



Presseinformation

Düsseldorf, 25. Februar 2010

Henkel: Nachhaltigkeitsbericht 2009 veröffentlicht

Starke Nachhaltigkeitsbilanz

- 25 Prozent weniger Kohlendioxid-Emissionen*
- 26 Prozent niedrigerer Energieverbrauch*
- 37 Prozent geringerer Wasserverbrauch*
- 12 Prozent weniger Abfälle*

Nachhaltigkeit gehört bei Henkel zum Kerngeschäft: Deshalb veröffentlicht Henkel heute zeitgleich mit dem Geschäftsbericht auch den Nachhaltigkeitsbericht 2009. Er fasst die wesentlichen ökologischen sowie gesellschaftlichen und sozialen Entwicklungen im Geschäftsjahr 2009 zusammen.

„Nachhaltigkeit ist eines der herausragenden Merkmale von Henkel – und ein wichtiger Erfolgsfaktor“, sagt Kasper Rorsted, Vorsitzender des Vorstands von Henkel auf der Bilanzpressekonferenz für das Jahr 2009. „Unser Anspruch lautet, bestmögliche Produktqualität mit wirksamem Umweltschutz sowie gesellschaftlicher und sozialer Verantwortung zu verknüpfen.“ Der 40 Seiten starke Nachhaltigkeitsbericht 2009 belegt die feste Verankerung des Themas entlang der gesamten Wertschöpfungskette: Einkauf- und Lieferantenmanagement, Produktion

* von 2005-2009, bezogen auf eine Tonne Produktionsmenge

und Logistik, nachhaltige Marken und Technologien gehören ebenso dazu wie der Umgang mit den Mitarbeitern sowie das gesellschaftliche Engagement.

Starke Nachhaltigkeitsbilanz

Henkel arbeitet fortlaufend daran, die eigenen Prozesse so energieeffizient und Ressourcen schonend wie möglich zu gestalten. Dazu hat sich das Unternehmen anspruchsvolle Ziele zur Einsparung von Wasser, Energie und Abfall und der Vermeidung von Arbeitsunfällen gesetzt. Die Nachhaltigkeitsbilanz 2005-2009 zeigt den Erfolg: So sanken zum Beispiel der CO₂-Ausstoß um 25, der Wasserverbrauch um 37 und die Abfallmenge um 12 Prozent – jeweils pro Tonne Produktionsmenge. Die Zahl der Arbeitsunfälle verringerte sich im gleichen Zeitraum um 57 Prozent.

Nachhaltigkeit: Aufgabe des globalen Teams – nicht nur der Spezialisten

Nachhaltigkeit bei Henkel steht und fällt mit dem Engagement aller Mitarbeiter. Sie sind es, die weltweit die Grundlagen dafür schaffen. Zum Beispiel in der Forschung und Entwicklung, im Einkauf, in der Produktion, im Marketing oder Vertrieb. Henkel investiert daher permanent in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter. So stellt das Unternehmen sicher, dass sein globales Team die Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung mit seinen Partnern in Industrie und Handel meistert.

Keine Innovation ohne Beitrag zur Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit treibt Innovationen voran: Henkel hat den Anspruch, dass alle neuen Marken und Technologien einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung in mindestens einem der Fokusfelder „Energie und Klima“, „Wasser und Abwasser“, „Materialien und Abfall“, „Gesundheit und Sicherheit“ sowie „gesellschaftlicher und sozialer Fortschritt“ leisten. So sind seit 2008 die Fokusfelder systematisch in dem unternehmensweit standardisierten Innovationsprozess verankert.

Beispiele für solche Innovationen sind: Purex Complete 3-in-1, ein Ultra-Konzentrat, das Waschmittel, Weichspüler und antistatische Wirkung in einem Tuch kombiniert, oder auch Hautcremes von Diadermine, die von der Europäischen Stiftung für Allergieforschung (ECARF) 2009 mit dem ECARF-Siegel ausgezeichnet wurden, sowie die halogenfreie Loctite-Linie im Bereich Klebstoffe für mobile Endgeräte.

Nachhaltigen Konsum fördern

Henkel will zu einem nachhaltigen Konsum beitragen. Denn der „ökologische Fußabdruck“ vieler Konsumgüter wird neben der Produktion zu großen Teilen von der effizienten Anwendung durch die Verbraucher bestimmt. Die Marken und Technologien von Henkel kommen täglich in Millionen Haushalten und Industrieprozessen zum Einsatz. Sie sollen es den Kunden und Verbrauchern ermöglichen, wertvolle Ressourcen wie Energie und Wasser effizient einzusetzen. Das unterstützt Henkel auch durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen.

Den Nachhaltigkeitsbericht, umfassende Informationen über das nachhaltige und gesellschaftlich verantwortliche Wirtschaften von Henkel sowie alle Rankings und Ratings finden Sie im Internet unter www.henkel.de/nachhaltigkeit.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter: <http://www.henkel.de/presse>

Seit mehr als 130 Jahren arbeitet Henkel dafür, das Leben der Menschen leichter, besser und schöner zu machen. Das laut Fortune-Magazin angesehenste Unternehmen Deutschlands zählt zu den 500 umsatzstärksten Unternehmen der Welt (Fortune Global 500) und ist mit starken Marken und Technologien in drei Geschäftsfeldern aktiv: Wasch-/Reinigungsmittel, Kosmetik/Körperpflege und Adhesive Technologies (Klebstoff Technologien). Über 50.000 Mitarbeiter in mehr als 125 Ländern engagieren sich täglich dafür, Henkels Leitmotiv, „A Brand like a Friend“, umzusetzen. Im Geschäftsjahr 2009 erzielte Henkel einen Umsatz von 13.573 Millionen Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 1.364 Millionen Euro.

Presse-Kontakt

Wulf Klüppelholz
Tel. +49 211 797-1875
Fax +49 211 798-4040

Dr. Ute Krupp
Tel. +49 211 797-5641
Fax +49 211 798-4040

Henkel AG & Co. KGaA