

Sustainable Development Goals (SDGs)

Henkels Beitrag und Aktivitäten

Henkel hat sich dazu verpflichtet, seine führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit weiter auszubauen – diese Verpflichtung ist auch in unseren Unternehmenswerten verankert. Wir unterstützen aktiv die Erreichung der Sustainable Development Goals (SDGs): Die 17 UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung repräsentieren einen wichtigen Schritt zum gemeinsamen Verständnis der Herausforderungen, derer wir uns annehmen müssen, um eine nachhaltige Entwicklung zu ermöglichen.

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 Seiten zeigen, 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. Bitte beachten Sie zudem, dass die folgenden Ausführungen als Beispiele dienen und keine allumfassende Liste darstellen.



Nachfolgend finden Sie eine Liste ausgewählter Beispiele für das Engagement von Henkel, einen Beitrag zu den SDGs zu leisten (Stand: Mai 2022).

Ziel 1: Armut in jeder Form und überall beenden



- **Partnerschaft mit Plastic Bank**

Seit 2017 arbeiten wir erfolgreich mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank zusammen, das sich dafür einsetzt, Plastikabfall in der Natur zu reduzieren sowie gleichzeitig Menschen in Armut neue Chancen zu bieten – vor allem in Ländern, in denen es keine oder keine ausreichende Recycling-Infrastruktur zur Abfallentsorgung gibt. Henkel war das erste große globale Konsumgüterunternehmen, das mit Plastic Bank eine Partnerschaft einging. Im Jahr 2021 haben wir begonnen, die Recycling-Infrastruktur in Ägypten zu erweitern und haben mit Plastic Bank zehn Sammelcenter in der Umgebung von Kairo eröffnet. Das Engagement soll in den nächsten Jahren stetig ausgebaut werden. Die lokale Bevölkerung kann den dort gesammelten Plastikabfall an den Sammelstellen abgeben und gegen Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen eintauschen. Auf diese Weise wird aus den Plastikabfällen Wert geschaffen, bevor sie in die Gewässer oder Ozeane gelangen können.

- **Trainingsprogramm „Shaping Futures“**

Das einzigartige Trainingsprogramm von Schwarzkopf Professional ist eine weltweite Initiative, bei der benachteiligte Jugendliche das Handwerk des Friseurs erlernen, um sich so langfristig im Arbeitsmarkt zu platzieren. Seit 2010 bietet Schwarzkopf Professional in Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen Jugendlichen die Möglichkeit, eine Grundausbildung in den Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen und sich so eine Existenzgrundlage aufzubauen. So konnten bereits über 2.600 Jugendliche in mehr als 30 Ländern ausgebildet werden.

- **Ehrenamtliches Mitarbeiterengagement**

Unsere Mitarbeiter:innen unterstützen soziale Projekte über die Freiwilligen-Initiative „Miteinander im Team“ (MIT). Seit Gründung der Initiative „MIT Ehrenamt“ im Jahr 1998 haben wir die ehrenamtlichen Tätigkeiten von Henkel-Mitarbeiter:innen und -Pensionär:innen in über 16.800 Projekten und mehr als 100 Ländern in aller Welt gefördert. Gleichzeitig schließen sich immer mehr Mitarbeiter:innen und Pensionär:innen zusammen, um größere soziale Projekte zu realisieren. Diese beinhalten auch Unterstützung für Flüchtlinge, zum Beispiel durch Engagement in Flüchtlingsunterkünften und Integrationsprojekten, durch Lernpartnerschaften, bis hin zu Sachspenden und finanzielle Unterstützung.

- **Gesellschaftliches Engagement**

Mit unserem gesellschaftlichen Engagement verfolgen wir das Ziel, Menschen weltweit zu unterstützen und ihre Lebensqualität zu verbessern. Durch die ehrenamtliche Tätigkeit unserer



Mitarbeiter:innen werden zum Beispiel in Kooperation mit der Organisation United Way Worldwide soziale Projekte in Guatemala gefördert. Der Fokus liegt dabei auf Bildung, Einkommenssicherheit und Gesundheit. Unser freiwilliges gesellschaftliches Engagement – auch Corporate Citizenship genannt – ist seit der Unternehmensgründung durch Fritz Henkel im Jahr 1876 ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur.

Ziel 2: Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern



- **Unterstützung von Kleinbauern und -bäuerinnen**

Wir wollen die Verfügbarkeit von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl auf dem Markt durch Kooperationsprojekte erhöhen, die es Kleinbauern und -bäuerinnen ermöglichen, ihre Ernten als nachhaltig zertifizieren zu lassen, ihre Produktivität zu steigern und so ihre Existenzgrundlage zu verbessern.

- **Ehrenamtliches Mitarbeiterengagement**

Unsere Mitarbeiter:innen unterstützen soziale Projekte über die Freiwilligen-Initiative „Miteinander im Team“ (MIT). Seit Gründung der Initiative „MIT Ehrenamt“ im Jahr 1998 haben wir die ehrenamtlichen Tätigkeiten von Henkel-Mitarbeiter:innen und -Pensionär:innen in über 16.800 Projekten und mehr als 100 Ländern in aller Welt gefördert. Gleichzeitig schließen sich immer mehr Mitarbeiter:innen und Pensionär:innen zusammen, um größere soziale Projekte zu realisieren. Diese beinhalten auch Unterstützung für Flüchtlinge, zum Beispiel durch Engagement in Flüchtlingsunterkünften und Integrationsprojekten, durch Lernpartnerschaften, bis hin zu Sachspenden und finanzielle Unterstützung.

Ziel 3: Ein gesundes Leben für Menschen allen Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern



- **Gesundheit und Vitalität**

Wir stärken die Gesundheit und Vitalität unserer Mitarbeiter:innen 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:innen, beispielsweise über Nichtraucher-Seminare, Vorsorgeuntersuchungen und Aids-Prävention, als auch den Erhalt ihrer mentalen Vitalität, zum Beispiel durch Stressmanagement.

- **Produktsicherheit**

Verbrauchersicherheit ist für Henkel von zentraler Bedeutung. Wir bieten nur Produkte an, die für Mensch und Umwelt unbedenklich sind. Bei der Entwicklung unserer Produkte nutzen wir nur Rohstoffe, die alle gesetzlichen Vorschriften einhalten und bereits zahlreiche Prüfungen und Bewertungen durchlaufen haben.

- **Verbesserung der Arbeitsstandards & Arbeitssicherheit**

Arbeitssicherheit innerhalb unseres Unternehmens und entlang der Wertschöpfungskette hat bei uns oberste Priorität. Wir haben uns das langfristige Ziel „Null Arbeitsunfälle“ gesetzt und wollen unsere Arbeitssicherheit bis Ende 2025 um 60 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2010 verbessern. Im Jahr 2021 konnten wir eine Verbesserung um 42 Prozent gegenüber 2010 erzielen.

- **Menschenrechte und soziale Standards**

1994 wurde in der Publikation „Leitbild und Grundsätze“ von Henkel beschrieben, dass die Achtung der sozialen Werte und Standards der Länder, in denen wir tätig sind, ein integraler Bestandteil unserer Unternehmenspolitik ist. Im Jahr 2000 führten wir unseren Code of Conduct mit einem klaren und aktiven Bekenntnis zur Unterstützung der Menschenrechte ein.

Ziel 4: Inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern



▪ **Soziale Bildungsinitiativen**

Wir wollen unsere Bildungsprogramme für die Gesellschaft und unser freiwilliges Engagement weiter ausweiten. Unser Sustainability Pioneer-Programm soll beispielsweise unseren Mitarbeiter:innen ein klares Verständnis von Nachhaltigkeit vermitteln, sodass sie in der Lage sind, auch anderen, wie Schulkindern oder sogar Verbraucher:innen, die Bedeutung nachhaltigen Handelns näherzubringen. Unsere Initiative „Shaping Futures“ bietet benachteiligten Jugendlichen die Möglichkeit, grundlegende Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen und sich dadurch eine Existenzgrundlage aufzubauen. Durch unsere Zusammenarbeit mit der gemeinnützigen Bildungsinitiative „Teach First“ Deutschland unterstützen wir benachteiligte Schüler:innen bei einem besseren Schulabschluss.

▪ **Sozialer Fortschritt**

Wir wollen unser freiwilliges gesellschaftliches Engagement weiter ausweiten und unsere Mitarbeiter:innen motivieren und ermutigen, sich in ihrem Arbeitsumfeld sowie privat aktiv für Nachhaltigkeit zu engagieren. Dabei bauen wir mit unserem Sustainability Pioneer-Programm auf unserem Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm auf, mit dem wir seit 2012 an unseren Standorten weltweit mehr als 50.000 engagierte Mitarbeiter:innen ausgebildet haben.

▪ **Aus- und Weiterbildung**

Wir fördern die Fähigkeiten und Kenntnisse unserer Mitarbeiter:innen und helfen ihnen damit, ihr volles Potenzial zu entfalten. Lebenslanges Lernen ist für uns ein zentrales Element der Weiterentwicklung. Henkel ermutigt seine Mitarbeiter:innen, ihre Kenntnisse und Fähigkeiten nach ihren individuellen Bedürfnissen zu erweitern.

▪ **„Say Yes! to the future“-Initiative**

In diesem Programm schult Henkel Vertriebsmitarbeiter:innen aller Unternehmensbereiche 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.

▪ **Forscherwelt**

Die Forscherwelt ist eine Bildungsinitiative von Henkel, bei der Kinder zu kleinen Forscher:innen werden und spielerisch die Geheimnisse der Naturwissenschaften entdecken. Die Initiative wurde 2011 ins Leben gerufen und wird in mehreren Ländern weltweit angeboten.

- **Projekte mit Kleinbauern und -bäuerinnen fördern nachhaltige Produktion**

Gemeinsam mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad hat sich Henkel seit 2013 in Kleinbauernprojekten in verschiedenen Ländern wie Ghana, Honduras, Indonesien, Kolumbien, Mexiko, Nicaragua und Nigeria engagiert, um nachhaltiges Palmöl zu erzeugen. Dabei lag der Fokus auf Schulungen zu Best-Practice-Ansätzen, einschließlich einer klimafreundlichen Landwirtschaft, sowie auf der Einflussnahme auf die Politik und der Einbeziehung der Stakeholder. Aufbauend auf der sehr guten Zusammenarbeit mit Solidaridad haben wir konkrete Pläne für die nächsten Jahre entwickelt, um das Engagement weiter auszubauen.

Ziel 5: Geschlechtergerechtigkeit und Selbstbestimmung für alle Frauen und Mädchen erreichen



- **„Million Chances“-Initiative**

Mädchen und Frauen dabei unterstützen, mehr auf sich selbst zu vertrauen und sich eine erfolgreiche Zukunft aufzubauen – dafür setzt sich die Schwarzkopf-Initiative „Million Chances“ seit 2016 ein. Gefördert werden Hilfsprojekte weltweit, oft in Kooperation mit unabhängigen Organisationen wie etwa Plan International Deutschland e.V. in Kolumbien, Ägypten und China. Seit dem Start der Initiative konnten wir insgesamt rund 136.000 Personen unterstützen. Darüber hinaus fand 2021 der vierte Schwarzkopf Million Chances Award statt – gefördert von der Fritz Henkel Stiftung. Dabei wurden vier gemeinnützige Projekte für ihr außergewöhnliches Engagement mit einem Preisgeld von 10.000 Euro ausgezeichnet.

- **Sozialer Fortschritt**

Wir wollen unser freiwilliges gesellschaftliches Engagement weiter ausweiten und unsere Mitarbeiter:innen motivieren und ermutigen, sich in ihrem Arbeitsumfeld sowie privat aktiv für Nachhaltigkeit zu engagieren. Dabei bauen wir mit unserem Sustainability Pioneer-Programm auf unserem Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm auf, mit dem wir seit 2012 an unseren Standorten weltweit mehr als 50.000 engagierte Mitarbeiter:innen ausgebildet haben.

- **Stärkung der Frauen und Geschlechterparität**

Wir haben das Ziel, den Frauenanteil im Unternehmen auf allen Ebenen kontinuierlich zu erhöhen und verfolgen die Ambition, bis 2025 Geschlechterparität über alle Führungsebenen hinweg zu erreichen. Entscheidend dafür ist, dass wir die notwendigen Rahmenbedingungen schaffen, die es unseren Mitarbeiter:innen ermöglichen, ihre Karriere mit ihrer persönlichen Lebensplanung zu vereinbaren. Darüber hinaus gibt es in unseren Geschäftseinheiten und Funktionen weltweit verschiedene Mentorenprogramme für Frauen. Im Unternehmensbereich Beauty Care wurde beispielsweise ein globales, internes Netzwerk mit dem Titel „RISE“ geschaffen, das ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis in Führungspositionen fördern soll, beispielsweise durch die Teilnahme von Frauen an einem Mentoring-Programm. Ziel des Programms „Women into Science and Engineering“ des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies ist es, Frauen in verschiedenen Führungsebenen mit Führungskräften im Technologie- und Ingenieursektor weltweit zu verbinden, um den Austausch von Fähigkeiten und Wissen zu ermöglichen.

Ziel 6: Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten



▪ **Initiativen für Kunden und Verbraucher:innen**

Henkel konzentriert sich auf die Reduzierung des Wasserverbrauchs bei der Produktion und Nutzung unserer Produkte sowie auf die Vermeidung von Abwasser. Die Initiative "Be smarter. Save water." ist dafür ein Beispiel. Ihr Ziel ist es, das Bewusstsein der Verbraucher:innen für den verantwortungsvollen Umgang mit der wichtigen Ressource Wasser zu stärken. Durch den geringeren Verbrauch warmen Wassers können auch CO₂-Emissionen eingespart werden. Zu der Initiative gehören Informationen auf den Produktverpackungen sowie eine dazugehörige Webseite.

▪ **Einsparung von Wasser in der Produktion**

Wir wollen eine Kreislaufbewirtschaftung von Wasser an allen relevanten Produktionsstandorten bis 2030 erreichen und haben uns das Ziel gesetzt, den Wasserverbrauch pro Tonne Produkt bis 2025 um 35 Prozent zu senken (Basisjahr 2010). Um unser Ziel zu erreichen, prüft jeder Produktionsstandort sorgfältig alle Möglichkeiten, den Wasserverbrauch zu senken und Abwasser zu vermeiden. Abwässer aus industriellen Anwendungen werden entsprechend den rechtlichen Vorgaben fachgerecht entsorgt.

▪ **Produktverantwortung**

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.

▪ **Freiwilligenprojekt**

Unsere Initiative "MIT Ehrenamt" (Miteinander im Team) fördert Eigeninitiative und ehrenamtliches gesellschaftliches Engagement, wie den Bau eines Trinkwasserbrunnens in Burkina Faso.

Ziel 7: Zugang zu bezahlbarer, verllässlicher, nachhaltiger und zeitgemäßer Energie für alle sichern



▪ **Klimapositiv bis 2030**

Bis zum Jahr 2030 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 Wertschöpfungskette beeinflussen, die von besonders hoher Relevanz für die CO₂-Emissionen sind.

▪ **CO₂-Reduktions- und Energieziele**

- Wir haben uns das Ziel gesetzt, unsere CO₂-Emissionen pro Tonne Produkt bis 2025 um 65 Prozent zu verringern (Basisjahr 2010).
- Wir wollen bis 2030 100 Prozent des Stroms, den wir bei der Produktion verbrauchen, aus erneuerbaren Quellen beziehen.
- Wir streben an, unsere CO₂-Emissionen von Rohstoffen und Verpackungen pro Tonne Produkt um 30 Prozent bis 2030 zu senken (im Vergleich zum Jahr 2017). Außerdem ist es unser Ziel, zusammen mit unseren Kunden, Verbraucher:innen und Lieferanten 100 Millionen Tonnen CO₂ im Zehnjahreszeitraum 2016 bis 2025 einzusparen.

▪ **Neue Produktionsstätte mit ganzheitlichem Konzept einschließlich der Nutzung erneuerbarer Energien**

Beim Bau neuer Werke zielen wir darauf ab, das Effizienzprinzip und erneuerbare Energien bereits in der Planungsphase zu integrieren. In unserer 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 goldenen DGNB-Zertifikat von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen.

Ziel 8: Dauerhaftes, nachhaltiges und integratives Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern



- **„Mit weniger mehr erreichen“**
 Bezogen auf unser gesamtes Unternehmen ist es bis 2030 unser Ziel den geschaffenen Wert im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen zu verdreifachen. Dieses Ziel, dreimal effizienter zu werden, bezeichnen wir als „Faktor 3“. Die Effizienzsteigerung ergibt sich aus dem Verhältnis des Umsatzes pro Verkaufsmenge gegenüber dem ökologischen Fußabdruck pro Produktionsmenge.
- **Unterstützung von Kleinbauern und -bäuerinnen**
 Wir wollen die Verfügbarkeit von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl auf dem Markt durch Kooperationsprojekte erhöhen, die es Kleinbauern und -bäuerinnen ermöglichen, ihre Ernten als nachhaltig zertifizieren zu lassen, ihre Produktivität zu steigern und ihre Existenzgrundlage zu verbessern. Hierfür engagieren wir uns gemeinsam mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad. Der Fokus liegt auf Schulungen zu Best-Practice-Ansätzen, einschließlich einer klimafreundlichen Landwirtschaft, sowie auf der Einflussnahme auf die Politik und die Einbeziehung der Stakeholder. Bis heute wurden so bereits rund 36.400 Kleinbauern und -bäuerinnen erreicht, die rund 340.000 Hektar Anbaufläche bewirtschaften.
- **Codes und Standards**
 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.
- **Innovation**
 Wir haben uns das Ziel gesetzt, dass jedes neue Produkt einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten muss. Dementsprechend bewerten wir Produkte systematisch während unseres gesamten Innovationsprozesses.
- **Verantwortungsvolle Beschaffung**
 Von unseren Lieferanten und Vertragspartnern erwarten wir, dass ihr Verhalten stets unseren Ansprüchen an nachhaltiges Handeln entspricht. Bei der Auswahl und Entwicklung unserer Lieferanten und Vertragspartner berücksichtigen wir auch deren Leistung in Bezug auf Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, soziale Standards und faire Geschäftspraktiken. Zentrales Element ist



unsere Responsible-Sourcing-Strategie, deren klarer Fokus auf einem gemeinsamen Grundverständnis von Nachhaltigkeit im Einkauf liegt.

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. 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.

Ziel 9: Eine belastbare Infrastruktur aufbauen, integrative und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen



■ **Industrie 4.0**

Die Digitalisierung ist ein entscheidender Faktor, um unsere Produktionsstandorte klimapositiv zu gestalten, denn sie dient uns als Motor für Nachhaltigkeit. Wir wurden für unsere Leistungen auf diesem Gebiet ein weiteres Mal vom World Economic Forum und McKinsey & Company als „Advanced 4th Industrial Revolution Lighthouse“ ausgezeichnet. Ein unabhängiges Expertengremium hat unsere Laundry & Home Care-Produktionsstätten in Toluca, Mexiko, 2021 sowie in Montornès del Vallès, Spanien, 2020 als globale Leuchtturmprojekte und Vorreiter bei Industrie 4.0 gewürdigt.

■ **Reduzierung der Logistikemissionen**

■ Unsere Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette umfasst auch die Optimierung unserer Transport- und Logistikprozesse hinsichtlich Umweltverträglichkeit und Ressourceneffizienz. Unser Ziel für 2025 ist es, die Emissionen aus dem Transport unserer Produkte im Vergleich zum Basisjahr 2015 um 15 Prozent zu reduzieren.

■ **Reduzierung des Abfallvolumens**

Henkel hat sich der Förderung der Kreislaufwirtschaft verpflichtet. Dazu gehören das Vorantreiben von innovativen Verpackungslösungen für unsere Konsument:innen 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 haben uns das Ziel gesetzt, das Abfallvolumen bis 2025 um 50 Prozent pro Tonne Produkt zu verringern (im Vergleich zum Basisjahr 2010). Zusätzlich haben wir uns als Ziel gesetzt, bis 2030 an allen Produktionsstandorten, inklusive unseres Industriegeschäfts, keine Produktionsabfälle mehr auf Deponien zu entsorgen.

Ziel 10: Ungleichheit von und zwischen Staaten verringern



- **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 und jede Mitarbeiterin wertgeschätzt wird und individuelle Leistungen anerkannt werden. Mit zahlreichen Programmen sowie Trainings und Workshops stärken wir das Verständnis für Vielfalt und wertschätzendes Verhalten. Wir wollen ein integratives Arbeitsumfeld schaffen, das alle Dimensionen der Vielfalt fördert, um das volle Potenzial unserer Mitarbeiter:innen auszuschöpfen. Dabei verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz, der individuelle persönliche Merkmale sowie Erfahrungen, Kenntnisse und Fähigkeiten umfasst.

- **Integrationsprogramm**

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.

Ziel 11: Städte und Siedlungen integrativ, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig machen



- **Intelligenter Materialeinsatz im Baugewerbe**
 Technologien von Henkel ermöglichen es unseren Kunden, innovative neue Designs zu erforschen, die Vorteile in Bezug auf Nachhaltigkeit bieten. Unsere Klebstoffe befähigen unseren 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.
- **Beiträge zur Energieeffizienz**
 Unsere Produkte und Technologien können dabei helfen, einen Beitrag zur Energieeffizienz zu leisten. Beispielsweise helfen unsere Wärmedämmverbundsysteme zur Isolierung von Gebäudefassaden, aufgrund verminderten Wärmeverlusts 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.
- **„Welcome Home“-Programm**
 Seit 2016 bietet unser „Welcome Home“-Programm bedürftigen Familien und Kindern ein sicheres Zuhause. Durch diese Initiative bieten Mitarbeiter:innen 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.
- **Lebens(t)räume schaffen**
 Bereits seit 2014 bauen Mitarbeiter:innen von Henkel in Kooperation mit Habitat for Humanity regelmäßig Häuser für hilfsbedürftige Familien im Rahmen von einwöchigen „Baureisen“. Zusätzlich werden diese Einsätze mit Sachspenden von Henkel unterstützt, beispielsweise mit Baumaterialien.

Ziel 12: Für nachhaltige Konsum und Produktionsmuster sorgen



- **Kunden bei der Emissionsreduktion helfen**

Verbunden mit den von uns identifizierten Hebeln entlang unserer Wertschöpfungskette haben wir uns das Ziel gesetzt, dass 100 Millionen Tonnen CO₂ zusammen mit unseren Kunden, Verbraucher:innen und Lieferanten im Zehnjahreszeitraum 2016 bis 2025 eingespart werden. Dafür 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.

- **Henkel-Fußabdruckrechner**

Wir wollen durch gezielte Kommunikation Einfluss auf ein verantwortungsvolles Verhalten während der Produkthanwendung nehmen. Dies ist besonders wichtig, da die Anwendungsphase bei vielen unserer Produkte bis zu 90 Prozent des ökologischen Fußabdrucks ausmacht. Die Bedeutung der Anwendungsphase wird auch im Henkel-Fußabdruckrechner verdeutlicht. Er zeigt, dass nicht nur Unternehmen, sondern auch jede und jeder Einzelne mit ihrem/seinem Verhalten einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten kann.

- **Materialkreisläufe schließen und Ressourceneffizienz steigern**

Die Entkopplung des Wirtschaftswachstums vom Verbrauch endlicher, natürlicher Ressourcen und die Entwicklung einer Kreislaufwirtschaft gehören zu den zentralen Ansätzen einer nachhaltigen Wertschöpfung. Unser Verpackungsmaterial, insbesondere für unsere Konsumgüter, zu reduzieren oder komplett zu vermeiden, ist der beste Weg, um Abfall und somit negative Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren. Unser Ziel ist es daher auch, die Menge an Verpackungsmaterial so weit wie möglich zu reduzieren – ohne die Qualität, Leistung oder Sicherheit unserer Produkte zu beeinträchtigen. Alle unsere Verpackungen sind bereits heute so konzipiert, dass sie die von den Verbraucher:innen erwartete Leistung unter Verwendung einer möglichst geringen Verpackungsmenge und möglichst nachhaltiger Materialien bieten. Gleichzeitig kann der Verbrauch von Ressourcen reduziert werden, wenn Materialien so lange wie möglich in den Wirtschaftskreisläufen erhalten bleiben. Unsere Mission ist es daher, Material aus nachhaltigen Quellen einzusetzen und ein intelligentes Verpackungsdesign zu nutzen, um den Kreis zu schließen. Um dies zu erfüllen, arbeiten unsere Verpackungsentwickler:innen eng mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette in den Bereichen Gestaltungsmethoden, Fertigungstechnologien und nachhaltige Materialien zusammen.

- **Nachfüll- und Mehrwegsysteme**

Neben Recycling gewinnen Nachfüll- und Mehrwegsysteme ebenfalls immer mehr an Bedeutung. Daher nutzen wir neben neuen Produktformen und dem Einsatz von recycelbaren und recycelten Kunststoffen auch nachfüllbare Verpackungen und Nachfüllstationen. Hier können Verbraucher:innen Wasch- und Spülmittel oder Shampoo in spezielle Flaschen abfüllen. Ist der Inhalt aufgebraucht, kann die Verpackung erneut befüllt werden.

- **Eco Beauty Score Consortium**

Um nachhaltigen Konsum zu fördern, hat Henkel im September 2021 gemeinsam mit den Kosmetikkonzernen Unilever, LVMH, L'Oréal und Natura ein Eco Beauty Score Consortium gegründet. Ziel ist es, ein branchenweites Bewertungssystem hinsichtlich der Umweltauswirkungen von Kosmetikprodukten zu entwickeln. So soll es den Verbraucher:innen erleichtert werden, nachhaltige Kaufentscheidungen zu treffen. Die wissenschaftsbasierte Methode soll dabei den gesamten Produktlebenszyklus berücksichtigen.

- **„Mit weniger mehr erreichen“**

Bezogen auf unser gesamtes Unternehmen ist es bis 2030 unser Ziel den geschaffenen Wert im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen zu verdreifachen. Dieses Ziel, dreimal effizienter zu werden, bezeichnen wir als „Faktor 3“. Die Effizienzsteigerung ergibt sich aus dem Verhältnis des Umsatzes pro Verkaufsmenge gegenüber dem ökologischen Fußabdruck pro Produktionsmenge.

Ziel 13: Sofortige Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen



■ Klimapositiv bis 2030

Bis zum Jahr 2030 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 Wertschöpfungskette beeinflussen, die von besonders hoher Relevanz für die CO₂-Emissionen sind.

■ CO₂-Reduktions- und Energieziele

- Wir haben uns das Ziel gesetzt, unsere CO₂-Emissionen pro Tonne Produkt bis 2025 um 65 Prozent zu verringern (Basisjahr 2010).
- Wir wollen bis 2030 100 Prozent des Stroms, den wir bei der Produktion verbrauchen, aus erneuerbaren Quellen beziehen.
- Wir streben an, unsere CO₂-Emissionen von Rohstoffen und Verpackungen pro Tonne Produkt um 30 Prozent bis 2030 zu senken (im Vergleich zum Jahr 2017).

■ CO₂-Reduktionsziele von Science Based Targets-Initiative anerkannt

Bereits 2020 hat uns die „Science Based Targets initiative“ (SBTi) bestätigt, dass unsere wissenschaftsbasierten Emissionsreduktionsziele, die wir auf der Grundlage unserer langfristigen Ziele abgeleitet haben, mit den Kriterien der Initiative übereinstimmen. So stehen unsere Ziele für die Treibhausgasemissionen von Henkel (Scope 1 und 2) im Einklang mit den Reduktionen, die erforderlich sind, um die Erwärmung auf 1,5 Grad Celsius zu halten. Deswegen haben wir uns verpflichtet, unsere Scope-1- und -2-Emissionen pro Tonne Produkt bis 2030 im Vergleich zu 2017 um 67 Prozent zu senken. Dazu haben wir unsere existierenden Klimaziele mit dem Bezugsjahr 2010 entsprechend auf das aktuellere Bezugsjahr 2017 umgerechnet. Weiterhin entspricht unser Ziel für die Emissionen aus der Wertschöpfungskette (Scope 3) den Kriterien der SBTi für ehrgeizige Ziele in der Wertschöpfungskette, das heißt, es steht im Einklang mit der besten Praxis. Dazu wollen wir bis 2030 unsere Emissionen aus Rohstoffen und Verpackungen, die dem Scope 3.1 „Waren und Dienstleistungen“ des GHG-Protokolls entsprechen, im Vergleich zu 2017 um 30 Prozent pro Tonne Produkt reduzieren.

- **Kunden bei der Emissionsreduktion helfen**

Verbunden mit den von uns identifizierten Hebeln entlang unserer Wertschöpfungskette haben wir uns das Ziel gesetzt, dass 100 Millionen Tonnen CO₂ zusammen mit unseren Kunden, Verbraucher:innen und Lieferanten im Zehnjahreszeitraum 2016 bis 2025 eingespart werden. Dafür 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.

Ziel 14: Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen



▪ **Partnerschaft mit Plastic Bank**

Seit 2017 arbeiten wir erfolgreich mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank zusammen, das sich dafür einsetzt, Plastikabfall in der Natur zu reduzieren sowie gleichzeitig Menschen in Armut neue Chancen zu bieten – vor allem in Ländern, in denen es keine oder keine ausreichende Recycling-Infrastruktur zur Abfallentsorgung gibt. Henkel war das erste große globale Konsumgüterunternehmen, das mit Plastic Bank eine Partnerschaft einging. Im Jahr 2021 haben wir begonnen, die Recycling-Infrastruktur in Ägypten zu erweitern und haben mit Plastic Bank zehn Sammelcenter in der Umgebung von Kairo eröffnet. Das Engagement soll in den nächsten Jahren stetig ausgebaut werden. Die lokale Bevölkerung kann den dort gesammelten Plastikabfall an den Sammelstellen abgeben und gegen Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen eintauschen. Auf diese Weise wird aus den Plastikabfällen Wert geschaffen, bevor sie in die Gewässer oder Ozeane gelangen können.

▪ **Verschmutzung der Meere durch Plastikmüll**

Um zu vermeiden, dass die unsachgemäße Entsorgung unserer Produktverpackungen aus Kunststoff zur Verschmutzung der Meere beiträgt, streben wir eine Kreislaufwirtschaft an. Dazu werden wir sowohl die Recyclingfähigkeit unserer Verpackungen weiter verbessern als auch den Anteil von recyceltem Material an unseren Verpackungen erhöhen und auf Nachfüll- und Mehrwegsysteme setzen.

▪ **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.

▪ **Produktverantwortung**

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 nach dem Stand der Technik behandelt, um Schadstoffe aus ihnen zu entfernen, und fachgerecht entsorgt.

Ziel 15: Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodenverschlechterung stoppen und umkehren und den Biodiversitätsverlust stoppen



- **Nachhaltiges Palmöl und Null-Netto-Entwaldung**
 Wir wollen sicherstellen, dass die für unsere Produkte verwendeten Palm- und Palmkernöle einer nachhaltigen Bewirtschaftung entstammen. Zu unseren Zielen bis zum Jahr 2025 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, weshalb wir uns auch in verschiedenen Initiativen, beispielsweise beim Runden Tisch für nachhaltiges Palmöl (RSP), Action for Sustainable Derivatives (ASD) oder dem Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) engagieren.
- **Kleinbauernprojekte fördern nachhaltige Produktion**
 Gemeinsam mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad hat sich Henkel seit 2013 in Kleinbauernprojekten in verschiedenen Ländern wie Ghana, Honduras, Indonesien, Kolumbien, Mexiko, Nicaragua und Nigeria engagiert, um nachhaltiges Palmöl zu erzeugen. Dabei lag der Fokus auf Schulungen zu Best-Practice-Ansätzen, einschließlich einer klimafreundlichen Landwirtschaft, sowie auf der Einflussnahme auf die Politik und der Einbeziehung der Stakeholder. Aufbauend auf der sehr guten Zusammenarbeit mit Solidaridad haben wir konkrete Pläne für die nächsten Jahre entwickelt, um das Engagement weiter auszubauen.
- **Verantwortungsvolle Beschaffung**
 Von unseren Lieferanten und Vertragspartnern erwarten wir, dass ihr Verhalten stets unseren Ansprüchen an nachhaltiges Handeln entspricht. Bei der Auswahl und Entwicklung unserer Lieferanten und Vertragspartner berücksichtigen wir auch deren Leistung in Bezug auf Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, soziale Standards und faire Geschäftspraktiken. Zentrales Element ist unsere Responsible-Sourcing-Strategie, deren klarer Fokus auf einem gemeinsamen Grundverständnis von Nachhaltigkeit im Einkauf liegt.

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. 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.

- **Papier und Karton**

Die am häufigsten verwendeten Verpackungsmaterialien aus nachwachsenden Rohstoffen sind Papier und Karton. Erfolgen die Beschaffung sowie Produktion dieses Holzes auf nicht nachhaltige Weise, kann dies zur Entwaldung von ökologisch wertvollen Flächen führen. Daher ist es unser Bestreben bis 2025 100 Prozent des in unseren Verpackungen eingesetzten Papier- und Kartonmaterials als recyceltes Material oder – wo der Einsatz von Frischfasern erforderlich ist – aus Quellen nachhaltiger Forstwirtschaft zu beziehen. Dies ist auch Teil unseres Engagements für die Initiative des Consumer Goods Forums gegen die weltweite Entwaldung und zum Schutz der Biodiversität.

Ziel 16: Friedliche und integrative Gesellschaft im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und effektive, rechenschaftspflichtige und integrative Institutionen auf allen Ebenen aufbauen



- **Codes and 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:innen weltweit, in allen Geschäftsfeldern und Kulturkreisen, in denen wir tätig sind.

- **Governance und Compliance**

Wir bekennen uns klar zu Corporate Governance und Corporate Compliance – sowohl auf lokaler als auch auf globaler Ebene. Verantwortungsbewusste Managementprozesse und die Einhaltung verschiedener gesetzlicher Vorschriften und kultureller Konventionen sind Grundlage für den Erfolg in unseren internationalen Märkten.

Ziel 17: Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung wiederbeleben



▪ **Initiativen und Partnerschaften**

Henkel beteiligt sich an einer Vielzahl von Initiativen auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene, so dass wir in Zusammenarbeit und im gegenseitigen Austausch mit anderen Akteuren aktiv an der Gestaltung einer nachhaltigen Entwicklung mitwirken können.

▪ **Stakeholder-Dialog**

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, Nachbarn, Behörden, Verbände und Nichtregierungsorganisationen sowie die Politik und die Wissenschaft.

▪ **UN Global Compact**

Henkel ist Teil des UN Global Compact seit 2003. Unsere Codes und Corporate Standards bilden die Basis für die Umsetzung des UN Global Compact.

▪ **Zusammenarbeit und Partnerschaften (Auswahl)**

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Responsible Care, Plastic Bank, Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), Alliance to End Plastic Waste, Solidaridad, Together for Sustainability (TfS), Action for Sustainable Derivates (ASD), Forum für nachhaltiges Palmöl (FONAP), Verband der Chemischen Industrie (VCI), Chemie³, Renewable Carbon Initiative, New Plastics Economy (NPEC), Consumer Goods Forum (CGF).