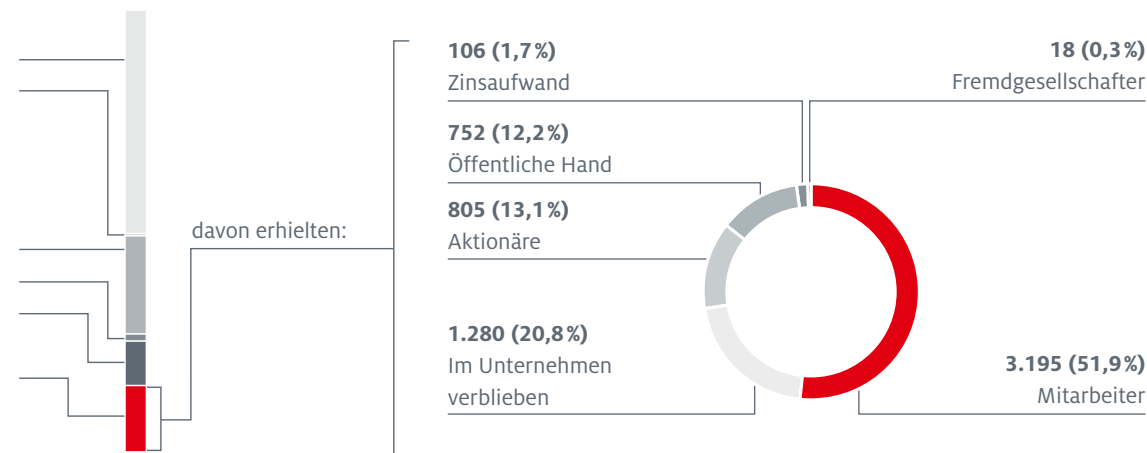
Wertschöpfungsrechnung 2019

Die Wertschöpfungsrechnung zeigt, dass große Teile des erwirtschafteten Umsatzes in die globale Volkswirtschaft zurückgeflossen sind: Der größte Teil der Wertschöpfung – 51,9 Prozent – ging an unsere Mitarbeiter in Form von Gehältern und Vorsorgeleistungen. Die

öffentliche Hand erhielt 12,2 Prozent in Form von Steuereinnahmen; die Darlehensgeber bekamen 1,7 Prozent durch Zinseinnahmen. 13,1 Prozent der Wertschöpfung haben wir als Dividende an unsere Aktionäre ausgeschüttet. Die im Unternehmen verbliebene Wertschöpfung steht für Investitionen in zukünftiges Wachstum zur Verfügung.

Angaben in Mio Euro

Umsatzerlöse	20.114	98,9%
Sonstige Erträge	233	1,1%
Summe Umsatzerlöse / Erträge	20.347	100,0%
Materialaufwand	9.241	45,4%
Abschreibungen	757	3,7%
Sonstige Aufwendungen	4.193	20,6%
Wertschöpfung	6.156	30,3%



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen**
- Referenz- und Berichtsrahmen

Ökologische Kennzahlen









Betrieblicher CO₂-Fußabdruck

Die von Henkel emittierten CO₂-Emissionen entstehen hauptsächlich durch Energieerzeugung und -verbrauch. Andere CO₂-Emissionsquellen sind für unsere Geschäftstätigkeit nicht relevant. Das Gleiche gilt für die Emissionen anderer Treibhausgase. Sie bilden weniger als

1 Prozent der Scope-1- und Scope-2-Emissionen. Die Scope-3-Emissionen berechnen wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Die größten Beiträge resultieren dabei aus der Herstellung der Rohstoffe und aus der Nutzung unserer Produkte.

Angaben in Tausend Tonnen CO₂/CO₂-Äquivalente

	 1. Rohstoffe	 2. Produktion	 3. Logistik	 4. Industrie und Handel	 5. Verbraucher	 6. Entsorgung/ Recycling	
Direkte CO₂-Emissionen (Scope 1)		Energieverbrauch unserer Produktionsstandorte: 351					351 (1%)
Indirekte CO₂-Emissionen (Scope 2)		Fremdbezogene Energie (Strom, Dampf): 315					315 (1%)
Indirekte Emissionen in CO₂-Äquivalenten (Scope 3)	Chemikalien: 9.842 Verpackung: 1.776 ¹ Rohstofftransport: 211	Produktionsabfälle: 6 Geschäftsreisen: 73	Transport unserer Produkte: 642		Anwendung unserer Produkte: 28.944	Entsorgung unserer Produkte: 1.649	43.143 (98%)
	11.829 (27%)	745 (2%)	642 (1%)		28.944 (66%)	1.649 (4%)	
Gesamt: Rund 43.809 Tausend Tonnen CO₂/CO₂-Äquivalente							

¹ Verfeinerte Berechnungsmethodik führt vergleichsweise zu Abweichungen gegenüber dem Vorjahr.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Index

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

Basis (= 100 Prozent) für den Index ist das Jahr 2015.

Produktionsmengen

Angaben in Tausend Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
Produktionsmengen	7.924	8.419	9.390	9.057	9.532
Index: Veränderung 2015 bis 2019					+20%

Der Anstieg umfasst anteilig die Jahresproduktion unserer Akquisitionen.

Energieverbrauch

Angaben in Tausend Megawattstunden	2015	2016	2017	2018	2019
Fremdbezogene Energie	677	738	837	840	824
davon aus erneuerbaren Quellen	5%	4%	6%	10%	11%
Kohle	127	126	105	86	79
Heizöl	121	121	115	102	113
Gas	1.376	1.392	1.484	1.471	1.454
Summe	2.302	2.377	2.541	2.500	2.470
Index: Veränderung 2015 bis 2019					-11%

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

Kohlendioxid-Emissionen

Angaben in Tausend Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
Eigene Kohlendioxid-Emissionen	353	355	365	353	351
Kohlendioxid-Emissionen aus fremdbezogener Energie	295 ¹	314 ¹	344 ^{1*}	329 ^{1*}	315¹
Summe	647 ¹	669 ¹	709 ¹	682 ¹	665¹
Index: Veränderung 2015 bis 2019					-15%

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

¹ Im Jahr 2018 Wechsel der Berechnung (Scope 2) von der standortbasierten zur marktbasieren Methode entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol.

Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen

Angaben in Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen	367	385	427*	590	422
Index: Veränderung 2015 bis 2019					-4%

Wasserverbrauch und Abwassermenge

Angaben in Tausend Kubikmetern	2015	2016	2017	2018	2019
Wasserverbrauch	7.260	7.630	8.448	8.136	8.103
Abwassermenge	2.994	2.977	3.217	3.283*	3.261
Index: Veränderung 2015 bis 2019					
				Wasserverbrauch	-7%
				Abwassermenge	-9%

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

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen**
- Referenz- und Berichtsrahmen

CSB-Emissionen in das Abwasser

Angaben in Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
CSB-Emissionen in das Abwasser	6.448	7.037	8.726	8.024	8.333
Index: Veränderung 2015 bis 2019					+ 7%

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

Schwermetall-Emissionen im Abwasser

Angaben in Kilogramm	2015	2016	2017	2018	2019
Zink	519	481	593*	445*	621
Blei, Chrom, Kupfer, Nickel	296	268	228	277*	241
Summe	815	748	821	721*	862
Index: Veränderung 2015 bis 2019					- 12%

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

Abfälle zur Wiederverwertung und Beseitigung

Angaben in Tausend Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
Abfall zur Wiederverwertung	59	68	72	71	67
Gefährlicher Abfall zur Beseitigung	15	13	13	13	11
Abfall zur Beseitigung	38	39	38	40	32
Summe	112	120	123	124	111
Index: Veränderung 2015 bis 2019					- 18%

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

¹ Der Anstieg im Jahr 2016 resultiert aus umfassenden Infrastrukturprojekten.

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

Staub-Emissionen

Angaben in Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
Staub-Emissionen	304	279	398	316	279
Index: Veränderung 2015 bis 2019					- 24%

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

Schwefeldioxid-Emissionen

Angaben in Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
Schwefeldioxid-Emissionen	108	105	94	80*	72
Index: Veränderung 2015 bis 2019					- 44%

Stickoxid-Emissionen

Angaben in Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
Stickoxid-Emissionen	382	418	493	409	433
Index: Veränderung 2015 bis 2019					- 6%

Verbrauch von Chlorkohlenwasserstoffen

Angaben in Tonnen	2015	2016	2017	2018	2019
Verbrauch von Chlorkohlenwasserstoffen	1.205	1.249	1.387	1.320	1.415
Index: Veränderung 2015 bis 2019					- 2%

Bei der überwiegenden Menge an Chlorkohlenwasserstoffen handelt es sich um Dichlormethan, das in Großbritannien und in den USA als Inhaltsstoff in Abbeizern eingesetzt wird.

Vorwort
Henkel auf einen Blick
Nachhaltigkeitsstrategie
Management
Einkauf und Lieferanten
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen
Kennzahlen
Referenz- und Berichtsrahmen

Mitarbeiter-Kennzahlen



Mitarbeiter (am 31.12.)

	2015	2016	2017	2018	2019
Henkel weltweit ¹	49.450	51.350	53.700	53.000	52.450
Mitarbeiterstruktur					
– Tarifmitarbeiter	77,5%	76,9%	77,7%	77,4%	77,5%
– Führungskräfte	21,0%	21,7%	20,9%	21,3%	21,2%
– Top-Führungskräfte ²	1,5%	1,4%	1,4%	1,3%	1,3%
Mitarbeiterfluktuation weltweit ³	5,4%*	6,3%	6,8%	7,1%	6,6%

¹ Stammpersonal ohne Auszubildende. Werte sind gerundet.

² Corporate Senior Vice Presidents, Führungskreise I und IIa.

³ Mitarbeiterkündigungen.

Alter und Betriebszugehörigkeit (am 31.12.)

	2015	2016	2017	2018	2019
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in Jahren	10,3	10,3	10,2	10,5	10,6
Durchschnittsalter der Mitarbeiter in Jahren	39,9	40,3	40,5	40,9	41,1
Altersstruktur					
16 – 29	18,0%	17,3%	16,9%	16,1%	15,3%
30 – 39	33,4%	33,0%	33,0%	32,7%	33,0%
40 – 49	28,1%	27,9%	27,3%	27,2%	27,1%
50 – 65	20,5%	21,8%	22,8%	24,0%	24,6%

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

Nationalitäten (am 31.12.)

	2015	2016	2017	2018	2019
Henkel	123	123	120	120	120
Führungskräfte	87	90	89	90	88
Am Hauptsitz Düsseldorf	64	64	66	71	72

Die Internationalität unserer Belegschaft spiegelt unsere Geschäftspolitik wider, einerseits Positionen vor Ort mit lokalen Mitarbeitern und andererseits Stellen in der Konzern-Zentrale in Deutschland international zu besetzen.

Frauenanteil (am 31.12.)

in Prozent	2015	2016	2017	2018	2019
Henkel	33,6	33,1	34,3	34,4	35,5
Führungskräfte	33,1	34,3	34,5	34,7	35,7
Top-Führungskräfte ¹	21,1	22,5	23,2	22,9	24,3

¹ Corporate Senior Vice Presidents, Führungskreise I und IIa.

Als Ergebnis unserer konsequent verfolgten Diversity-Strategie haben wir den Anteil von Frauen in unserer Belegschaft und auf den unterschiedlichen Führungsebenen kontinuierlich weiterentwickelt.

Mitarbeiter in Teilzeit (am 31.12.)

in Prozent	2015	2016	2017	2018	2019
Teilzeitquote global	3	3	3	3	3
Westeuropa (inklusive Deutschland)	9	9	9	9	10
Deutschland	11	11	12	12	12

Teilzeitarbeitsmodelle sind vor allem in Westeuropa und speziell in Deutschland relevant. In Wachstumsmärkten wie Asien, Osteuropa, dem Nahen Osten oder Lateinamerika werden Teilzeitarbeitsmodelle deutlich weniger nachgefragt.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen**
- Referenz- und Berichtsrahmen

Mitarbeiterentwicklung

	2015	2016	2017	2018	2019
Interne Beförderungen (Führungskräfte)	1.309	1.181	1.325	1.262	1.501
Internationale Job-Rotationen	658	428	380	319	282
Auszubildende (Deutschland) ¹	508	488	502	501	534
Durchschnittliche Fortbildung in Tagen ²	2,1	1,6	1,8	1,7	1,8

¹ Die berufliche Erstausbildung umfasst Auszubildende und Bachelor-Studierende.

² Unsere Mitarbeiter haben vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten, die neben den klassischen Fortbildungen und Präsenzseminaren auch digitale Lernmodule sowie Lernen im betrieblichen Alltag beinhalten.

Mitarbeiter mit Kollektivvereinbarungen (am 31.12.)

in Prozent	2015	2016	2017	2018	2019
Anteil weltweit	52	49	45	47	47
Anteil Europäische Union (EU)	78	73	64 ¹	68	68

¹ Der Rückgang des Anteils von Mitarbeitern mit Kollektivvereinbarungen in der EU erklärt sich dadurch, dass aus unseren 2017 getätigten Akquisitionen noch nicht alle Informationen vorliegen, inwieweit die neuen Mitarbeiter durch Mitarbeitervertretungen abgedeckt werden.

Mitarbeiteraktienprogramm (am 31.12.)

in Prozent	2015	2016	2017	2018	2019
Beteiligungsquote	29,7	30,7	31,4	31,5	30,2

Rund 12.500 Mitarbeiter in 58 Ländern erwarben 2019 im Rahmen des Programms Henkel-Vorzugsaktien. Zum Jahresende hielten insgesamt etwa 16.000 Mitarbeiter rund 2,5 Mio Stück und damit rund 1,4 Prozent der Vorzugsaktien in den Programmdépôts.

Gesellschaftliche Kennzahlen



Gesellschaftliches Engagement

	2015	2016	2017	2018	2019
Gesamtzahl der geförderten Projekte	3.431	2.051	2.124	2.032	2.044
Zahl der erreichten Menschen	1.506.525	1.223.598	1.268.791	1.285.851	1.324.806
Freistellungen von Mitarbeitern von der Arbeit für von ihnen initiierte Projekte in Tagen	121	335	204	327	301
Gesamtsumme Spenden in Tausend Euro (Geld- und Produktspenden ohne Freistellung von Mitarbeitern)	8.316	7.814	8.037	8.304	8.096
Zahl der erreichten Schulkinder durch unsere Nachhaltigkeitsbotschafter	24.426	29.456 ¹	43.306 ¹	17.326 ¹	17.286

¹ Die Zahl wurde aufgrund von nachgereichten Meldungen angepasst.

Die Zahl der geförderten Projekte liegt leicht über dem Vorjahresniveau. Die Mitarbeiterprojekte erforderten 2019 weniger Freistellungen als im Vorjahr. Grundsätzlich können Mitarbeiter im Rahmen des Mitarbeiterengagements bis zu fünf Tage Freistellung im Jahr beantragen. Die Gesamtsumme der Spenden liegt über dem Vorjahresniveau.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen**
- Referenz- und Berichtsrahmen

Gesellschaftliche Förderprojekte, aufgeteilt nach den Entwicklungszielen der Vereinten Nationen

in Prozent	2019
SDG 1: Keine Armut	7,7
SDG 2: Kein Hunger	0,6
SDG 3: Gesundheit und Wohlbefinden	28,4
SDG 4: Hochwertige Bildung	53,0
SDG 5: Geschlechtergleichheit	5,3
SDG 6: Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen	0,5
SDG 7: Bezahlbare und saubere Energie	0,3
SDG 8: Menschenwürdige Arbeitsplätze und Wirtschaftswachstum	0,7
SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur	0,6
SDG 10: Weniger Ungleichheiten	0,3
SDG 11: Nachhaltige Städte und Gemeinden	0,6
SDG 12: Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion	0,4
SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz	0,4
SDG 14: Leben unter Wasser	0,3
SDG 15: Leben an Land	0,4
SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen	0,5
SDG 17: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele	0,4

Im Jahr 2011 haben wir begonnen, den Anteil der sozialen Projekte zu melden, mit denen Henkel im Rahmen des Engagements für den Global Compact der Vereinten Nationen die Millenniums-Entwicklungsziele (MDGs) unterstützt. Im Jahr 2016 haben wir im Nachhaltigkeitsbericht unseren Beitrag zu den MDGs und zu den **Zielen für nachhaltige Entwicklung** (Sustainable Development Goals – SDGs) ausgewiesen, die im September 2015 die MDGs ersetzt haben. Seit 2017 berichten wir nur über den Beitrag zu den SDGs. Eine Auflistung der Beiträge zu den MDGs von 2011 bis 2016 finden Sie im Henkel-Nachhaltigkeitsbericht 2016 auf Seite 133. Die SDGs beeinflussen nicht die Art von Projekten, die im Rahmen unseres Mitarbeiterengagements vorgeschlagen werden, aber viele unserer Corporate-Citizenship-Aktivitäten tragen direkt zu den SDGs bei.

Arbeitsicherheit



99 Prozent der Henkel-Mitarbeiter wurden erfasst.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden

Mindestens ein Ausfalltag (ohne Wegeunfälle)	2015	2016	2017	2018	2019
Henkel-Mitarbeiter	0,8	1,0	1,1	1,0	0,7
Mitarbeiter von externen Firmen, die an Henkel-Standorten tätig sind und im direkten Auftragsverhältnis stehen	1,0	0,9	1,0	1,0	0,6

Schwere Arbeitsunfälle

Mehr als 50 Tage Ausfallzeit	2015	2016	2017	2018	2019
Bei produktionstypischer Tätigkeit	13	13	11	11	9
Bei der Fortbewegung, zum Beispiel Stolpern	4	8	6	9	5



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Erläuterungen zur nichtfinanziellen Erklärung der Henkel AG & Co. KGaA nach § 289b HGB

In Ergänzung zu den vorstehenden, auf den Konzern bezogenen Ausführungen der zusammengefassten nichtfinanziellen Erklärung sind nachfolgend die die Henkel AG & Co. KGaA betreffenden Besonderheiten beziehungsweise wesentlichen Kennzahlen wiedergegeben.

Geschäftstätigkeit

Die Henkel AG & Co. KGaA ist operativ in den drei Unternehmensbereichen Adhesive Technologies, Beauty Care und Laundry & Home Care tätig und zugleich Mutterunternehmen des Henkel-Konzerns.

Als solches ist sie dafür verantwortlich, die unternehmerischen Ziele festzulegen und zu verfolgen. Zudem verantwortet sie das Führungs-, Steuerungs- und Kontrollinstrumentarium einschließlich des Risikomanagements sowie die Verteilung der Ressourcen. Ende 2019 waren rund 8.400 Mitarbeiter bei der Henkel AG & Co. KGaA beschäftigt.

Das operative Geschäft der Henkel AG & Co. KGaA stellt einen Ausschnitt der Geschäftstätigkeit des gesamten Henkel-Konzerns dar und wird unternehmensübergreifend durch die Unternehmensbereiche gesteuert.

Die Nachhaltigkeitsbelange der Henkel AG & Co. KGaA sind sowohl durch ihre eigene operative Tätigkeit geprägt als auch durch die operative Tätigkeit ihrer Tochtergesellschaften. Insoweit kann bezüglich der Nachhaltigkeitsbelange und Risikolage der Henkel AG & Co. KGaA grundsätzlich auf die den Konzern betreffende Erklärung verwiesen werden. Soweit die die Henkel AG & Co. KGaA betreffenden Kennzahlen wesentlich von den Konzernkennzahlen abweichen, sind diese nachfolgend dargestellt [und kommentiert]:

Kennzahlen Henkel AG & Co. KGaA

	2019
Produktionsmengen (in Tausend Tonnen)	763
Kohlendioxid-Emissionen (in Tausend Tonnen)	101¹
Energieverbrauch (in Tausend Megawattstunden)	436
Abfall (in Tausend Tonnen)	32
Wasserverbrauch (in Tausend Kubikmetern)	1.540
Arbeitsunfälle von Henkel-Mitarbeitern (pro eine Million Arbeitsstunden)	0,8
Anzahl Mitarbeiter	8.390

Die aufgeführten Kennzahlen sind grundsätzlich mit denen des Konzerns vergleichbar. Eine deutliche Abweichung der Kennzahlen der AG & Co. KGaA ergibt sich im Bereich Energie durch das Kraftwerk am Standort Düsseldorf und den damit einhergehenden Verbrauch von Kohle.

¹ Im Jahr 2018 Wechsel der Berechnung (Scope 2) von der standortbasierten zur marktbasieren Methode entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen**
- Referenz- und Berichtsrahmen

Betriebsstörungen und Umweltverstöße

Henkel berichtet offen über Betriebsstörungen, sobald damit mindestens eine von drei Folgen verbunden ist:

- Gefährdung von Nachbarschaft oder Umwelt,
- materieller Schaden von mehr als 50.000 Euro,
- erhebliche Reaktionen in der Öffentlichkeit.

Außerdem berichtet Henkel transparent über Umweltverstöße mit Strafen, die 10.000 Euro übersteigen.

Auch die daraus abgeleiteten Maßnahmen werden dargelegt.

Jahr	Betriebsstörung	Umweltverstoß
2019	<p>In unserer Waschmittelfabrik in Ibadan, Nigeria, kam es im August 2019 bei der Herstellung von Pulverwaschmittel im Bereich der Sprühtrocknung zu einem Brand innerhalb der Filteranlage. Installierte Detektoren erkannten das Ereignis unmittelbar. Nach den Vorgaben des lokalen Interventionsplans wurden mit interner und externer Unterstützung umgehend entsprechende Maßnahmen eingeleitet. Der Brand konnte nach kurzer Zeit unter Kontrolle gebracht werden. Es entstanden keine Personen- oder Umweltschäden. Der Vorfall verursachte eine kurzzeitige Betriebsunterbrechung.</p> <p>Maßnahmen: Nach vollständiger Überprüfung aller sicherheitstechnischen Einrichtungen am gesamten Standort erfolgten zusätzlich Schulungen und Notfallübungen unter Einbindung der gesamten Belegschaft, die auch zukünftig regelmäßig wiederholt werden. Die Vollständigkeit und Eignung des Sicherheitskonzepts wurde durch den TÜV Nord nach Auditierung vor Ort bestätigt.</p>	2019 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
	<p>In unserem Klebstoffwerk in Kurkumbh, Indien, kam es im April 2019 zu einer Verpuffung. Leider erlitten zwei Mitarbeiter durch die Verpuffung Verbrennungen. Sie wurden nach unmittelbarer notärztlicher Versorgung ins Krankenhaus überführt, in dem ein Mitarbeiter im Verlauf der Behandlung seinen Verletzungen erlag.</p> <p>Maßnahmen: Bereits während der Behandlung der Mitarbeiter begann Henkel, die Familien und Angehörigen zu begleiten, und engagiert sich weiterhin, um die Familien zu unterstützen. Unmittelbar nach dem Vorfall wurden an jedem unserer Standorte mit ähnlicher Produktion Sicherheitsüberprüfungen durchgeführt, um sicherzustellen, dass der Betrieb ohne Gefahr weitergeführt werden kann.</p>	
2018	2018 gab es bei Henkel keine Betriebsstörungen.	2018 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Jahr	Betriebsstörung	Umweltverstoß
2017	<p>In unserem Klebstoffwerk in Düsseldorf, Deutschland, kam es im Januar 2017 zu einem Produktaustritt auf das Werksgelände. Während der Produktion eines Klebstoffs wurde mit der Zugabe von wasserhaltigem Lösungsmittel ungewollt bereits der Aushärteprozess des Klebstoffs in Gang gesetzt. Der entstandene Klebstoffschaum aktivierte das Druckentlastungssystem und gelangte vom Auffangraum nach draußen auf eine Werkstraße. Der ausgehärtete Schaum wurde von der Straße mechanisch entfernt. Der Vorfall verursachte keine wesentliche Betriebsunterbrechung und es entstanden keine Personen- oder Umweltschäden.</p> <p>Maßnahmen: Die Auslegung des Druckentlastungssystems sowie die Alarmfunktion wurden geprüft. Zusätzlich wurde ein Messinstrument installiert, das kontinuierlich die Wasserfreiheit des Lösungsmittels misst.</p>	2017 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
2016	<p>In unserem Klebstoffwerk in Taizhou, China, kam es im Dezember 2016 bei einem Brand in einer Produktionsstätte für Sekundenkleber zu Sachschäden. Die örtliche Feuerwehr konnte den Brand schnell unter Kontrolle bringen. Es entstanden keine Personen- oder Umweltschäden. Der Brand verursachte eine vorübergehende Betriebsunterbrechung.</p> <p>Maßnahmen: Die Untersuchungen zum genauen Ausmaß der Schäden im Werk haben ergeben, dass für einen ordnungsgemäßen Betrieb ein vollständiger Wiederaufbau erforderlich wäre. Vor diesem Hintergrund wurde das Werk am 3.12.2017 geschlossen. Die betroffenen Mitarbeiter wurden am 3.11.2017 informiert. Alle Maßnahmen erfolgten im Einklang mit den in China geltenden rechtlichen Bestimmungen.</p>	2016 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
2015	2015 gab es bei Henkel keine Betriebsstörungen.	2015 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Referenz- und Berichtsrahmen

GRI-Index

Zur Nachhaltigkeitsberichterstattung wendet Henkel die in den GRI-Standards der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Grundsätze und Standardangaben, den Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1 und 2), den Corporate Value Chain Standard (Scope 3) der Greenhouse Gas Protocol Initiative vom World Resources Institute (WRI) und vom World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) an. Außerdem werden unternehmensintern definierte Kriterien zur Ermittlung von CO₂-Einsparungen durch eigene Produkte, in Verbindung mit internen Richtlinien, berücksichtigt. Unser [→ GRI-Index](#) verweist auf die erforderlichen Informationen in unserem Geschäftsbericht und in unserem Nachhaltigkeitsbericht.

UN Global Compact-Index

Henkel gehört seit 2003 zu den Unterzeichnern des UN Global Compact. Der UN Global Compact ist eine strategische Initiative für Unternehmen, die ihre Strategien und Geschäftstätigkeiten an zehn universell anerkannten Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Anti-Korruption ausrichten. Wir erstellen und veröffentlichen jedes Jahr eine [→ Übersicht](#), die auf Informationen in unserem Nachhaltigkeitsbericht verweist und unsere Fortschritte hinsichtlich der vom Global Compact definierten Prinzipien darlegt.

Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen

Die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, abgekürzt SDGs) schaffen ein gemeinsames Verständnis dafür, wie sich Regierungen, die Zivilgesellschaft und Unternehmen aller Größenordnungen und Branchen zusammenschließen können, um den Fortschritt bei der Bekämpfung von Armut, der Sicherung von Wohlstand und dem Schutz des Planeten voranzutreiben. Henkel unterstützt aktiv die [Erreichung der SDGs](#); und wir überprüfen unsere Ziele und Initiativen innerhalb unseres eigenen Nachhaltigkeitsansatzes kontinuierlich, um sicherzustellen, dass sie den Prioritäten der 17 SDGs entsprechen.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Berichtsrahmen

1992 haben wir unseren ersten Umweltbericht veröffentlicht und kontinuierlich zum heutigen Nachhaltigkeitsbericht weiterentwickelt. Er erscheint seit 28 Jahren jährlich und bildet gemeinsam mit unserem Geschäftsbericht eine integrierte Unternehmensberichterstattung.

Der Nachhaltigkeitsbericht fasst die wesentlichen ökologischen sowie gesellschaftlichen und sozialen Entwicklungen im Geschäftsjahr 2019 zusammen. Seit unserem Beitritt zum Global Compact der Vereinten Nationen im Jahr 2003 dient dieser Bericht auch als jährlich vorzulegender Fortschrittsbericht.

Die berichteten Inhalte spiegeln die für unsere Geschäftstätigkeit relevanten und materiellen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung wider. In die Themenauswahl eingeflossen sind die Ergebnisse des kontinuierlichen Stakeholder-Dialogs. Besondere Berücksichtigung finden der Austausch mit internationalen Nachhaltigkeitsexperten, die Kriterien verschiedener finanz- und nachhaltigkeitsorientierter Ratingagenturen sowie die **Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI)**.

Die produktionsbezogenen Umweltkennzahlen ermitteln wir an Produktionsstätten in 56 Ländern. Sie repräsentieren 100 Prozent des weltweiten Produktionsvolumens. Henkel berichtet offen über schwere Betriebsstörungen, sofern sich solche im Berichtszeitraum ereignet haben, sowie die daraufhin ergriffenen Maßnahmen. Die Arbeitsunfälle erheben wir über ein weltweit einheitliches Berichtssystem; 99 Prozent der Henkel-Mitarbeiter werden dort erfasst.

Die veröffentlichten Mitarbeiter-Kennzahlen erfassen 99 Prozent unserer Mitarbeiter.

Berichterstattungsinitiativen

Neue Impulse in das Unternehmen tragen und eigene Erfahrungen mit anderen teilen – diesen Ansatz verfolgt Henkel bei der Mitarbeit in internationalen Berichterstattungsinitiativen.

Im Rahmen eines Pilotprojekts hat Henkel bereits im Jahr 1999 den Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI) evaluiert. Seitdem engagiert sich Henkel kontinuierlich im konstruktiven und kritischen Dialog mit der GRI, um die Qualität der Berichterstattung zu verbessern sowie die Praktikabilität des Leitfadens zu erhöhen. Dazu bringt Henkel seine Erfahrungen und Erkenntnisse aus dem Dialog mit seinen Stakeholdern in die Workshops und Feedbackprozesse ein.

Die Ergebnisse dieser Arbeit werden der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Henkel unterstützt damit das Ziel, das allgemeine Niveau der freiwilligen Berichterstattung über Umweltschutz und gesellschaftliche Verantwortung weiter anzuheben.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit über Nachhaltigkeitsinformationen

An den Vorstand der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf

Wir haben die Angaben zur Wesentlichkeitsanalyse und zum Stakeholder-Dialog, zu den Management-Ansätzen der zentralen Aspekte der Fokusfelder (Energie und Klima; Wasser und Abwasser; Materialien und Abfall; Gesundheit und Sicherheit; Gesellschaftlicher /sozialer Fortschritt; Palmöl; Einkauf- und Lieferantenmanagement, Produktsicherheit) sowie die Kennzahlen zu diesen Fokusfeldern, die CO₂-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette und ausgewählte Fallstudien zur Vermeidung von CO₂-Emissionen, veröffentlicht im Henkel-Nachhaltigkeitsbericht (im Folgenden „Bericht“) für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2019 der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf (im Folgenden „Henkel“) einer unabhängigen betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit unterzogen.

Ausgewählte Angaben im Umfang unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung sind im GRI-Index, veröffentlicht im Anhang des Nachhaltigkeitsberichts sowie unter <http://www.henkel.de/nachhaltigkeit>, mit folgendem Symbol gekennzeichnet: „✓“

Wie im Bericht auf Seite 52 dargestellt, wurde im Jahr 2019 eine Bewertung der Lieferanten durch den durch Henkel beauftragten externen Dienstleister EcoVadis zur Sicherstellung der Einhaltung der Henkel-Standards in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, Qualität, Menschenrechte, Mitarbeiterstandards und Anti-Korruption durchgeführt. Die Angemessenheit und Richtigkeit der Schlussfolgerungen aus den jeweils durchgeführten Prüfungshandlungen waren nicht Bestandteil unserer Prüfung mit begrenzter Prüfungssicherheit.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter von Henkel sind verantwortlich für die Aufstellung des Berichts in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien. Henkel wendet die in den Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Grundsätze und Standardangaben, den Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1 und 2) sowie den Corporate Value Chain Standard (Scope 3) der Greenhouse Gas Protocol Initiative vom World Resources Institute (WRI) und dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), sowie unternehmensintern definierte Kriterien zur Ermittlung von CO₂-Einsparungen eigener Produkte, in Verbindung mit internen Richtlinien an (im Folgenden: „Berichtskriterien“).



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Aufstellung des Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung des Berichts zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Erklärung des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualitätssicherung

Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Unsere Prüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen zur Qualitätssicherung an, insbesondere die Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie den IDW-Qualitätssicherungsstandard: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1).

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die einleitend beschriebenen sowie im GRI-Index mit „✓“ gekennzeichneten Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit beurteilen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die einleitend beschriebenen Angaben für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2019 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragungen von für die Wesentlichkeitsanalyse verantwortlichen Mitarbeitern auf Gruppenebene, um ein Verständnis über die Vorgehensweise zur Identifizierung wesentlicher Themen und entsprechender Berichtsgrenzen von Henkel zu erlangen.
- Eine Risikoeinschätzung, einschließlich einer Medienanalyse, zu relevanten Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung von Henkel in der Berichtsperiode.
- Beurteilung der Eignung der intern entwickelten Definitionen.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

- Einschätzung der Konzeption und der Implementierung von Systemen und Prozessen für die Ermittlung, Verarbeitung und Überwachung der Angaben und Ergebnisse im Prüfungsumfang, einschließlich der Konsolidierung der Daten.
- Befragungen von Mitarbeitern auf Konzernebene, die für die Ermittlung und Konsolidierung sowie die Durchführung der internen Kontrollhandlungen bezüglich der Daten verantwortlich sind, einschließlich der Erläuterungen zu den Berichtsdaten.
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends der quantitativen Angaben, welche zur Konsolidierung auf Konzernebene von allen Standorten gemeldet wurden.
- Einschätzung der lokalen Datenerhebungs-, Validierungs- und Berichterstattungsprozesse sowie der Verlässlichkeit der gemeldeten Daten durch eine Stichprobenerhebung an den Standorten in Chelghoum Laid (Algerien), Raciborz (Polen) und Elmadag (Türkei).
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der im Prüfungsumfang enthaltenen Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung.

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die für den Zeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2019 im Nachhaltigkeitsbericht von Henkel veröffentlichten und im GRI-Index mit folgendem Symbol „✓“ gekennzeichneten Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind.

Verwendungsbeschränkung / AAB-Klausel

Dieser Vermerk ist an den Vorstand der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf gerichtet und ausschließlich für diesen bestimmt. Gegenüber Dritten übernehmen wir insoweit keine Verantwortung.

Dem Auftrag, in dessen Erfüllung wir vorstehend benannte Leistungen für den Vorstand der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, erbracht haben, lagen die Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in der Fassung vom 1. Januar 2017 zugrunde (<https://www.kpmg.de/bescheinigungen/lib/aab.pdf>). Durch Kenntnisnahme und Nutzung der in diesem Vermerk enthaltenen Informationen bestätigt jeder Empfänger, die dort getroffenen Regelungen (einschließlich der Haftungsbeschränkung auf EUR 4 Mio für Fahrlässigkeit in Ziffer 9 der AAB) zur Kenntnis genommen zu haben, und erkennt deren Geltung im Verhältnis zu uns an.

München, den 7. Februar 2020
 KPMG AG
 Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Hell ppa.
 Graff

Kontakte

Corporate Communications

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

E-Mail: corporate.communications@henkel.com

Sustainability Management

Telefon: +49 (0) 211 / 797-36 80

E-Mail: sustainability@henkel.com

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Mitarbeiter, Aktionäre oder Kunden sind als geschlechtsneutral anzusehen.

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich bei den in dieser Publikation genannten Zeichen um eingetragene Marken der Henkel-Gruppe mit Schutz in Deutschland und in anderen Ländern.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel AG & Co. KGaA beruhen. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig

Impressum

Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf

© 2020 Henkel AG & Co. KGaA

Redaktion und Koordination

Uwe Bergmann, Greta Frohne, Yvonne Gottschlich,

Dr. Dorli Harms, Annalena Hojenski, Mareike Klein,

Rabea Laakmann, Christina Montag, Christina Salmen

Design und Satz

MPM Corporate Communication Solutions,

Mainz, Düsseldorf

Lektorat

Thomas Krause, Krefeld

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts

5. März 2020

PR-Nr.: 03 20 0

erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Henkel AG & Co. KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vor- ausgeschätzt werden, zum Beispiel das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung. Dieses Dokument wurde nur zu Informationszwecken erstellt und stellt somit weder eine Anlageberatung noch ein Angebot zum Verkauf oder eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren irgendwelcher Art dar.

Weitere Publikationen

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

 www.henkel.de/publikationen

Unsere Finanzpublikationen im Internet:

 www.henkel.de/berichte

Unsere Nachhaltigkeitsberichte im Internet:

 www.henkel.de/nachhaltigkeit/berichte

Henkel App verfügbar für iOS und Android:



Henkel in Social Media:



www.facebook.com/henkeldeutschland

www.twitter.com/henkel_de

www.linkedin.com/company/henkel

www.instagram.com/henkel

www.youtube.com/henkel