

Presseinformation

6. Mai 2014

Kathrin Menges erklärt, wie Henkel das Bewusstsein für Nachhaltigkeit stärkt

Botschafter helfen Henkel, mit weniger mehr zu erreichen

Düsseldorf – Kathrin Menges, Personalvorstand und Vorsitzende des Sustainability Council von Henkel spricht über das Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm und über ihre persönlichen Erfahrungen als Botschafterin.

Warum hat Henkel das Botschafter-Programm initiiert?

Wir bei Henkel hatten schon immer eine starke Ausrichtung auf Nachhaltigkeit. Wir haben erkannt, dass wir bei unseren Mitarbeitern das Bewusstsein und Engagement stärken müssen, wie sie in ihrem alltäglichen Leben zu Nachhaltigkeit beitragen können. Aus diesem Grund haben wir 2012 das Botschafter-Programm gestartet, das unseren Mitarbeitern in Schulungen die Grundsätze nachhaltiger Entwicklung und unsere Nachhaltigkeitsstrategie vermittelt – und das auf eine sehr interaktive und unterhaltsame Weise. Dabei ermutigen wir unsere Kollegen als Nachhaltigkeitsbotschafter auch Andere, zum Beispiel Kollegen, Lieferanten, Kunden, Verbraucher und Schüler zu motivieren, einen Beitrag zu Nachhaltigkeit zu leisten.

Seit Beginn des Programms hat Henkel über 2.000 Nachhaltigkeitsbotschafter in 55 Ländern geschult.

Welche Bedeutung hat ein höheres Nachhaltigkeitsbewusstsein für Henkel?

Wenn wir auch zukünftig gut und im Einklang mit den begrenzten Ressourcen der Erde leben wollen, müssen wir verstehen, dass jede unserer Entscheidungen und Verhaltensweisen wesentlich zum Verbrauch von Energie, Wasser und anderen Ressourcen beiträgt. Aber vielen Menschen ist nicht klar, wie groß der Einfluss ihres persönlichen Verhaltens tatsächlich ist. Daher müssen wir das Bewusstsein stärken, dass wirklich jede einzelne Entscheidung relevant ist, und lernen, Ressourcen effizienter zu nutzen, um mit weniger mehr zu erreichen.

Nur wenn jeder Einzelne sich engagiert, können wir unser Ziel erreichen, bis zum Jahr 2030 den geschaffenen Wert im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen zu verdreifachen.

Warum besuchen Nachhaltigkeitsbotschafter Grundschulen?

Wir ermutigen die Botschafter, Schulen zu besuchen, weil wir möchten, dass die kommende Generation schon früh lernt, wie Ressourcen effizient genutzt werden können. Wir als Erwachsene sind häufig unseren bestehenden Gewohnheiten verhaftet, Kinder sind dagegen offen, wenn sie neue Dinge beobachten und lernen. Deshalb sind Kinder ein guter Multiplikator, um in ihren Familien das Bewusstsein für ein nachhaltiges Handeln im Alltag zu stärken.

Darüber hinaus bereitet es unseren Nachhaltigkeitsbotschaftern viel Freude, mit hochmotivierten Schülern darüber zu sprechen, wie sie selbst einen Beitrag leisten können. So viel Begeisterung ist ansteckend.

Das ist meiner Meinung nach einer der wesentlichen Gründe dafür, warum Henkel-Botschafter das Thema Nachhaltigkeit bereits über 17.000 Grundschulern in 32 Ländern vermittelt haben.

Sind Sie persönlich auch an dem Programm beteiligt?

Ja, denn schließlich ist es ja wichtig, dass von der Unternehmensspitze ein positiver Impuls ausgeht. Viele Mitglieder des Henkel-Vorstands haben im Rahmen des Botschafterprogramms bereits Grundschulen besucht.

Die Gespräche mit den Schülern waren eine tolle Erfahrung. Es hat mich überrascht, wie interessiert die Kinder sind und mit wie viel Begeisterung sie einen Beitrag leisten wollen. Die Schüler haben unglaublich viele kreative Ideen.

Wie sieht der nächste Schritt aus?

In diesem Jahr wird Henkel das Botschafter-Programm in weiteren Ländern einführen. Henkel hat weltweit rund 47.000 Mitarbeiter, die alle einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten können.

Neben der Schulung weiterer Nachhaltigkeitsbotschafter haben wir das so genannte „(Y)our Move“ - Programm initiiert. Hier geht es darum, Rollenvorbilder in verschiedenen Bereichen im Büroalltag aufzuzeigen. Wir beleuchten hier, wie wir uns

in unserer täglichen Arbeit nachhaltiger verhalten können, zum Beispiel mit Energiesparmaßnahmen, nachhaltigem und gesundem Essen, Nachhaltigkeits-Spendenveranstaltungen und Smart Printing. Diese Dimensionen ermöglichen jedem Mitarbeiter auszuwählen, wo er oder sie den größten individuellen Einfluss für mehr Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz und auch zu Hause hat. Die Testphase dieses Programms war ein großer Erfolg und wir planen, das „(Y)our move“-Programm in diesem Jahr auszuweiten.

Außerdem wird Henkel auf diesem Gebiet auch die Zusammenarbeit mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette intensivieren. In Zusammenarbeit mit dem Handel plant Henkel beispielsweise, mehr Endverbraucher in das Thema Nachhaltigkeit einzubinden und ihnen aufzuzeigen, wie Produkte ökologisch verantwortungsvoll verwendet werden können.

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 2013 erzielte Henkel einen Umsatz von 16,4 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 2,5 Mrd. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert.

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

Kontakt	Julie Cruz	Wulf Klüppelholz
Telefon	+49 211 797-85 51	+49 211 797-18 75
Telefax	+49 123 456-40 40	+49 123 456-40 40
E-Mail	Julie.cruz@henkel.com	wulf.klueppelholz@henkel.com

Henkel AG & Co. KGaA