

Pressemitteilung

25. März 2013

Henkel-Mitarbeiter unterrichten Schüler weltweit zum Thema Nachhaltigkeit

1.000 Botschafter für eine nachhaltigere Welt

Um das Bewusstsein und das Engagement der Mitarbeiter für Nachhaltigkeit zu stärken, hat der Unternehmensbereich Laundry & Home Care von Henkel das Programm der „Nachhaltigkeitsbotschafter“ ins Leben gerufen. In Online-Seminaren erhalten die Mitarbeiter einen umfassenden Überblick über die globalen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung und darauf aufbauend über die Nachhaltigkeitsstrategie von Henkel. Seit dem Start im Juli 2012 haben rund 500 Mitarbeiter das Training erfolgreich durchlaufen. Bis Ende des Jahres 2013 sollen es 1.000 sein.

Ziel des Programms der „Nachhaltigkeitsbotschafter“ ist nicht nur, ein detaillierteres Verständnis für das Thema Nachhaltigkeit zu schaffen, sondern dieses Wissen auch vermitteln zu können – ob an Kollegen, Lieferanten, Kunden, Verbrauchern oder auch Schüler. In ersten Pilot-Unterrichtsstunden in Deutschland, Tschechien und den Vereinigten Arabischen Emiraten konnten bereits über 400 Kinder lernen, wie sie jeden Tag zu mehr Nachhaltigkeit beitragen können. Auf Basis der so gewonnenen Erfahrungen setzt Henkel das Nachhaltigkeits-Schulprojekt nun weltweit um. Seit Anfang des Jahres 2013 besuchen die „Nachhaltigkeitsbotschafter“ Grundschulen auf der ganzen Welt, um mit den Kindern Lösungsansätze für ein nachhaltigeres Verhalten im Alltag zu erarbeiten.

„Für Henkel sind die Mitarbeiter der wichtigste Erfolgsfaktor in der Umsetzung von Nachhaltigkeit. Das ‚Botschafterprogramm‘ des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care ermöglicht Ihnen, Nachhaltigkeit persönlich zu erleben, noch besser zu verstehen und in ihr tägliches Handeln einfließen zu lassen“, sagt Bruno Piacenza, Mitglied des Vorstands von Henkel und verantwortlich für den Unternehmensbereich Laundry & Home Care. „Dieses gemeinsame Verständnis ist die Basis, um unser Geschäft auch zukünftig verantwortungsvoll und wirtschaftlich erfolgreich weiterzuentwickeln.“

Ziel der Unterrichtsstunden ist es, den Kindern zu erklären, was Nachhaltigkeit eigentlich bedeutet und wie jeder Einzelne seinen Beitrag leisten kann. Mit einem interaktiven, unterhaltsam aufbereiteten Programm lernen die Schüler, wie sie beispielsweise Wasser und Energie beim Waschen sparen können. Bis zu 70 Prozent des ökologischen Fußabdrucks von Wasch- und Reinigungsmitteln entstehen in der Anwendungsphase, zum Beispiel beim Aufheizen des Wassers in der Waschmaschine. Daher ist es wichtig, zukünftige Verbraucher schon frühzeitig für Nachhaltigkeit zu sensibilisieren. Die Mitarbeiter selbst erhalten im Dialog mit den Schülern zusätzliche Impulse für ihr eigenes Verhalten als Konsument.

Umfassende Informationen zur Henkel-Nachhaltigkeitsstrategie finden Sie auch im Internet unter www.henkel.de/nachhaltigkeit.

Henkel ist weltweit mit führenden Marken und Technologien in den drei Geschäftsfeldern Laundry & Home Care, Beauty Care und Adhesive Technologies tätig. Das 1876 gegründete Unternehmen hält mit rund 47.000 Mitarbeitern und bekannten Marken wie Persil, Schwarzkopf oder Loctite global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft. Im Geschäftsjahr 2012 erzielte Henkel einen Umsatz von 16.510 Mio. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2.335 Mio. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert.

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

Kontakt	Inga Krüger	Bettina Klinken
Telefon	+49 211 797 – 9987	+49 211 797 – 8312
Telefax	+49 211 798 – 9832	+49 211 798 – 9832
E-Mail	inga.krueger@henkel.com	bettina.klinken@henkel.com

Henkel AG & Co. KGaA