

Presseinformation

25. November 2016

9. Deutscher Nachhaltigkeitstag

Henkel beim Deutschen Nachhaltigkeitstag

Düsseldorf – Wie können die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen erfolgreich umgesetzt werden? Wie kann nachhaltiges Produktdesign für mehr Ressourceneffizienz sorgen? Mit rund 2.000 Teilnehmern ist der Deutsche Nachhaltigkeitstag, der heute in Düsseldorf stattfindet, der meistbesuchte nationale Kongress zum Thema Nachhaltigkeit. Darüber hinaus wird jährlich der Deutsche Nachhaltigkeitspreis an Unternehmen verliehen, die wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Verantwortung für Mensch und Umwelt verbinden. Henkel unterstützt die Veranstaltung im neunten Jahr als Partner.

Wie Marken einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten können

Beim Deutschen Nachhaltigkeitstag gaben Experten von Henkel den Teilnehmern Einblicke in die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens. Im Mittelpunkt standen in diesem Jahr die Henkel-Marken – wie sie einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten und dass dies nur gelingen kann, indem Innovationen entwickelt und Konsumenten eingebunden werden.

Diesem Thema widmete sich auch die Diskussionsrunde „Nachhaltigkeit transportieren – Gesellschaftlicher Wandel beeinflusst die Markenwelt“. „Nachhaltigkeit darf keine Bürde sein, denn die meisten Verbraucher sind nur bedingt bereit, Kompromisse bei Leistung, Preis und der Handhabung einzugehen“, sagte Steffi Götzl, verantwortlich für das Nachhaltigkeitsmanagement für Konsumentenklebstoffe bei Henkel.

„Beim Pritt-Stift beispielsweise stehen für uns die Produktsicherheit und ökologische Verträglichkeit im Mittelpunkt. Das gesamte Klebstoffsoriment von Pritt ist frei von Lösemitteln. Seit 2000 basieren über 90 Prozent der Klebmasse des Pritt-Stifts auf natürlichen Rohstoffen. Dafür nutzen wir zum Beispiel seit vier Jahren die heimische Industriekartoffel und vermeiden so lange Transportwege. Gemeinsam mit unseren Partnern nutzen wir darüber hinaus die Kraft der Marke, um speziell in

benachteiligten Regionen den Zugang zu Bildung zu verbessern“, so Götzel. Wie sich die Marke Pritt für Bildungsprojekte weltweit einsetzt, erfahren Sie [hier](#).

Nachhaltig Werte schaffen

Henkel will nachhaltig Werte schaffen – für Kunden und Konsumenten, Mitarbeiter, Aktionäre sowie die Gesellschaft und das Umfeld, in dem das Unternehmen tätig ist. Dabei spielen die Marken und Technologien von Henkel eine entscheidende Rolle, denn sie kommen täglich millionenfach in Haushalten und Industrieprozessen zum Einsatz. Ziel der Nachhaltigkeitsstrategie ist es, [„mit weniger Ressourcen mehr zu erreichen“](#) und die Ressourceneffizienz bis 2030 zu verdreifachen. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeitet Henkel zusammen mit seinen Partnern daran, Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette voranzutreiben und bindet seine Mitarbeiter aktiv in die Umsetzung der Strategie ein.

Zum Deutschen Nachhaltigkeitspreis

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis ist eine Initiative der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V. in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung, dem Rat für Nachhaltige Entwicklung, Wirtschaftsvereinigungen, kommunalen Spitzenverbänden, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Forschungseinrichtungen. Zu den Jurymitgliedern gehört auch Kathrin Menges, Personalvorstand und Vorsitzende des Sustainability Council von Henkel. Weitere Informationen zum Deutschen Nachhaltigkeitspreis sowie zu den Preisträgern werden im Nachgang auf der Veranstaltungswebseite www.nachhaltigkeitspreis.de veröffentlicht.

Über Henkel

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2015 erzielte Henkel einen Umsatz von 18,1 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2,9 Mrd. Euro. Allein die drei Top-Marken Persil, Schwarzkopf und Loctite erzielen dabei einen Umsatz von mehr als 6 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit rund 50.000 Mitarbeiter, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.henkel.de

Kontakt	Rabea Möllers	Hanna Philipps
Telefon	+49 211 797-69 76	+49 211 797-36 26
E-Mail	rabea.moellers@henkel.com	hanna.philipps@henkel.com

Henkel AG & Co. KGaA