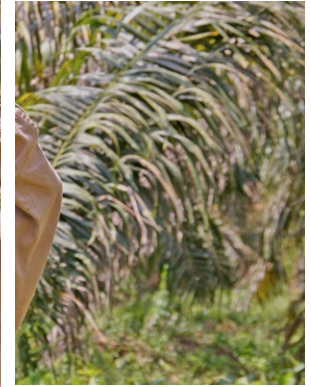


Nachhaltigkeit
im Überblick
2019



Inhalt

- 2 Über Henkel
- 3 Mehr Wert – weniger Ressourcen
- 4 Globale Herausforderungen und Chancen
- 6 Engagierte Nachhaltigkeitsbotschafter
- 8 Hochwirksame Lösungen für unsere Kunden
- 10 Gemeinsam für natürliche Schönheit
- 12 Mit nachhaltigen Innovationen mehr Wert schaffen
- 14 Verantwortungsvolle Beschaffung vorantreiben
- 16 Klimapositiv werden
- 18 Kreislaufwirtschaft ermöglichen
- 20 Nachhaltigen Konsum fördern
- 22 Bildungschancen schaffen
- 24 Soziales Engagement unterstützen
- 26 Wichtige Ziele im Überblick
- 27 Ergebnisse 2019
Externe Bewertungen

Über Henkel

Unser Unternehmen wurde 1876 von Fritz Henkel gegründet. Mit unseren drei Unternehmensbereichen – Adhesive Technologies, Beauty Care und Laundry & Home Care – halten wir sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft führende Marktpositionen. Unsere starken Marken wie Loctite, Schwarzkopf und Persil sind als Produkte und Technologien fester Bestandteil des Alltags von Menschen in mehr als 100 Ländern.

Mit unserem Handeln wollen wir nachhaltig Werte schaffen. Für unsere Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und die Gesellschaft.

Wir sind Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit. Mit weniger Ressourcen wollen wir mehr erreichen. Das ist der Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Dabei übernehmen wir Verantwortung für die Gesundheit und Lebensqualität unserer Mitarbeiter, Kunden und Verbraucher sowie für den Schutz unserer Umwelt.

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



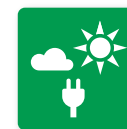
Leistung



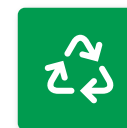
Gesundheit und
Sicherheit

Mehr Wert schaffen

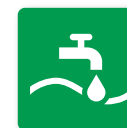
Fußabdruck reduzieren



Energie und
Klima



Materialien
und Abfall



Wasser und
Abwasser

Globale Herausforderungen und Chancen

Wir stehen vor großen Herausforderungen, aus denen sich gleichzeitig vielfältige Chancen ergeben. Die Weltbevölkerung wird Schätzungen zufolge bis zum Jahr 2050 auf mehr als neun Milliarden Menschen anwachsen. Die weltweit zunehmende Wirtschaftsleistung führt zu steigendem Konsum und Ressourcenbedarf. Somit wird sich der Druck auf die Ressourcen in den kommenden Jahrzehnten weiter verstärken. Daher brauchen wir Produkte und Technologien, die mehr Lebensqualität bei gleichzeitig geringerem Material- und Rohstoffverbrauch bieten.

Henkel unterstützt die Umsetzung der 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung („Sustainable Development Goals“, kurz SDGs), die 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 – für Industrie-, Schwellen- und Entwicklungsländer, für Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen sowie für Beteiligte aus allen Branchen und Sektoren entlang der Wertschöpfungskette. Themenfelder wie nachhaltiger Konsum, Verpackungen und Plastik, Klimaschutz, Menschenrechte, Chancengleichheit sowie Bildung, denen wir uns in unserem Nachhaltigkeitsmanagement widmen und bei denen wir ständig Fortschritte erzielen, spiegeln sich auch in den SDGs wider.

Wir sind überzeugt, dass diese Ziele gemeinschaftliches Handeln fördern und den Fortschritt in Richtung Nachhaltigkeit beschleunigen werden. Indem wir kontinuierlich unsere Unternehmensziele und -initiativen prüfen, wollen wir sicherstellen, dass sich diese mit den für uns relevanten globalen und nationalen Prioritäten der SDGs decken und wir an den für unser Geschäft und die nachhaltige Entwicklung relevanten Themen arbeiten. Dabei sind wir im Dialog mit Stakeholdern, engagieren uns weltweit in Initiativen zusammen mit Branchenvertretern, Sozialunternehmen und zivilgesellschaftlichen Akteuren und beteiligen uns am politischen und gesellschaftlichen Diskurs.

Mit unserem langjährigen Engagement für nachhaltiges Wirtschaften leisten wir weltweit Beiträge zu den UN-Zielen. Dazu zählt das unternehmerische und gesellschaftliche Engagement unserer drei Unternehmensbereiche mit ihren Marken und Technologien, der regionalen und nationalen Gesellschaften sowie unserer Corporate-Funktionen.

Die Abbildung zeigt einige Beispiele, wie wir mit unserem Engagement für Nachhaltigkeit zur Umsetzung der globalen Entwicklungsziele beitragen und die wir in diesem Magazin näher beleuchten. Dazu zählen Beiträge, die wir im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit sowie unseres darüber hinausgehenden gesellschaftlichen Engagements leisten.





Unsere Mitarbeiter

Engagierte Nachhaltigkeitsbotschafter

Unser Team von mehr als 52.000 Mitarbeitern inspiriert weltweit Menschen mit Engagement, Kompetenzen und Erfahrung – und füllt unsere Nachhaltigkeitsstrategie mit Leben.



Wenn es um Nachhaltigkeit geht, machen unsere Mitarbeiter den Unterschied aus. Sie lassen aus Ideen Innovationen entstehen, entwickeln erfolgreiche Strategien und machen unser Unternehmen einzigartig. Um das Engagement unserer Mitarbeiter zu unterstützen und zu stärken, haben wir 2012 das Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm ins Leben gerufen. Seitdem haben sich fast alle unsere Mitarbeiter weltweit in Online-Schulungen oder Präsenzseminaren als Nachhaltigkeitsbotschafter qualifiziert. Das Programm zielt darauf ab, unsere Nachhaltigkeitsstrategie zu erklären und unseren Mitarbeitern ein Gefühl für das starke Unternehmensengagement bei diesem Thema zu vermitteln.

„Wenn wir alle bereit sind, ein paar kleine Dinge in unserem Alltag zu verändern, dann können wir gemeinsam viel erreichen.“

Margaret Koh,
Regional Head, Supplier Quality & Development für Asien / Pazifik bei Henkel



Rund 1.300 Mitarbeiter weltweit haben sich an den Aktionstagen der weltweiten Henkel-Initiative „Trashfighter“ beteiligt und in Parks, Städten und an Flussufern Plastikmüll gesammelt.

Mitmachen und aktiv werden

Als Nachhaltigkeitsbotschafter werden unsere Mitarbeiter ermutigt, mit dem neu erworbenen Wissen einen aktiven Beitrag zu leisten. Eine unserer Initiativen umfasst beispielsweise den Besuch von Schulen, damit heranwachsende Generationen bereits in jungem Alter lernen, Ressourcen zu Hause effizient zu nutzen. Die Kinder wirken in ihrem Umfeld außerdem als Multiplikatoren, wenn sie ihre neuen Erkenntnisse mit Freunden und Familie teilen. Bis Ende 2019 haben wir mit diesem Engagement insgesamt mehr als 170.000 Schulkinder in 53 Ländern erreicht.

Bewusster Umgang mit Ressourcen

An unseren weltweiten Standorten engagieren sich unsere Nachhaltigkeitsbotschafter auch für einen gesünderen Lebensstil, für den bewussten Umgang mit Wasser und Energie und die Vermeidung von Abfall. Wir bieten zum Beispiel Initiativen an, um unsere Mitarbeiter zu ermutigen, ihren Berufsalltag nachhaltiger zu gestalten: durch einfache Handlungen wie das Ausschalten des Lichts, wenn es nicht mehr benötigt wird, oder eine gesunde Ernährung. Unsere Verkaufsteams erhalten darüber hinaus eine Zusatzschulung, um Nachhaltigkeit in Projekten mit Kunden und Partnern in der Praxis umzusetzen.

Plastikmüll bekämpfen

Im Rahmen des Nachhaltigkeitsbotschafter-Programms haben wir 2019 auch die Initiative „Trashfighter“ ins Leben gerufen. Diese vereint unsere Mitarbeiter, gemeinsam gegen Plastikmüll in der Umwelt zu kämpfen. Bis zum Ende des Jahres 2019 waren rund 1.300 Mitarbeiter im Einsatz und haben in den USA, Europa und Asien in Parkanlagen, an Stränden und Flussufern Müll gesammelt. Damit möchten wir das gesellschaftliche Bewusstsein für unsere Umwelt schärfen und die Entwicklung hin zu einer Kreislaufwirtschaft vorantreiben, in der alles wiederverwertet und nichts weg- geworfen wird.



Unsere Unternehmensbereiche: Adhesive Technologies

Hochwirksame Lösungen für unsere Kunden

Mit unserem Portfolio von ressourceneffizienten Lösungen für Industrie- und Konsumenten Anwendungen ermöglichen wir es unseren Kunden, ihrerseits Nachhaltigkeit voranzutreiben.



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. 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.

Carbonfaserfelgen ermöglichen Gewichts-
einsparungen von bis zu

50%

gegenüber herkömmlichen Aluminium-
felgen.

Unsere Lösungen sind zur Gewichtseinsparung
und Erhöhung der Sicherheit in mehr als

1.500

Luftfahrzeugspezifikationen weltweit im
Einsatz.



Ein neues Klebstoffsortiment für die Etikettierung von PET-Flaschen erleichtert das Ablösen des Etiketts von der Flasche. So beschleunigen wir den Recyclingprozess und ermöglichen die Wiedergewinnung von qualitativ besserem Rezyklat.

Erneuerbare und biobasierte Rohstoffe

Wir glauben, dass kein einzelnes Unternehmen die weltweiten Herausforderungen allein bewältigen kann. Deshalb gehen wir Partnerschaften ein, die auf jeder Stufe der Wertschöpfungskette wichtige Beiträge leisten. Ein Beispiel dafür ist die Entwicklung biobasierter Lösungen für die Elektronikindustrie durch unsere Forschungsteams. So bieten wir eine Alternative zu Rohstoffen, die auf Erdöl basieren. Hersteller von Smartphones und anderen Geräten arbeiten kontinuierlich daran, neue Technologien mit geringerem CO₂-Fußabdruck zu verwenden, um steigenden Verbrauchererwartungen und Rechtsvorschriften voraus zu sein.

Innovative Designs ermöglichen

Auch durch neue Designoptionen helfen wir unseren Kunden, nachhaltige Produkte anzubieten. Beispielsweise kooperieren wir 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 Technologie können Fahrzeughersteller das Gesamtgewicht der einzelnen Fahrzeuge reduzieren, wodurch diese weniger Kraftstoff verbrauchen und geringere CO₂-Emissionen erzeugen.

Den Kreis schließen

Unsere Lösungen sind auch ein Schlüssel zum Aufbau einer Kreislaufwirtschaft. Dabei liegt ein Fokus auf der Recyclingfähigkeit flexibler Verpackungen, die schichtweise verschiedene Materialien wie Kunststoff, Folie und Aluminium kombinieren. Diese Verpackungen werden besonders für Lebensmittel und Medizinprodukte benötigt. Da die einzelnen Schichten getrennt entsorgt werden müssen, sind sie jedoch schwer zu recyceln. Zur Bewältigung dieser Herausforderung haben wir eine Reihe von Klebstoffen und Beschichtungen entwickelt, die die Recyclingfähigkeit flexibler Verpackungen von Anfang an berücksichtigen.



Unsere Unternehmensbereiche: Beauty Care

Gemeinsam für natürliche Schönheit

Nachhaltig wirksam: In unseren Seifen, Shampoos und Duschgelen verwenden wir naturbasierte Rohstoffe – und setzen uns für einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen ein. Darüber hinaus engagieren wir uns in gemeinnützigen Initiativen, zum Beispiel für die Rechte von Mädchen und Frauen.



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. 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.

Bis Ende 2020 wollen wir

140.000

Frauen und Mädchen mit unserer Initiative „Schwarzkopf Million Chances“ erreichen.

Zu

30%

aus recyceltem Kunststoff besteht der Flaschenkörper der Produktlinie Schauma Nature Moments.



Die festen Shampoos der Marke Nature Box enthalten bis zu 82 Prozent naturbasierte Inhaltsstoffe, unter anderem kaltgepresste Öle aus Fruchtkernen und Nüssen, und sind vegan.

Engagement unserer Marken

Wir wollen unsere Verbraucher motivieren, auch durch ihr Verhalten zum verantwortlichen Umgang mit Ressourcen beizutragen. Mit der Initiative „BeSmarter.“ rufen wir zu wassersparendem Verhalten und einem korrekten Umgang mit Abfall im Sinn einer Kreislaufwirtschaft auf. Darüber hinaus ist es uns wichtig, einen Beitrag zu einer positiven gesellschaftlichen Entwicklung zu leisten. Das Ziel unserer Initiative „Million Chances“ ist es, weltweit Mädchen und Frauen dabei zu unterstützen, sich eine erfolgreiche Zukunft aufzubauen. Im Jahr 2019 wurde zum zweiten Mal der Schwarzkopf Million Chances Award verliehen. Dabei wurden vier gemeinnützige

Projekte, die sich für Gesundheit, Bildung, wirtschaftliche Emanzipation oder Rechte und Integration von Mädchen und Frauen einsetzen, ausgezeichnet. Bis Ende 2020 wollen wir mit unseren Projekten und Initiativen unter dem Dach von „Million Chances“ insgesamt 140.000 Frauen und Mädchen erreichen.

Nachhaltige Innovationen

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 Verpa-

ckungsmaterialien über die Produktion und Logistik bis hin zur Anwendung und Entsorgung des Produkts durch den Verbraucher. Neu sind die festen Shampoos der Marke Nature Box mit kaltgepressten Ölen. Sie sind durch die konzentrierte Formel so ergiebig wie zwei flüssige Shampoos, haben weniger Gewicht und Volumen. Dadurch fallen während des Transports geringere CO₂-Emissionen an. Nature Box arbeitet mit der 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.



Unsere Unternehmensbereiche: Laundry & Home Care

Mit nachhaltigen Innovationen mehr Wert schaffen

Unsere nachhaltigen Innovationen helfen Verbrauchern dabei, Wasser und Energie zu sparen – zum Beispiel beim Waschen und Spülen mit höher konzentrierten Produktformulierungen. Darüber hinaus verbessern wir kontinuierlich die Recyclingfähigkeit unserer Verpackungen.

Der Anspruch der Verbraucher ist gleichzeitig unser Ziel: Unsere Produkte sollen die Kriterien Qualität, Umweltverträglichkeit und gesellschaftliche Verantwortung erfüllen. Die Forschungs- und Entwicklungsstrategie des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care verbindet daher Innovation mit Nachhaltigkeit und setzt auf ressourceneffiziente Technologien und Produkte.

Gemeinsam Ressourcen schonen

Unsere neue Generation von Flüssigwaschmitteln zeigt, dass eine hohe Waschleistung und Nachhaltigkeit Hand in Hand gehen können. Sie ist das Ergebnis mehrjähriger Forschung

Mehr als

70%

des ökologischen Fußabdrucks unserer Produkte entstehen während der Anwendung.

Alle Pril-Flaschen bestehen zu

100%

aus recyceltem Plastik.



Die Flaschen des Weichspülers Vernel bestehen zu 100 Prozent aus Rezyklat. Der Verbraucher wird aufgefordert, den Flaschenkörper nach Gebrauch von der Plastikhülle zu trennen, damit beide Teile recycelt werden können.

und Entwicklung sowie Investitionen in neue Rezepturen, Flaschen und Produktionsprozesse. 2019 haben wir Persil Discs eingeführt: Diese bieten dank des 4-Kammern-Systems eine optimal abgestimmte Waschleistung hinsichtlich Fleckentfernung, Leuchtkraft, Faserpflege und frischem Duft in nur einem Produkt. 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. Die wasserlösliche Folie ist biologisch abbaubar. Persil Discs beugen einer Überdosierung des Waschmittels vor und tragen so zu mehr Nachhaltigkeit bei.

Gemeinsam recyceln

Wichtige Ziele der Henkel-Verpackungsentwickler sind die Reduzierung 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. Die Initiative verfolgt zwei Ziele: zum einen, die Wiederverwendung von Wertstoffen für Verpackungen deutlich zu erhöhen, um den Kunden nachhaltigere Alternativen anzubieten und die Mengen an reinem Verpackungs-

müll zu reduzieren. Zum anderen, das Bewusstsein der Menschen für ein Kreislaufsystem zu fördern – von der Produktkonzeption über den Gebrauch, die haushaltsnahe Entsorgung bis hin zur Wiederverwertung der Verpackung.

Henkel testet zudem gemeinsam mit seinen Handelskunden weitere Alternativen zur Förderung einer Kreislaufwirtschaft. Dazu gehören zum Beispiel Nachfüll-Stationen für Flüssigwasch- und Geschirrspülmittel in Drogeriemärkten in der Tschechischen Republik. Außerdem hat Henkel neue Produktlogos entwickelt, die den Anteil an Rezyklat beziehungsweise die Recyclingfähigkeit der Verpackungen ausweisen.

Unsere Projekte und Initiativen

Verantwortungsvolle Beschaffung vorantreiben

Die Lieferkette bestimmt maßgeblich unseren Einfluss als Unternehmen auf diese Welt. Daher setzen wir uns gemeinsam mit Partnern und Zulieferern weltweit für soziale und umweltverträgliche Standards ein – insbesondere für die Beschaffung von Palmöl und Palmkernöl.

Wir möchten sicherstellen, dass alle Rohstoffe, die wir in unseren Produkten verarbeiten, nachhaltig hergestellt werden. Beim Einkauf von Palmöl und Palmkernöl ist unser Ansatz, einen positiven Beitrag zur Umwelt ebenso wie zum Leben der örtlichen Gemeinden zu leisten. Zu unseren Zielen für 2020 gehört daher auch, dafür zu sorgen, dass wir mit dem Einkauf palmbasierter Rohstoffe nicht zur Abholzung von Wäldern beitragen.

Wir setzen uns zudem stark für die Rechte der Menschen ein, die in dieser Branche arbeiten oder deren Gemeinden vom Palmanbau betroffen sind. Deshalb haben wir klare Ziele für die Zertifizierung und Transparenz formuliert und legen Wert auf die Unterstützung von Kleinbauern.

Zusammenarbeit mit Kleinbauern

Gemeinsam mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad unterstützen wir Initiativen für unabhängige Landwirte in Ghana, Honduras, Indonesien, Kolumbien, Mexiko, Nicaragua und Nigeria. Seit 2012 haben wir damit rund 30.000 Kleinbauern mit rund 300.000 Hektar Land erreicht.

Solidaridad feierte 2019 sein 50. Jubiläum – und kann dabei auf eine beeindruckende Erfolgsgeschichte zurückblicken. Seite an Seite möchten wir jetzt neue Schwerpunkte setzen, zum Beispiel: die Treibhausgasemissionen in der Palm-Lieferkette zu reduzieren und Kleinbauern bei der Anpassung an klimaverträglichere Prozesse zu helfen. Waldgebiete aufzuforsten hilft im Kampf gegen den Klimawandel, weil Bäume



Henkel arbeitet aktuell mit Zulieferern und Geschäftspartnern aus 120 Ländern zusammen. Über 77 Prozent unseres Einkaufsvolumens stammt aus Ländern, die zur Organisation für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) gehören.

schädliches CO₂ aus der Luft filtern. Gleichzeitig helfen wir damit Kleinbauern, ihre Erträge zu steigern, damit sie in Maßnahmen investieren können, die ihre Plantagen besser vor den Auswirkungen des Klimawandels schützen.

Partnerschaft und Dialog

Die branchenübergreifende Zusammenarbeit steht im Zentrum unseres Konzepts für verantwortungsvolle Beschaffung. Wir sind Gründungsmitglied von Together for Sustainability – The Chemical Initiative for Sustainable Supply Chains (TfS). Ziel dieser Initiative ist es, Nachhaltigkeitsprozesse entlang der Wertschöpfungskette zu harmonisieren und den Dialog zwischen globalen Partnern zu fördern, beispielsweise zum Austausch externer Nachhaltigkeitsgutachten und Audits.

„Meine Arbeit als Palmölbauer hilft mir, meinen fünf Kindern den Schulbesuch zu ermöglichen.“

Fausto Martínez,
Kleinbauer und Palmölproduzent



Die Kernidee von TfS ist: „Ein Audit für einen ist ein Audit für alle“. Teilnehmende Unternehmen tauschen Daten über gemeinsame Zulieferer aus. Dabei werden die Bereiche Management, Umwelt, Gesundheit und Sicherheit, Arbeitsrecht, Menschenrechte sowie ethisches Verhalten bewertet. Bereits mehr als 14.000 Lieferanten wurden seit der Gründung von TfS im Jahr 2011 von unabhängigen Experten bewertet.

www.henkel.de/verantwortungsvolle-beschaffung



Unsere Projekte und Initiativen

Klimapositiv werden

So viel erneuerbare Energien wie möglich und so wenig CO₂-Ausstoß wie nötig entlang der gesamten Wertschöpfungskette: So wollen wir ein klimapositives Unternehmen werden.

Der Dezember 2015 markiert einen Meilenstein im globalen Kampf gegen den Klimawandel: Im Rahmen der COP21-Klimakonferenz verabschiedeten die UN-Mitgliedstaaten die Pariser Klimaschutzvereinbarung und verpflichteten sich, die globale Erwärmung auf deutlich unter 2 Grad Celsius und nach Möglichkeit sogar auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen.

Dieses Ziel können wir aber nur erreichen, wenn die weltweiten CO₂-Emissionen bis 2050 um 80 bis 90 Prozent gesenkt werden. Dazu müssen wir alle einen Beitrag leisten: Regierungen und Unternehmen ebenso wie Verbraucher. Henkel hat es sich zum Ziel gesetzt, bis 2040 ein klimapositives Unternehmen zu werden.

In der Produktion

Als ersten Schritt wollen wir bis 2030 den CO₂-Fußabdruck unserer Produktion um 75 Prozent senken. Unser Ziel ist es dabei, 100 Prozent unseres Strombedarfs mit erneuerbaren Energien zu decken. Die dann noch notwendigen fossilen Energien wollen wir komplett durch klimaneutrale Alternativen ersetzen – zum Beispiel durch Biogas oder durch Gas, das aus CO₂ gewonnen wird.

CO₂-neutrale Energien, die wir in unserer Produktion nicht benötigen, stellen wir Dritten zur Verfügung. Indem wir eigene Emissionen vermeiden und anderen die Nutzung von überschüssigen erneuerbaren Energien ermöglichen, können wir klimapositiv werden.



Henkel sieht die Pariser Klimaschutzvereinbarung als entscheidende Voraussetzung, damit auch 2050 mehr als neun Milliarden Menschen ein Leben im Einklang mit den begrenzten Ressourcen unseres Planeten führen können.

Während der Anwendung

Rund zwei Drittel des CO₂-Fußabdrucks unseres Unternehmens entstehen bei der Anwendung unserer Produkte. Hier tut sich ein riesiges Potenzial zur Emissionssenkung auf, denn unsere Marken und Technologien werden in Haushalten und Industrieprozessen auf der ganzen Welt täglich millionenfach eingesetzt.

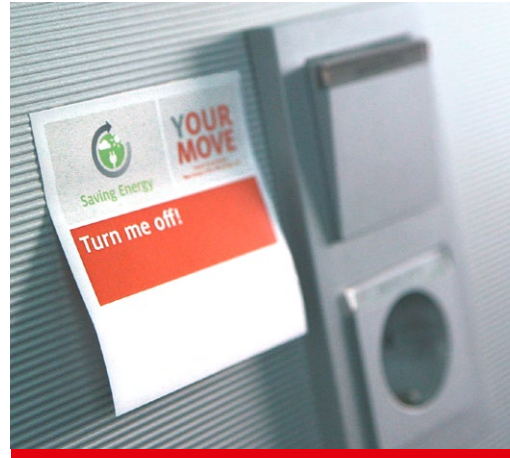
Wir wollen unseren Kunden und Verbrauchern Produktinnovationen zur Verfügung stellen, mit denen sie ihren CO₂-Verbrauch bis Ende 2020 um insgesamt 50 Millionen Tonnen senken können. Beispielsweise verringern unsere Lösungen zur Gebäudeisolierung den Bedarf an Heizenergie und Klimaanlagen. Unsere Marken ermöglichen Verbrauchern zudem,

„Henkel setzt beim Klimaschutz auf Zukunftskunst: mit technologischen Innovationen, neuen Geschäftsmodellen, Kooperationen und kreativen Formen der Verbraucheraufklärung.“

Prof. Dr. Uwe Schneidewind,
Wissenschaftlicher Geschäftsführer am Wuppertal Institut für
Klima, Umwelt und Energie

ihren CO₂-Fußabdruck zu senken – zum Beispiel, indem sie die Anzahl der Waschladungen reduzieren oder Haarpflegeprodukte verwenden, die nicht ausgespült werden müssen und somit kein Aufwärmen von Wasser erfordern. Den verantwortlichen Umgang mit Energie fördern wir auch mithilfe verschiedener Initiativen. Ein Beispiel dafür ist unsere Kampagne „sei nachhaltig – wasche kalt“: Mit dem Logo auf unseren Waschmittelverpackungen zeigen wir Möglichkeiten zu umweltschonendem Verhalten beim Waschen auf.

 www.henkel.de/spotlight/klimapositiv



Unsere Projekte und Initiativen

Kreislaufwirtschaft ermöglichen

Kunststoffe bestehen aus wertvollen Rohstoffen. Daher wollen wir diese so lange wie möglich in den Wirtschaftskreisläufen halten und vermeiden, dass Abfälle in die Umwelt oder unsere Ozeane gelangen. Wir arbeiten außerdem mit Organisationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette daran, Verpackungen nachhaltiger zu gestalten und so eine Kreislaufwirtschaft voranzutreiben.

Nachhaltige Verpackungen spielen bereits seit mehreren Jahrzehnten eine wichtige Rolle für Henkel: Alle Produktverpackungen sind so konzipiert, dass sie die Anforderungen der Kunden erfüllen – und dabei nicht nur so wenig Material wie möglich benötigen, sondern auch das nachhaltigste verwenden. Um die Entwicklung von Verpackungslösungen voranzutreiben, engagieren wir uns in mehreren branchenübergreifenden Initiativen. Henkel ist zum Beispiel Gründungsmitglied 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.

Neue Verpackungsziele bis 2025

Unser Ziel ist, dass bis 2025 alle unsere Verpackungen recycelbar oder wiederverwendbar sind. Zudem wollen wir den Anteil an neuem Kunststoffmaterial aus fossilen Quellen in unseren Konsumgüterprodukten um 50 Prozent senken. Wir unterstützen darüber hinaus Initiativen zur Abfallsammlung und zum Recycling. Das Ziel: keine Abfälle sollen in die Umwelt gelangen. Durch gezielte Informationen zum Thema Recycling wollen wir nachhaltiges Verbraucherverhalten fördern.

Richtig recyceln

Henkel hat 2019 neue Logos für Produktverpackungen entwickelt, um Verbrauchern zu vermitteln, wie man richtig recycelt. Die Logos kommunizieren den Anteil an Rezyklat



Das nachhaltige Geschäftsmodell unseres Partners Plastic Bank: Die Bevölkerung in Haiti kann dort gesammelten Plastikabfall abgeben und gegen Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen eintauschen. Dieser wird aufbereitet, sodass er der Recycling-Wertschöpfungskette für neue Verpackungen zugeführt werden kann.

beziehungsweise die Recyclingfähigkeit der jeweiligen Verpackung. Somit helfen sie dabei, Produkte ordnungsgemäß zu recyceln.

Abfall in Chancen verwandeln

Henkel ist der erste große globale Konsumgüterhersteller, der eine Partnerschaft mit Plastic Bank eingegangen ist. Plastic Bank ist ein Sozialunternehmen, das darauf abzielt, die Ansammlung von Plastik in den Ozeanen zu stoppen und gleichzeitig Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. Seit Beginn der Zusammenarbeit im Jahr 2017 wurden drei Sammelcenter in Haiti errichtet, einem Land, in dem es noch keine ausreichende Infrastruktur für Abfallwirtschaft gibt. Die lokale Bevölkerung kann dort gesammelten Plastikabfall

„Unsere Partnerschaft mit Henkel ist ein gutes Beispiel dafür, was wir gemeinsam erreichen können.“

David Katz,
Gründer & CEO von Plastic Bank

abgeben und gegen Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen eintauschen. Aus Plastikabfall wird so Wert geschaffen, bevor er in Gewässer oder Ozeane gelangen kann. Das gesammelte Plastik wird sortiert und kann anschließend der Recycling-Wertschöpfungskette zugeführt werden – als „Social Plastic®“. Dieses setzt Henkel bereits erfolgreich in einigen Produktverpackungen ein. Im Jahr 2019 hat Henkel die Zusammenarbeit mit Plastic Bank um weitere fünf Jahre verlängert. Henkel wird laufende Projekte in Haiti, den Philippinen und Indonesien unterstützen und maßgeblich zum Aufbau von mehr als 400 Plastik-Sammelstellen in Ägypten beitragen.



Unsere Projekte und Initiativen

Nachhaltigen Konsum fördern

Nicht nur Unternehmen, auch jeder Einzelne kann mit seinem Verhalten einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten. Ein wichtiger Teil unserer Strategie ist daher die Förderung von nachhaltigem Konsum. Mit unseren Produkten ermöglichen wir es, im Alltag Ressourcen wie Energie und Wasser zu schonen.

Unsere Produkte und Technologien werden täglich in Millionen Haushalten und industriellen Prozessen eingesetzt. Deshalb konzentrieren wir uns auf die Entwicklung von Produkten und Technologien, die den effizienten Einsatz von Ressourcen wie Energie und Wasser im täglichen Gebrauch ermöglichen. Bis zum Jahr 2020 wollen wir unsere Kunden und Verbraucher dabei unterstützen, 50 Millionen Tonnen CO₂ einzusparen.

Neben der Weiterentwicklung unserer Produkte wollen wir durch die gezielte Information unserer Kunden und Verbraucher ein verantwortungsvolles Verhalten während der Produktanwendung fördern. Dies ist wichtig, da der CO₂-Fußabdruck vieler unserer Produkte zum großen Teil von deren Nutzung bestimmt wird.

Den eigenen CO₂-Fußabdruck berechnen

Der Henkel-Fußabdruckrechner gibt dies auf anschauliche Art und Weise wieder: Durch die Beantwortung einfacher Fragen kann man durch den Online-Rechner schnell abschätzen, wie viele CO₂-Emissionen durch den eigenen Lebensstil entstehen. Am Ende kann das Ergebnis mit dem deutschen und weltweiten Durchschnitt verglichen werden. Wer den Rechner nutzt, kann nicht nur die Klimaverträglichkeit des alltäglichen Verhaltens einschätzen, sondern auch die aktuelle Forschung des Wuppertal Instituts zu nachhaltigen Lebensstilen unterstützen: Jeder Teilnehmer kann durch die Freigabe seiner anonymisierten Ergebnisse zur Datengrundlage für ein besseres Verständnis von Verbraucherverhalten beitragen. Darüber hinaus haben wir verschiedene Initiati-



Die starke Zunahme von CO₂ in der Atmosphäre ist die Hauptursache für den Klimawandel. Um dem entgegenzuwirken, müsste der jährliche CO₂-Ausstoß pro Kopf, der weltweit bei 4,9 Tonnen liegt, auf rund 2 Tonnen reduziert werden. Unser Ziel ist es, unsere Kunden und Verbraucher durch unsere Produkte hierbei zu unterstützen.

ven ins Leben gerufen, um das Bewusstsein der Verbraucher für den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen zu stärken. Dazu zählt die Initiative „BeSmarter.“ von Beauty Care. Damit wollen wir den verantwortungsvollen Umgang mit Wasser fördern und über die Themen Recycling und Kreislaufwirtschaft informieren. Zudem machen wir zum Beispiel mit unserem Logo „sei nachhaltig, wasche kalt“ auf Waschmittelverpackungen auf das Thema Energiesparen beim Waschen aufmerksam.

Gemeinsam Ressourcen schonen

Auch die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern spielt eine wichtige Rolle dabei, das Verbraucherbewusstsein zu fördern. Handelsketten sind für Henkel wichtige Partner

„Gemeinsam arbeiten wir daran, wichtige Beiträge zur Vermeidung und Reduzierung von Kunststoffverpackungen zu leisten und den Einsatz von Recyclingmaterial zu steigern.“

Sebastian Bayer,
Initiator des Rezyklat-Forums

auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Konsum. Sie bieten uns eine Plattform, um Verbraucher über innovative Produkte und umweltbewusstes Verhalten zu informieren. In Deutschland sind wir zum Beispiel Gründungsmitglied des von dm drogerie-markt initiierten Rezyklat-Forums – die 32 Mitglieder, bestehend aus Händlern, Herstellern, Entsorgern und Verpackungsherstellern, bilden die gesamte Wertschöpfungskette entlang der Kreislaufwirtschaft ab. Hier werden gemeinsam konkrete Maßnahmen ergriffen, um die Möglichkeiten und die Häufigkeit der Wiederverwertung von Verpackungen zu erhöhen.

 www.fussabdruckrechner.henkel.de



Unsere Projekte und Initiativen

Bildungschancen schaffen

Wir unterstützen die Schul- und Berufsbildung junger Menschen, um weltweit Gleichberechtigung zu fördern und Lebenschancen zu eröffnen.

Zur Schule gehen und eine Berufsausbildung abschließen: dies sind die Fundamente einer nachhaltigen Entwicklung – davon sind wir überzeugt. Allerdings haben viele Menschen weltweit keinen Zugang zu Bildung. Deshalb fördern wir die qualifizierte Ausbildung junger Menschen, treiben die Gleichstellung der Geschlechter voran und setzen uns für die Rechte von Frauen und Mädchen ein.

Partnerschaft, basierend auf gleichen Werten

Seit 2010 ermöglicht Schwarzkopf Professional gemeinsam mit der Organisation SOS Kinderdorf Friseur-Ausbildungen für benachteiligte Jugendliche. Über das Projekt „Shaping Futures“ geben ehrenamtliche Mitarbeiter unserer Partner-salons in fünf Schulungsmodulen kostenfrei ihr Wissen wei-

ter. Die Grundausbildung bietet den jungen Menschen eine Chance, aus der Armutsschleife auszubrechen. Im Rahmen des Projekts sind inzwischen über 2.500 junge Erwachsene in 30 Ländern geschult worden.

Über die Fritz Henkel Stiftung unterstützen wir auch die Wohltätigkeitsinitiative „Teach First“, zum Beispiel in Argentinien, Deutschland, Indien, der Ukraine und Vietnam. „Teach First“ verhilft Jugendlichen aus benachteiligten Gesellschaftsgruppen zu einem besseren Schulabschluss und unterstützt sie bei der Arbeitssuche. Im Rahmen der Initiative fungieren Hochschulabsolventen als zusätzliche Lehrer und helfen den Jugendlichen, ihr Potenzial zu entfalten – unabhängig von ihrer sozialen Herkunft.



Die GemüseAckerdemie ist ein Bildungsprogramm, das Kindern in Deutschland, Österreich und der Schweiz ermöglicht, Gemüse-pflanzen zu säen, versorgen und ernten. Durch die Einbindung in den Anbau saisonaler und regionaler Erzeugnisse lernen die Kinder, wie gesunde Ernährung und Nachhaltigkeit funktionieren.
Foto: Katharina Kühnel.

Weil Wissenschaft Spaß macht

Ein weiteres Beispiel für unser aktives Engagement ist die weltweite Bildungsinitiative Forscherwelt. Mit Experimenten, die einen engen Bezug zum Kinderalltag haben, werden Schüler im Alter von sieben bis elf Jahren spielerisch an Fragen aus der Wissenschaft herangeführt.

Über 57.000 Kinder haben bereits in Argentinien, Chile, Deutschland, Indien, Irland, Italien, Polen, Russland und der Türkei in der Forscherwelt experimentiert. 2019 haben wir in Dubai unser größtes Forscherwelt-Labor eröffnet. Unser Anspruch ist es, überall dort, wo wir unternehmerisch tätig sind, auch das Leben der Menschen positiv zu beeinflussen.

„Die Forscherwelt bietet Kindern spannende Experimente sowie Einblicke in die Welt der Forscher und die Geheimnisse der Naturwissenschaften.“

Naila Al Mansoori,
Leiterin der Children's City Dubai



Ehrenamtliches Engagement weltweit

Henkel-Mitarbeiter und -Pensionäre helfen weltweit ehrenamtlich dabei, die Lebensbedingungen von Menschen zu verbessern. Dafür haben unsere Mitarbeiter beispielsweise 2007 die „Burundi-Hilfe“ ins Leben gerufen. Mit der Unterstützung unserer Freiwilligen betreibt die Organisation ein Waisenhaus für 45 Kinder in Muramvya. Gleichzeitig bietet das Team Schulungen für die lokale Bevölkerung: Die Menschen können dort praktische und berufliche Fertigkeiten erlernen, zum Beispiel Kochen, Haarschneiden oder Nähen.



 www.henkel-forscherwelt.de



Unsere Projekte und Initiativen

Soziales Engagement unterstützen

Wir unterstützen unsere Mitarbeiter, Pensionäre, Kunden und Partner dabei zu helfen, wenn Hilfe benötigt wird – und tragen dazu bei, die Welt zu einem besseren Ort zu machen.

Als eines der ersten Unternehmen weltweit haben wir bereits 1998 ein Programm ins Leben gerufen, um ehrenamtliches Engagement von Mitarbeitern zu fördern. Unter dem Motto „MIT Ehrenamt“ („Miteinander im Team“) haben wir seitdem über 15.500 Wohltätigkeitsprojekte unterstützt – mit Sach- und Geldspenden oder indem wir unsere Mitarbeiter für die Arbeit in Sozialprojekten freistellen.

Aktive Henkel-Mitarbeiter und -Pensionäre haben seither in mehr als 100 Ländern das Leben von Menschen positiv verändert. Die freiwilligen Helfer sind dabei weltweit im Einsatz, zum Beispiel haben sie eine Kindertagesstätte in Uganda gebaut, auf den Philippinen Bäume gepflanzt und sich in der Nachbarschaftshilfe in Slowenien engagiert.

Langfristig sozialen Fortschritt fördern

Seit der Unternehmensgründung durch Fritz Henkel im Jahr 1876 gehört es zu unserem Selbstverständnis, gesellschaftlich Verantwortung zu übernehmen. 2011 haben wir unser langfristig angelegtes Engagement für sozialen Fortschritt mit der Gründung der Fritz Henkel Stiftung bestätigt. Die vier Schwerpunkte der Stiftung sind betriebliche Freiwilligenprogramme, soziale Partnerschaften, Markenengagement und Nothilfe.

Auf die Zukunft bauen

Gemeinsam mit der Hilfsorganisation „Habitat for Humanity“ helfen Henkel-Mitarbeiter seit 2014 beim Hausbau für bedürftige Familien. Im vergangenen Jahr waren sie zum Beispiel in



Die Special Olympics sind das weltweit größte Sportereignis für Menschen mit geistiger und mehrfacher Behinderung. Henkel unterstützt die Organisation seit 2014.

Brasilien, Kanada, Nordmazedonien und Rumänien im Einsatz, um gemeinsam Mehrfamilienhäuser für Menschen in Not zu errichten. Die Fritz Henkel Stiftung stellt dabei Sachspenden wie Baumaterialien bereit und unsere Mitarbeiter erhalten zusätzliche bezahlte Urlaubstage für das Engagement vor Ort.

Sport verbindet

Sport kann Grenzen überwinden und Brücken bauen. Deshalb engagieren wir uns seit 2014 bei den Special Olympics, dem weltweit größten Sportereignis für Menschen mit geistiger und mehrfacher Behinderung. Unsere Mitarbeiter unterstützen dabei ehrenamtlich Tausende Athleten, die an den Wettkämpfen teilnehmen.

„Die Woche in Rumänien vergesse ich nie. Es macht mich sehr glücklich zu wissen, dass wir mit unserer Arbeit dazu beigetragen haben, Menschen ein Zuhause zu geben.“

Andreas Barkholz,
Berufsausbilder bei Henkel

Warme Mahlzeiten für Menschen in Not

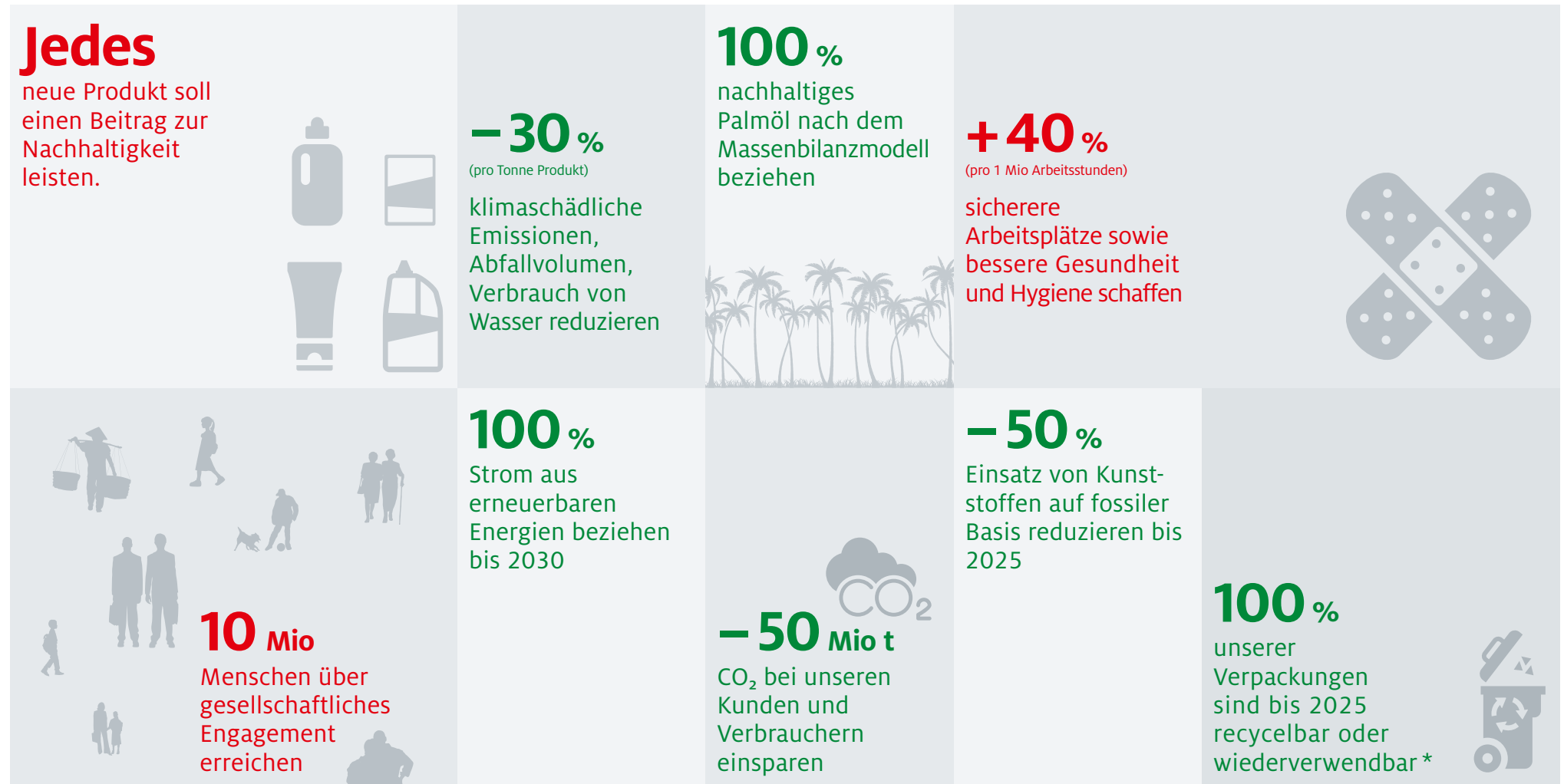
Seit über zehn Jahren engagiert sich Henkel-Mitarbeiter Duff Michowski für St. Leo's Soup Kitchen in Detroit, USA. Die Organisation stellt warme Mahlzeiten, Duschmöglichkeiten, Kleidung und medizinische Versorgung für Menschen in Not bereit. Dank einer Förderung der MIT-Initiative konnte die Suppenküche im Jahr 2019 endlich die dringend benötigten neuen Küchengeräte anschaffen.

www.henkel.de/soziales-engagement



Wichtige Ziele im Überblick

Wir wollen bis 2030 dreimal effizienter werden – das heißt, mehr Wert schaffen und den ökologischen Fußabdruck verkleinern. Dafür haben wir mittelfristige Ziele bis 2020 und darüber hinaus definiert:



Basisjahr: 2010

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

Ergebnisse 2019

Auf dem Weg zur Erreichung unserer Zwischenziele für das Jahr 2020 haben wir im Jahr 2019 große Fortschritte gemacht (Basisjahr: 2010):



+5%

mehr Umsatz pro Tonne Produkt



+42%

sicherer pro eine Million Arbeitsstunden



-31%

weniger Energie / CO₂-Emissionen pro Tonne Produkt



-40%

weniger Abfall pro Tonne Produkt



-28%

weniger Wasser pro Tonne Produkt

Wir konnten unsere Gesamteffizienz bis 2019 verbessern

+56%

Effizienz insgesamt

Externe Bewertungen

Die Bewertung und die Anerkennung unserer Leistungen durch unabhängige Nachhaltigkeitsexperten schaffen Transparenz und bestätigen, dass wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie erfolgreich umsetzen.



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



Impressum

Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf

Telefon: +49 (0) 211 / 797-0

© 2020 Henkel AG & Co. KGaA

Druck: Druckpartner, Essen

Design und Realisierung:

MPM Corporate Communication Solutions,
Mainz, Düsseldorf

Lektorat: Thomas Krause, Krefeld

PR-Nr.: 03 20 2.000

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.

Wollen Sie mehr erfahren?

Ausführliche Informationen über Nachhaltigkeit bei Henkel finden Sie im Nachhaltigkeitsbericht 2019:





 www.nachhaltigkeitsbericht.henkel.de

Auf unserer Webseite präsentieren wir alle seit 1992 veröffentlichten Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichte sowie weitere Publikationen wie unsere Corporate Standards.

 www.henkel.de/publikationen

Unsere Position zu Themen wie Klimaschutz, Palmöl oder Verpackungen finden Sie ebenfalls auf unserer Webseite:

 www.henkel.de/nachhaltigkeit/positionen

 www.linkedin.com/company/henkel
 www.twitter.com/henkel_de
 www.facebook.com/henkeldeutschland
 www.instagram.com/henkel
 www.youtube.com/henkel

