

Presseinformation

25.11.2013

Henkel Partner des sechsten Deutschen Nachhaltigkeitspreises

Nachhaltiges Handeln sichert Zukunftsfähigkeit

Düsseldorf – Bereits zum zweiten Mal überreichte Kathrin Menges, Personalvorstand und Vorsitzende des Sustainability Council von Henkel, als Mitglied der Expertenjury den Deutschen Nachhaltigkeitspreis. Der Preis wurde im Rahmen des sechsten Deutschen Nachhaltigkeitstages verliehen und zeichnet das Nachhaltigkeitsengagement von Unternehmen aus. Henkel unterstützt als Vorreiter auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit die Veranstaltung und setzt als langjähriger Partner auf eine enge inhaltliche Zusammenarbeit.

Im Rahmen des Deutschen Nachhaltigkeitstages würdigt der Deutsche Nachhaltigkeitspreis seit 2008 einmal jährlich die Arbeit von Unternehmen, die vorbildlich wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Verantwortung für Mensch und Umwelt verbinden. Knapp 600 Firmen haben sich in diesem Jahr am Wettbewerb beteiligt. Auf der Preisverleihung am 22. November überreichte Kathrin Menges, Personalvorstand und Vorsitzende des Sustainability Council von Henkel, dem Sieger Speick Naturkosmetik den Deutschen Nachhaltigkeitspreis der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Marke 2013“. Zu den weiteren Preisträgern gehören der Ventilatorenspezialist EBM-Papst in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Unternehmen 2013“ und die Wohnungsbaugesellschaft HOWOGE als „Deutschlands nachhaltigste Dienstleistung 2013“.

Die Auszeichnung 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.

Auch für Henkel ist das Thema Nachhaltigkeit von großer Bedeutung und fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Im Rahmen eines vielseitigen Programms zum Deutschen Nachhaltigkeitstag gaben Experten von Henkel Einblicke in die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens.

Uwe Bergmann, Director Sustainability Management bei Henkel, diskutierte im Expertendialog zum Thema „Markenstrategien mit Augenmaß entwickeln – Vom

Showroom zum Credo“ die Entwicklung von Markenstrategien im Nachhaltigkeitsbereich. Bergmann betonte dabei die Wichtigkeit, die zentralen ökologischen und ökonomischen Herausforderungen zu verstehen, diese den Verbrauchern verständlich zu vermitteln, und innovative Produkte zu entwickeln, die diese Herausforderungen adressieren.

Was Unternehmen heute von der Politik erwarten und was sie selbst als Global Player bieten können, erläuterte Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum, Corporate Senior Vice President im Henkel-Unternehmensbereich Laundry & Home Care und Mitglied des Henkel Sustainability Council. Gemeinsam mit Nachhaltigkeitsexperten aus Wirtschaft, Politik und Forschung diskutierte er über das Thema „Der Wirtschaft Rückenwind geben – Was Unternehmen von der Politik jetzt erwarten“.

„Wir brauchen ein starkes Bildungssystem, das die MINT-Fächer und damit Nachwuchstalente mit starker Innovationskraft fördert. So können wir gemeinsam Strategien entwickeln, damit im Jahr 2050 rund 9 Milliarden Menschen im Einklang mit den begrenzten Ressourcen der Erde leben können“, fordert Müller-Kirschbaum und betont gleichzeitig das Engagement von Henkel in diesem Bereich: „Wir bilden unsere Mitarbeiter im Rahmen des Ambassador-Programms zu Nachhaltigkeitsbotschaftern aus, damit sie das Thema Nachhaltigkeit insbesondere nach außen kompetent vertreten können. Dabei haben wir schon mehr als 1.400 Nachhaltigkeitsbotschafter qualifiziert und über 8000 Kinder in 23 Ländern erreicht.“

Mit der langfristigen Nachhaltigkeitsstrategie „Mit weniger Ressourcen mehr erreichen“ strebt Henkel an, mehr Wert für Kunden, Verbraucher sowie die eigenen Geschäfte zu schaffen und gleichzeitig den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. So soll bis zum Jahr 2030 die Ressourceneffizienz verdreifacht und die Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit weiter ausgebaut werden. Um dieses Vorhaben zu erreichen, arbeitet Henkel zusammen mit seinen Partnern daran, Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette voranzutreiben und bindet auch seine Mitarbeiter aktiv in die Umsetzung der Strategie ein. Um sicher zu stellen, dass alle Mitarbeiter die Ziele und entsprechenden Prinzipien verstehen, hat Henkel 2012 ein weltweites Strategie-Roll-Out mit verschiedenen Maßnahmen der internen Kommunikation durchgeführt.

Umfassende Informationen zum Thema Nachhaltigkeit bei Henkel finden Sie 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	Evelyn Necker	Hanna Philipps
Telefon	+49 211 797 4754	+49 211 797 3626
Telefax	+49 211 798 14754	+49 211 798 13626
E-Mail	evelyn.necker@henkel.com	hanna.philipps@henkel.com

Henkel AG & Co. KGaA

Folgendes Bildmaterial steht zur Verfügung:



Kathrin Menges, Personalvorstand und Vorsitzende des Sustainability Council von Henkel, war beim diesjährigen Deutschen Nachhaltigkeitspreis bereits zum zweiten Mal Mitglied der Expertenjury.



Kathrin Menges, Personalvorstand und Vorsitzende des Sustainability Council von Henkel, überreichte dem Sieger Speick Naturkosmetik im Rahmen der Preisverleihung am 22. November den Deutschen Nachhaltigkeitspreis der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Marke 2013“.



Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum, Corporate Senior Vice President im Henkel-Unternehmensbereich Laundry & Home Care und Mitglied des Henkel Sustainability Council diskutierte im Rahmen des Deutschen Nachhaltigkeitstages zum Thema „Der Wirtschaft Rückenwind geben – Was Unternehmen von der Politik jetzt erwarten“.



Uwe Bergmann, Director Sustainability Management bei Henkel, betonte im Expertendialog zum Thema „Markenstrategien mit Augenmaß entwickeln – Vom Showroom zum Credo“ die Wichtigkeit, die zentralen ökologischen und ökonomischen Herausforderungen zu verstehen und den Verbrauchern zu vermitteln.