

Nachhaltigkeitsbericht 2005



Henkel

A Brand like a friend

Nachhaltigkeitsbilanz

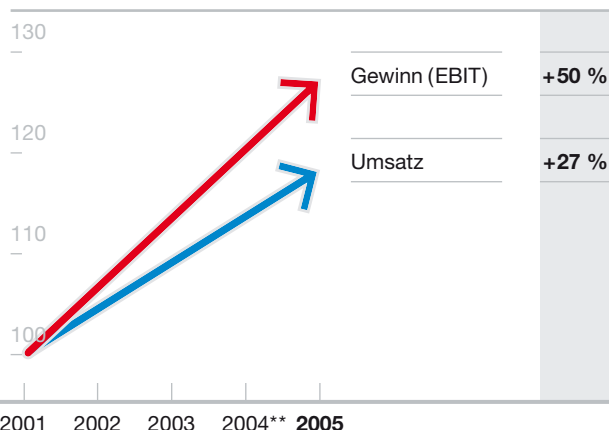
Nachhaltigkeitsbilanz 2001 bis 2005

Umweltkennzahlen pro Tonne Produktionsmenge*

Schwermetalle	-69 %	↘
Arbeitsunfälle	-63 %	↘
Schwefeldioxid	-47 %	↘
Abfälle	-35 %	↘
Abwasserbelastung	-32 %	↘
Energie	-16 %	↘
Kohlendioxid	-13 %	↘
Wasser	9 %	↗
Flüchtige organische Verbindungen	35 %	↗

Geschäftsentwicklung 2001 bis 2005

Angaben in Prozent, Index: 2001



* Arbeitsunfälle pro 1.000.000 Arbeitsstunden

** 2004 restated: Die Vorjahreszahlen verändern sich durch rückwirkende Anwendung des Standards IFRS 2 (erfolgswirksame Berücksichtigung aktienbasierter Vergütung). Darüber hinaus werden versicherungsmathematische Gewinne/Verluste gemäß IAS 19 Tz. 93A mit dem Eigenkapital verrechnet. Auch dieser Standard wurde rückwirkend ab dem 1. Januar 2004 angewendet. 2004 vergleichbar: Bisher planmäßige Geschäftswertabschreibungen entfallen ab dem Geschäftsjahr 2005. Die Zahlen der Jahre 2001 bis 2004 wurden zur besseren Vergleichbarkeit angepasst. Hinzu kommen Bilanzierungsänderungen bei Ecolab Inc., St. Paul, Minnesota, USA, die im Jahr 2004 ebenfalls vergleichbar dargestellt werden. Weitere Informationen zur Veränderung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sind im Anhang des Geschäftsberichts 2005 auf den Seiten 69 und 70 veröffentlicht.

Dargestellt ist die Entwicklung auf Basis der fortgeführten Geschäfte.

Vorwort	1
Henkel kurz gefasst	2
Management	4
Globale Herausforderungen – lokale Verantwortung	6
Dialog	8
Umfassende Produktverantwortung	10
Marken und Technologien	14
Wasch-/Reinigungsmittel	14
Kosmetik/Körperpflege	16

Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker	18
Henkel Technologies	20
Mitarbeiter	22
Gesellschaftliches Engagement	26
Produktionsstandorte weltweit	30
Regionen	32
Kennzahlen	37
Ziele	42
Externe Bewertungen	44
Kontakt/Impressum	



Informationen im Internet

An vielen Stellen des vorliegenden Berichts weist das Symbol  auf vertiefende Informationen im Internet hin. Diese Verweise sind in einer so genannten Linkseite zusammengefasst, die auf der Internet-Seite www.sd.henkel.de zur Verfügung steht.

Zusätzlich sind im Internet ausführlichere Versionen der Expertenstatements aus diesem Bericht und dem Nachhaltigkeitsbericht 2004 veröffentlicht.

Ein GRI-Index verweist auf die Berichtselemente und Indikatoren der Global Reporting Initiative (GRI) im aktuellen Nachhaltigkeits- und Geschäftsbericht sowie im Internet.

Darüber hinaus bietet der Internetauftritt aktuelle Nachrichten und vertiefende Informationen zu Sicherheit, Gesundheit, Umweltschutz und gesellschaftlicher Verantwortung bei Henkel. Alle seit 1992 veröffentlichten Berichte stehen außerdem auf dem Internetauftritt als Download zur Verfügung.

Die Zukunft nachhaltig gestalten



Prof. Dr. Ulrich Lehner (rechts) und Dr. Wolfgang Gawrisch

Wir stehen großen Herausforderungen gegenüber, zum Beispiel der Entwicklung neuer Wachstumsregionen in Asien/Pazifik oder auch der zukünftigen Verfügbarkeit von Wasser und Energie sowie von anderen Ressourcen. Auch die Befriedigung der Bedürfnisse einer weiter wachsenden Weltbevölkerung ist eine globale Herausforderung. Henkel als weltweit tätiges Unternehmen ist hier aufgefordert, Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Dieser Verantwortung stellen wir uns.

Wir haben uns in unseren Werten verpflichtet, nachhaltig und gesellschaftlich verantwortlich zu wirtschaften. Wo immer Henkel tätig ist, übernehmen wir Verantwortung. Unser Wertbeitrag für die Gesellschaft sind unsere Marken und Technologien. Hierbei beachten wir, dass ökonomische, ökologische und soziale Ziele im Einklang stehen.

Die Herausforderungen, denen wir gegenüberstehen, sind global. Die Prioritäten und Perspektiven sind jedoch regional sehr unterschiedlich: Die Menschen in den einzelnen Ländern und Märkten, in

denen wir aktiv sind, haben unterschiedliche Wertvorstellungen, Verhaltensweisen, Erwartungen und Bedürfnisse. Dem tragen unsere 52.000 Mitarbeiter in allen Regionen durch ihr verantwortliches Handeln Rechnung. Denn zukunftsfähige Lösungen können nur im Dialog lokal und regional mit den jeweiligen gesellschaftlichen Gruppen gefunden werden.

Zu diesen Themen stehen wir auch im Gespräch mit externen Nachhaltigkeitsexperten. Von ihnen hören wir – dokumentiert auch im vorliegenden Bericht –, welche Herausforderungen sie in ihren Ländern und Regionen für ein Unternehmen wie Henkel sehen. Damit unterstützen sie uns bei unserem Bemühen, lokal und regional auf die spezifischen Anforderungen einzugehen.

Wir nehmen die globalen Herausforderungen an und handeln in mehr als 125 Ländern jeweils lokal. Dabei bestärkt und motiviert uns seit inzwischen 130 Jahren das Vertrauen der Menschen – ihr Vertrauen in die Qualität von Henkel.

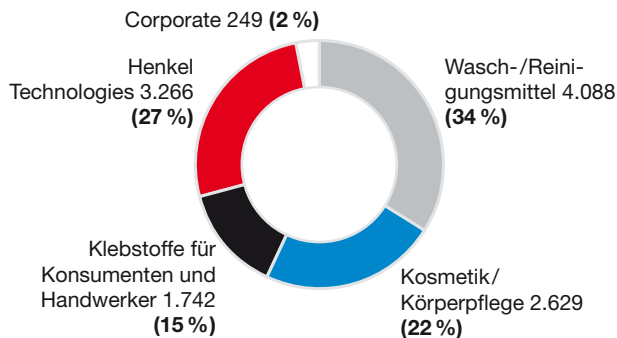
Prof. Dr. Ulrich Lehner
Vorsitzender der Geschäftsführung
der Henkel KGaA

Dr. Wolfgang Gawrisch
Ressortleiter Forschung/Technologie
Vorsitzender Sustainability Council

Henkel kurz gefasst

Umsatz 2005 nach Unternehmensbereichen

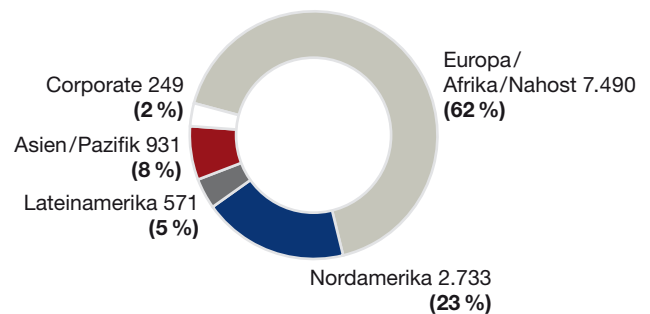
Angaben in Millionen Euro



Gesamtumsatz 11.974 (100%)

Umsatz 2005 nach Regionen

Nach Sitz der Gesellschaften/Angaben in Millionen Euro



Gesamtumsatz 11.974 (100%)

Henkel ist aktiv in drei strategischen Geschäftsfeldern: Wasch-/Reinigungsmittel (Home Care), Kosmetik/Körperpflege (Personal Care), Klebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächentechnik (Adhesives, Sealants and Surface Treatment). Diese strategischen Geschäftsfelder sind innerhalb von Henkel wiederum in vier weltweit tätige Unternehmensbereiche gegliedert:

► Wasch-/Reinigungsmittel

Henkel vermarktet eine große Auswahl an Universal- und Spezialwaschmitteln sowie Reinigungsmitteln. Zu den führenden Marken gehören Persil, Somat, Vernel, Pril, Dixan und Bref. Henkel belegt in diesem Bereich weltweit führende Marktpositionen.

► Kosmetik/Körperpflege

Zum Sortiment zählen Produkte für Haarkosmetik, Körper-, Haut- und Mundpflege. Dabei gehören Schwarzkopf, Dial, Fa, Schauma, Taft, Gliss Kur, Igora, Diadermine und Theramed zu den führenden Marken. Henkel belegt weltweit führende Positionen.

► Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker

Zum vielseitigen Sortiment gehören Renovierungsprodukte, Klebe- und Korrekturprodukte für Haushalt und Büro ebenso wie Bauklebstoffe. Pattex, Pritt, Loctite, Duck, Metylan und Ceresit gehören dabei zu den führenden Marken. Henkel ist in diesem Segment weltweit führend.

► Henkel Technologies

Die Industrie- und Strukturklebstoffe, Dichtstoffe und die Oberflächentechnik von Henkel schaffen

mit den Marken Loctite, Teroson, Adhesin, Hysol, Technomelt, Liofol, P3 und Bonderite weltweit anerkannte Systemlösungen. Henkel Technologies ist in diesem Bereich Weltmarktführer.

Weltweit: Qualität von Henkel

„Qualität von Henkel“ ist eine konzernweite Maxime. Mit diesem Versprechen verknüpft sind zentrale Unternehmenswerte wie Kundenorientierung, Mitarbeiterqualifizierung sowie nachhaltiges und gesellschaftlich verantwortliches Wirtschaften.

Menschen in 125 Ländern der Welt vertrauen Marken und Technologien von Henkel. Im Jahr 2005 erzielte Henkel einen Umsatz von 11,974 Milliarden Euro. Weltweit beschäftigt Henkel 52.565 Mitarbeiter, davon 80 Prozent außerhalb Deutschlands.

Die langfristige Strategie von Henkel ist es, sich auf seine drei Geschäftsfelder zu konzentrieren und führende Marktpositionen global weiter auszubauen. Dabei wird besonders auf ein regional ausgewogenes Portfolio geachtet. Seit 2005 macht Henkel im nordamerikanischen Markt die meisten Umsätze. Er ist deutlich profitabler als der westeuropäische Markt und besitzt ein sehr gutes Wachstumspotential. Ein weiterer Fokus neben Nordamerika liegt auf dem asiatischen Markt. Dort will Henkel künftig einen größeren Anteil seines Umsatzes erzielen

als heute. Auch die Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika und Naher Osten, Lateinamerika sowie Asien und Pazifik sollen ausgebaut werden.

Innovationen

Henkel forscht stetig nach neuen und innovativen Produkten und Technologien. Im Jahr 2005 investierte Henkel 324 Millionen Euro in Forschung und Entwicklung. Dies entspricht einem Anteil am Umsatz von 2,7 Prozent. Davon hat Henkel 38 Mio. Euro für die Zentrale Forschung und 286 Mio. Euro für die Produkt- und Verfahrensentwicklung der Unternehmensbereiche eingesetzt. Weltweit arbeiten etwa 2.800 Mitarbeiter in Forschung, Produktentwicklung und Anwendungstechnik. Dies spiegelt sich auch in der Innovationsrate wieder. Die Unternehmensbereiche Wasch-/Reinigungsmittel und Kosmetik/Körperpflege generieren rund 30 bis 35 Prozent des Umsatzes mit Produkten, die in den letzten fünf Jahren neu eingeführt wurden. Bei den

Unternehmensbereichen Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker und Henkel Technologies beträgt dieser Anteil 15 bis 20 Prozent. [i](#)

Corporate Governance bei Henkel

Führungsgesellschaft von Henkel ist die Henkel KGaA mit Sitz in Düsseldorf. Eine verantwortungsbewusste und auf langfristige Wertsteigerung ausgerichtete Unternehmensführung und -kontrolle ist seit jeher Teil der Identität von Henkel. Unter Berücksichtigung der rechtsform- und satzungsspezifischen Besonderheiten entspricht die Henkel KGaA mit zwei Ausnahmen den Empfehlungen (Soll-Vorschriften) des Deutschen Corporate Governance Kodex. Einzelheiten hierzu sowie der genaue Wortlaut der Entsprechenserklärung sind im Internet veröffentlicht. [i](#)

Wertschöpfung – der gesellschaftliche Mehrwert

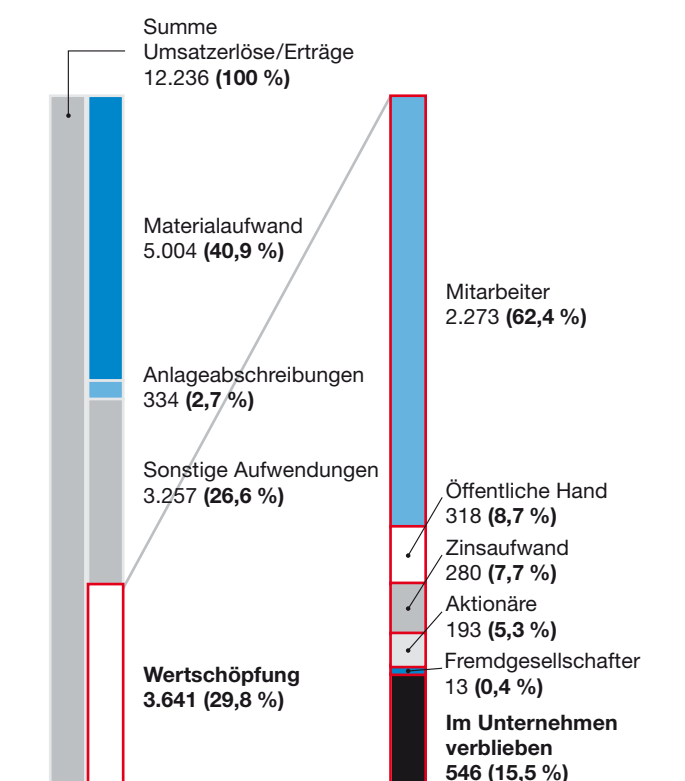
Neben Umsatz und Bilanzsumme zeigt insbesondere die Wertschöpfungsrechnung den volkswirtschaftlichen Beitrag von Henkel auf. Sie stellt dar, mit welchem Aufwand Henkel seine Unternehmensleistung erbracht hat und wie die erzielte Wertschöpfung verteilt wurde.

Der größte Anteil an der Wertschöpfung – 62,4 Prozent – ging an die Mitarbeiter. Die öffentliche Hand erhielt 8,7 Prozent in Form von Steuern. 7,7 Prozent der Wertschöpfung wurden für Zinsen an die Darlehensgeber aufgewendet. 5,3 Prozent der Wertschöpfung gingen in Form von Dividenden an die Aktionäre. Neben der Dividende profitierten die Aktionäre im Jahr 2005 auch vom Kursanstieg. Bei der Vorzugsaktie waren es 32,8 Prozent und bei der Stammaktie 29 Prozent.

Die nicht verteilte Wertschöpfung steht für die Finanzierung des zukünftigen Wachstums von Henkel zur Verfügung.

Wertschöpfungsrechnung 2005

in Millionen Euro/in Prozent



Management

Systematische Ausrichtung

Um das Unternehmen systematisch auf Nachhaltigkeit auszurichten, setzt Henkel auf konzernweite Ziele und Vorgaben, leistungsfähige Managementsysteme und eine Organisationsstruktur mit klar definierten Verantwortlichkeiten. Entscheidend ist dabei das Zusammenspiel aus weltweit einheitlichen Standards, konzernweiten Steuerungsinstrumenten und regionalen Aktionsprogrammen. So können Leistungen und Fortschritte aufgezeigt und – wo Verbesserungen möglich und erforderlich sind – Programme optimal auf die jeweiligen gesellschaftlichen Herausforderungen und Prioritäten ausgerichtet werden.

Verhaltensregeln auf Grundlage der Werte

In allen Geschäftsfeldern und Kulturen, in denen Henkel tätig ist, bilden die Vision des Unternehmens und die davon abgeleiteten zehn Werte die Orientierungsgrundlage für das Verhalten und Handeln der Henkel-Mitarbeiter. Aus der Vision und den gemeinsamen Werten ergeben sich Verhaltensregeln für Mitarbeiter und Führungskräfte, die Henkel in einer Reihe von Codes zusammenfasst.

Der Code of Conduct unterstützt die Mitarbeiter bei der Beantwortung ethischer und rechtlicher Fragen; der Code of Teamwork and Leadership definiert den Handlungsrahmen für Führungskräfte und Mitarbeiter; und der Code of Corporate Sustainability legt Grundsätze und Erwartungen zum nachhaltigen und gesellschaftlich verantwortlichen Wirtschaften dar. Gemeinsam bilden diese Codes auch die Basis für die Umsetzung der Initiative Global Compact der Vereinten Nationen bei Henkel.

Standards für Nachhaltigkeit

Der Code of Corporate Sustainability wird durch interne Standards konkretisiert. Sie basieren auf den bestehenden Vorgaben für Sicherheit, Gesundheits-

und Umweltschutz, die umfassend überarbeitet und prozessorientiert strukturiert wurden. Ergänzt werden diese durch Vorgaben zur sozialen Verantwortung und um eine konzernweite Einkaufsrichtlinie. Vorgaben zur Qualität werden geschäftsspezifisch integriert. Bei der Entwicklung der Standards lag ein Schwerpunkt auf dem Umgang mit Lieferanten und Vertragspartnern. Im Anschluss an eine Pilotstudie zur Einführung der Standards im Jahr 2004 wurden die detaillierten Vorgaben sowie die Struktur der Standards im Jahr 2005 weiter entwickelt sowie Kriterien, Verantwortlichkeiten und Umsetzungszeiträume definiert. Seit Jahresbeginn 2006 sind diese neuen Standards konzernweit in Kraft und werden bis Ende 2006 umgesetzt.

Integrierte Managementsysteme

Die relevanten Anforderungen unserer Geschäftsprozesse hat Henkel in integrierten Managementsystemen festgelegt. Diese passen die einzelnen Henkel-Gesellschaften an ihre standortspezifischen Bedingungen an. Dabei müssen Unterschiede im Produktionsverfahren und in der Art der hergestellten Produkte ebenso berücksichtigt werden wie nationale Vorschriften und Auflagen der Behörden.

Die Umsetzung der Vorgaben überprüft Henkel regelmäßig durch interne Audits sowie mit anderen Instrumenten. Sie sind ein zentraler Baustein des Risikomanagements und dokumentieren den Umsetzungsstand der internen Standards im Unternehmen.

Um kontinuierliche Verbesserungen zu erreichen, werden auf Grundlage der Ergebnisse anspruchsvolle Ziele und verbindliche Maßnahmen auf allen Ebenen festgelegt. Zusätzlich lassen die Henkel-Unternehmen ihre Managementsysteme extern zertifizieren, wenn sie dadurch Wettbewerbsvorteile erzielen. Ende 2005 kamen rund 55 Prozent der Produktionsmenge aus Standorten, die nach der international anerkannten Norm für Umweltmanagementsysteme ISO 14001 zertifiziert sind.

Organisation für nachhaltiges Wirtschaften



Organisation für nachhaltiges Wirtschaften

► Geschäftsführung

Die Henkel-Geschäftsführung trägt die Gesamtverantwortung für die Nachhaltigkeitspolitik und richtet die Geschäftspolitik auf die Anforderungen des nachhaltigen und gesellschaftlich verantwortlichen Wirtschaftens aus.

► Sustainability Council

Im Auftrag der Geschäftsführung entwickelt der unternehmensweit besetzte Sustainability Council als globales Steuerungsgremium Entscheidungsvorlagen und überwacht deren Umsetzung. Unter dem Vorsitz des Ressortleiters Forschung/Technologie steuert er die globalen Aktivitäten in Zusammenarbeit mit den regionalen und nationalen Gesellschaften, den operativen Unternehmensbereichen sowie den Konzern-Funktionen.

► Regionale und nationale Gesellschaften

Die Verantwortlichen der regionalen und nationalen Gesellschaften steuern die Umsetzung der Konzernvorgaben sowie die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen. Unterstützt von den Konzern-Funktionen und den operativen Unternehmensbereichen entwickeln sie eine auf die Standorte und die lokalen Verhältnisse angepasste Umsetzungsstrategie.

► Unternehmensbereiche

Die operativen Unternehmensbereiche gestalten die Nachhaltigkeitsstrategie in ihrem Verantwortungsbereich und stellen die zur Umsetzung notwendigen Ressourcen zur Verfügung. Sie richten ihre Marken und Technologien sowie die ihnen zugeordneten Standorte auf die für ihr Produktportfolio spezifischen Herausforderungen und Prioritäten für eine nachhaltige Entwicklung aus.

► Konzern-Funktionen

Das Ressort Forschung/Technologie bearbeitet Schlüsseltechnologien und liefert die Basis für nachhaltige Produkte. Im zugehörigen Bereich Sicherheit, Gesundheit, Umwelt und Produktsicherheit werden zentrale Nachhaltigkeitsfragen für Henkel koordiniert.

Das Ressort Personal ist verantwortlich für die Personal- und Sozialpolitik.

Das Ressort Einkauf steuert weltweit die Einkaufsaktivitäten des Konzerns und entwickelt – in Kooperation mit den Unternehmensbereichen – Vorgaben, Strategien und Instrumente. ⁽ⁱ⁾

Globale Herausforderungen – lokale Verantwortung

Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung

Henkel will in den 125 Ländern, in denen das Unternehmen tätig ist, eine nachhaltige Entwicklung unterstützen und fördern. Grundlage dafür sind die Marken und Technologien von Henkel, die einen spürbaren Wertbeitrag für die Gesellschaft schaffen sollen. Als „guter Bürger“ engagiert sich das Unternehmen auch über seine Geschäftstätigkeiten hinaus mit vielfältigen Aktivitäten. Das Unternehmen steht in den verschiedenen Regionen und Geschäftsfeldern sehr unterschiedlichen gesellschaftlichen Herausforderungen und lokalen Prioritäten gegenüber. Auf Grundlage weltweiter Standards versucht Henkel daher, auf die Wertvorstellungen, Bedürfnisse und Erwartungen der Menschen in den einzelnen Ländern und Märkten einzugehen und so zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen.

Regionale Perspektiven

Für den Nachhaltigkeitsbericht 2004 hat Henkel Nachhaltigkeitsexperten aus Brasilien, Deutschland, Indien, Russland und den USA gebeten, die Herausforderungen und Prioritäten in ihren Ländern und Regionen darzustellen.

Für diesen Bericht sind weitere Stellungnahmen aus China, Italien, Mexiko und Ungarn hinzugekommen. Zusammen präsentieren sie ein ausgewogenes Bild der Regionen und Märkte von Henkel in Schwellen- wie auch in Industrieländern. Die Experten wurden auf Grundlage ihres Überblicks über die Herausforderungen in ihren Ländern und ihrer Erfahrungen mit dem Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen ausgewählt. Henkel hilft der Dialog mit den Experten, lokale und regionale Herausforderungen zu bewerten und Schwerpunkte

Schlüsselthemen	Erwartungen in Industrieländern	Erwartungen in Schwellenländern
Wirtschaftliche Entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Eigene Wettbewerbsfähigkeit erhalten und Schwellenländern Entwicklungsmöglichkeiten bieten 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Zur Entwicklung des eigenen Landes beitragen, insbesondere auch in strukturschwachen Regionen
Ethik und Management	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Umwelt- und Sozialstandards entlang der Wertschöpfungskette umsetzen, insbesondere bei Zulieferern ▶ Transparenz über ökonomische, ökologische und soziale Aspekte der Unternehmensaktivitäten herstellen, insbesondere in Schwellenländern ▶ Einsatz für Menschenrechte 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ethisch und rechtlich einwandfreies Handeln ▶ Hohe Umwelt- und Sozialstandards etablieren und als Vorbild Einfluss auf Zulieferer und Wettbewerber nehmen ▶ Unterstützung beim Aufbau von Managementkompetenzen und Institutionen
Mitarbeiter und Arbeitsplätze	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Durch die Förderung und Qualifizierung der Mitarbeiter zur Sicherheit der Arbeitsplätze beitragen ▶ Herausforderungen wie Chancengleichheit und alternde Gesellschaften aktiv angehen 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Arbeitsplätze schaffen und Mitarbeiter qualifizieren ▶ Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gewährleisten ▶ Bewusstsein der Mitarbeiter für den Umweltschutz fördern und entwickeln
Produkte und Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Produktsicherheit gewährleisten ▶ Qualitätsprodukte zu fairen Preisen anbieten ▶ Nachhaltigen Konsum durch ethisch und ökologisch einwandfreie Produkte sowie die Information und Sensibilität der Kunden fördern 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Qualitätsprodukte für den „unteren Bereich der Wohlstandspyramide“ entwickeln und vermarkten ▶ Sicherheit und Umweltverträglichkeit der Produkte gewährleisten ▶ Kulturellen und gesellschaftlichen Kontext berücksichtigen
Ressourceneffizienz und Klimaschutz	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verstärkter Fokus auf Produkten: „Dematerialisierung“ der Wirtschaft durch Wechsel von produkt- zu servicebasierten Geschäftsmodellen ▶ Beitrag zur Verringerung der Treibhausgas-Emissionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Transfer von Know-how sowie moderner, energie- und ressourcenschonender Technologien ▶ Befriedigung der steigenden Bedürfnisse der Verbraucher mit Produkten, die begrenzte Ressourcen effizient nutzen
Gesellschaftliches Engagement	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Beitrag zu den Millennium Development Goals der Vereinten Nationen ▶ Beiträge zur Lösung gesellschaftlicher Probleme, auch durch Förderung des gemeinnützigen Engagements der Mitarbeiter 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Unterstützung und Förderung insbesondere von benachteiligten Kindern und Jugendlichen ▶ Sensibilisierung der Bevölkerung für den Umweltschutz ▶ Förderung der Bildung und Forschung für eine nachhaltige Entwicklung

für seine Aktivitäten zu definieren. Unseren Stakeholdern bieten die Beiträge die Möglichkeit, die im Nachhaltigkeitsbericht dargestellten Leistungen und Fortschritte im Vergleich mit den Herausforderungen in den verschiedenen Regionen und Märkten besser bewerten zu können.

Globale Herausforderungen – regionale Prioritäten

Die Stellungnahmen der Experten zeigen, dass viele der Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung global sind. Die übergreifenden Themen sind in Industrie- wie auch in Schwellenländern ähnlich, die Prioritäten und Perspektiven jedoch regional sehr unterschiedlich, wie die Tabelle (links) zu Schlüsselthemen zeigt. Die ausführlichen Stellungnahmen der Experten (rechts) sind in diesem Bericht und im Nachhaltigkeitsbericht 2004 sowie im Internet veröffentlicht.

So wird insbesondere in Schwellenländern von multinationalen Unternehmen erwartet, dass sie zur Entwicklung des Landes beitragen. In den Industrieländern entwickelt sich dagegen zunehmend der Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit zu einer zentralen Herausforderung.

Kontinuierlicher Dialog

Als gemeinsame gesellschaftliche Aufgabe können zukunftsfähige Lösungen für ein nachhaltiges Wirtschaften nur im Dialog mit allen gesellschaftlichen Gruppen gefunden werden. Um die Interessen der unterschiedlichen Gruppen fallspezifisch abwägen und bewerten zu können, sucht Henkel kontinuierlich den Dialog mit Interessensgruppen und Experten: lokal, regional und auf Konzernebene.

Eine Grundlage dafür bilden Nachhaltigkeitsinformationen in der jeweiligen Landessprache wie die chinesische und italienische Ausgabe des Nachhaltigkeitsberichts, Beiträge in der Presse und in Fachpublikationen oder zusammenfassende Informationen in den Internetauftritten der Länder.



► „Das Unternehmen als ‚guter Bürger‘ und aktiver Teil der Gesellschaft.“

Henrique B. Cavalcanti
Präsident von FUNATURA,
Brasilia, Brasilien



► „Unternehmerische Verantwortung und Chancen durch gesellschaftliches Engagement“

Prof. Dr. Marco Frey
Centre for Research on Energy
and Environmental Economics,
Mailand, Italien



► „Gesellschaftliche Herausforderungen als Motor für nachhaltige Produktinnovationen erkennen und nutzen.“

Christian Hochfeld
Stellvertretender Geschäftsführer,
Öko-Institut e. V., Büro Berlin, Deutschland



► „Erfolgreiche Unternehmen können nur in nachhaltig erfolgreichen Gesellschaften existieren.“

Prof. Dr. P. D. Jose
Institute of Management,
Bangalore, Indien



► „Nationale Herausforderungen annehmen und dadurch in der Gesellschaft Vertrauen aufbauen.“

Dr. Mikhail Kozeltsev
Regional Environmental Center (RREC),
Moskau, Russland



► „Verhalten ändern und Wissen erweitern“

Prof. Dr. István Láng
Mitglied der Ungarischen
Akademie der Wissenschaften,
Budapest, Ungarn



► „Eine Welt und eine Heimat“

Prof. Dr. Peng Sizhen
Direktor, Center for Environmentally
Sound Technology Transfer,
Peking, China



► „Die Zukunft voraussagen, indem wir sie erschaffen“

Prof. Alejandro Sosa
Direktor, Global Environment
Management Initiative (GEMI),
Mexiko



► „Vertrauen ist schwer zu gewinnen – aber schnell wieder verspielt.“

Dr. Allen White
Vizepräsident und Mitglied des
Vorstands Tellus Institut,
Boston, Massachusetts, USA

Dialog

Henkel verfolgt eine aktive und offene Informationspolitik und sucht den Dialog mit seinen Stakeholdern. Um die Informationswünsche zielgruppengerecht zu bedienen, nutzt Henkel ein breites Portfolio an Kommunikationsinstrumenten. Henkel versteht den Dialog mit seinen Stakeholdern als Herausforderung und gewinnt daraus auch Impulse für die Ausrichtung des Unternehmens auf nachhaltiges Wirtschaften.

Dialog mit den Mitarbeitern

Kern einer aktiven und offenen Informationspolitik mit den Mitarbeitern sind eine offene Kommunikation und konstruktive Diskussionen im Rahmen der täglichen Arbeit. Fragen des Umwelt- und Arbeitsschutzes sowie der sozialen Verantwortung des Unternehmens sind auch fester Bestandteil des Dialogs mit betrieblichen Vertretungen und in verschiedenen internen Gremien. Darüber hinaus hat Henkel eine Reihe von Kommunikationsinstrumenten zum nachhaltigen Wirtschaften etabliert. Eine zentrale Rolle spielen hier Beiträge in der Mitarbeiter-Zeitung „Henkel-Life“ und das Intranet-Portal „Sustainability“. Diese werden durch fachspezifische Informationen für die verantwortlichen Mitarbeiter ergänzt. So informiert zum Beispiel der

„Sustainability Newsletter“ alle zwei Monate elektronisch über aktuelle Themen aus der Henkel-Welt. Entsprechend der lokalen Bedürfnisse führen die Henkel-Gesellschaften weltweit weitere Maßnahmen durch, um Nachhaltigkeitsthemen in der Wahrnehmung der Mitarbeiter zu verankern: von jährlichen Gesundheits- und Sicherheitswochen über spezielle Schulungen für Auszubildende bis zu Gewinnspielen zu Themen wie Umweltschutz und Arbeitssicherheit.

Auf Fachebene

Neue Impulse in das Unternehmen tragen und eigene Erfahrungen mit anderen teilen – diesen Ansatz verfolgt Henkel bei der Diskussion mit der Fachöffentlichkeit, auf nationaler und internationaler Ebene. So engagierte sich Henkel zum Beispiel bei der HERA-Initiative zu Sicherheitsbewertungen von Inhaltsstoffen für Wasch- und Reinigungsmittel, einem gemeinsamen Projekt des Europäischen Verbands der Chemischen Industrie (CEFIC) und des internationalen Wasch- und Reinigungsmittelverbands (A.I.S.E.). Im Rahmen der „REACH Implementation Projects“ der EU-Kommission beteiligt sich Henkel außerdem am Dialog zur Neuordnung der Chemikalienpolitik in der Europäischen Union.

Nachhaltigkeitskommunikation im Überblick



» Unternehmerische Verantwortung und Chancen durch gesellschaftliches Engagement «

» Um ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden und ihre Handlungsfähigkeit am Markt aufrecht zu erhalten, müssen Unternehmen ihre unternehmerische Verantwortung gewissenhaft wahrnehmen. Für ein internationales Konsumgüterunternehmen wie Henkel heißt dies:

- ▶ Sicherstellung der Produktsicherheit für Verbraucher und Umwelt,
- ▶ Vermeidung von Umweltschäden und Beitrag zum Klimaschutz,
- ▶ Sicherstellung von verantwortungsbewusstem Verhalten über die gesamte Lieferkette,
- ▶ Faire Behandlung seiner Mitarbeiter,
- ▶ Angebot qualitativ hochwertiger Produkte zu einem fairen Preis.

Die italienischen Verbraucher entwickeln ein immer stärkeres Bewusstsein für Umweltfragen und Produktsicherheit. Dennoch ist derzeit nur eine Minderheit bereit, für umweltfreundliche Produkte einen höheren Preis zu zahlen.

Allerdings kann Henkel sich durch sein gesellschaftliches Engagement gegenüber dem Wettbewerb abgrenzen und seinen Ruf stärken. Speziell für Italien bedeutet dies:



- ▶ Sicherstellung der Basis für die kontinuierliche Wertschöpfung in Italien bei gleichzeitiger Schaffung von Entwicklungschancen für Schwellenländer,
- ▶ Auseinandersetzung mit möglichen Menschenrechtsverletzungen in Entwicklungsländern und
- ▶ Engagement für die Lösung sozialer Probleme wie demographischer Wandel, Erhaltung der Vielfalt und Beschäftigungsstabilität.

Diese Verantwortung muss in lokale Aktivitäten umgesetzt werden. Aus italienischer Sicht sind hierbei zwei Faktoren besonders wichtig:

- ▶ Einbindung der Mitarbeiter in die Festlegung der erforderlichen Maßnahmen und Ermöglichung ihrer Beteiligung an Projekten zur Lösung sozialer Probleme in ihrer Nachbarschaft und
- ▶ Lösung von Problemen durch freiwilliges Engagement und Partnerschaften mit Nicht-Regierungs-Organisationen, insbesondere dort wo gemeinsame Interessensgebiete definiert werden können. «

▶ **Prof. Dr. Marco Frey,**
Research Director, Centre for Research on Energy and Environmental Economics and Policy
Bocconi University, Mailand, Italien
www.unibocconi.it

Henkel in Italien

Seit 1933 vertreibt Henkel Wasch- und Reinigungsmittel in Italien. Mit großem Erfolg führte Henkel 1959 das Waschmittel Dixan ein. Der Vertrieb der chemisch-technischen Produkte wurde 1971 in der Henkel Chimica zusammengeführt. In den 1980er Jahren erwarb Henkel weitere Unternehmen und konnte so auch im italienischen Kosmetikmarkt Fuß fassen. Henkel in Italien produziert und vertreibt heute Wasch-/Reinigungsmittel, Kosmetik- und Körperpflegemarken, Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Klebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächentechnik für die Industrie.

Standorte

Henkel betreibt sieben Produktionsstandorte in Italien.

Mitarbeiter

In Italien beschäftigt Henkel 1.599 Mitarbeiter.

Umsatz 2005

Im Jahr 2005 erzielte Henkel in Italien einen Umsatz von 734 Millionen Euro.

Wichtige Marken

- ▶ **Wasch-/Reinigungsmittel:** Dixan, General
- ▶ **Kosmetik/Körperpflege:** Neutromed, Testanera Brillance
- ▶ **Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker:**
Loctite, Metylan, Pattex, Pritt, Sista
- ▶ **Henkel Technologies:** Adhesin, Bonderite, Hysol, Liofol, Loctite, P3, Technomelt, Teroson

Weitere Informationen

www.henkel.it

Dixan

General

Neutromed
pH5.5
DERMO-EQUILIBRIO

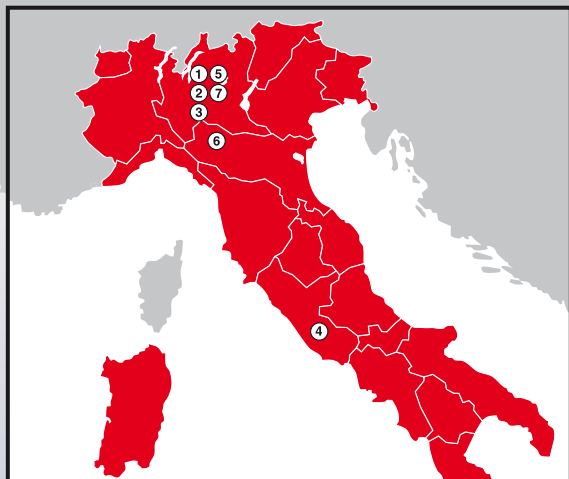
TESTANERA
BRILLANCE

Metylan

Sista

Liofol
"Nothing out step ahead"

Adhesin



- | | |
|-------------------------------|---|
| Caleppio di Settala (Mailand) | ① |
| Casarile (Mailand) | ② |
| Cerano | ③ |
| Ferentino | ④ |
| Lomazzo | ⑤ |
| Parma | ⑥ |
| Zingonia (Bergamo) | ⑦ |



In Heidelberg unterstützte Henkel die Präsentation der „UN Millennium Development“-Tore im Rahmen der lokalen Agenda-Tage. Sie sind Teil einer weltweiten Informationskampagne unter dem Motto „No excuse – 2015“, mit der die Vereinten Nationen über ihre Ziele im Entwicklungsbereich informieren und den Dialog darüber anregen wollen.

In Portugal veranstaltete Henkel eine Ausstellung in den größten Einkaufshäusern von Lissabon und Porto, um auf sein Engagement im Bereich Umweltschutz und gesellschaftliche Verantwortung aufmerksam zu machen.

Aktiv informieren

Der direkte Kontakt ist durch nichts zu ersetzen. Er hilft dem Unternehmen, die Wünsche, Sorgen und Bedenken seiner Nachbarn und Kunden sowie der Verbraucher kennen zu lernen. Er bietet dem Unternehmen die Möglichkeit, seine Tätigkeiten zu erläutern und bildet die Grundlage für gegenseitiges Verstehen. Daher hat Henkel auch 2005 wieder weltweit verschiedene Dialogveranstaltungen und -aktivitäten durchgeführt. Sie reichen von Nachbarschaftszeitungen und Tagen der offenen Tür über die Zusammenarbeit mit Schulen in der Region bis zur Teilnahme an regionalen und nationalen Initiativen. In Italien und Japan wurde zum Beispiel mit Journalisten und der Fachöffentlichkeit auf Pressekonferenzen über nachhaltiges Wirtschaften bei Henkel diskutiert. Am Standort Düsseldorf-Holthausen zeigte Henkel Lehrern im Rahmen eines regionalen Fortbildungsprogramms, wie das Unternehmen nachhaltig wirtschaftet.

Dialog im Rahmen des Global Compact

Henkel sieht den Global Compact der Vereinten Nationen als Netzwerk, in dem Erfahrungen und Instrumente zum nachhaltigen Wirtschaften untereinander ausgetauscht werden und die Partner

voneinander lernen. So hat Henkel seit dem Beitritt im Juli 2003 zusätzlich zu den jährlichen Fortschrittsberichten ein Partnerprojekt mit der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) sowie ein Projektbeispiel im „Lernforum“ des Global Compact veröffentlicht.

Auf nationaler Ebene bringt sich Henkel in das deutsche Global Compact Netzwerk ein. In diesem Netzwerk werden gemeinsam Projekte initiiert und der Austausch mit den anderen Unternehmen intensiviert. **(i)**

Leistungen anerkennen, Dialog fördern

Henkel sponsert verschiedene Umweltpreise, um herausragende Leistungen im Bereich des nachhaltigen Wirtschaftens anzuerkennen und den Dialog über diese Themen zu fördern. Im Jahr 2005 hat Henkel in Brasilien beispielsweise zum fünften Mal in Folge den Von-Martius-Umweltpreis der Deutsch-Brasilianischen Industrie- und Handelskammer gefördert. Mit dem Preis werden Projekte ausgezeichnet, die unter Berücksichtigung umweltpolitischer Aspekte zur wirtschaftlichen Entwicklung des Landes beitragen.

In Österreich ist Henkel seit 1999 einer der Sponsoren des Umweltpreises der Österreichischen Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT).

Umfassende Produktverantwortung

Umfassende Verantwortung

Henkel hat sich in seinen Werten verpflichtet, nachhaltig und gesellschaftlich verantwortlich zu wirtschaften. Der Wertbeitrag des Unternehmens für die Gesellschaft sind seine Marken und Technologien, die das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen. Sie sind die Geschäftsgrundlage für das Unternehmen. Entscheidend ist dabei, entlang der gesamten Wertschöpfungskette verantwortlich zu handeln.

Henkel hat schon sehr frühzeitig begonnen, sich um Umweltfragen und soziale Belange zu kümmern und gesellschaftliche Erwartungen ernst zu nehmen. So führte das Unternehmen bereits 1959 regelmäßige ökologische Überprüfungen der Wasch- und Reinigungsmittel ein.

Henkel ist überzeugt, dass sich nachhaltiges Wirtschaften auszahlt. Das Vertrauen in das Unternehmen und die Marke Henkel tragen dazu bei, unternehmerische Freiräume zu erhalten und den Geschäftserfolg zu fördern. Unverantwortliches Handeln könnte dieses Vertrauen binnen sehr kurzer Zeit wieder zerstören.

Nachwachsende Rohstoffe

Henkel setzt seit vielen Jahren Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe zur ganzheitlichen Optimierung von Produkteigenschaften ein, wenn dies unter Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und sozialer Gesichtspunkte möglich ist.

Der Anteil nachwachsender Rohstoffe liegt zum Beispiel bei den Tensiden – also den waschaktiven Substanzen – für Wasch- und Reinigungsmittel bei 35 Prozent. Bei Seifen und Duschgelen basiert der überwiegende Teil aus nachwachsenden Rohstoffen. Für Klebstoffe – für Konsumenten und Handwerker sowie im Industriebereich – gibt es eine ganze Reihe von Anwendungen, in denen nachwachsende Rohstoffe eingesetzt werden, beispielsweise Stärke, Zellulose, Dextrine und Proteine. So sind nachwachsende Rohstoffe bei Klebestiften, Tapetenkleistern und

Forschung und Entwicklung

Henkel berücksichtigt bereits beim Beginn von Forschungsprojekten und in der Produktentwicklung die Grundsätze des nachhaltigen und gesellschaftlich verantwortlichen Wirtschaftens. Dazu entwickelt Henkel innovative Produkte und Technologien, die die Erwartungen und Bedürfnisse seiner Kunden und der Verbraucher erfüllen.

Zu erstklassiger Qualität gehören neben einfacher Anwendung und hoher Produktleistung auch umfassende Produktsicherheit und Umweltverträglichkeit. Dazu werden bereits in der Forschung und Produktentwicklung mögliche Risiken neuer Produkte systematisch bewertet.

Rohstoffe

Henkel setzt seit vielen Jahren Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe zur ganzheitlichen Optimierung von Produkteigenschaften ein, wenn dies unter Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und sozialer Gesichtspunkte möglich ist. Ein weiterer Teil der Inhaltsstoffe basiert auf fossilen – nicht erneuerbaren – und mineralischen Rohstoffquellen. Die Herstellung der eingesetzten Rohstoffe ist im Allgemeinen nicht sehr energieintensiv oder mit kritischen Emissionen verbunden.

Von seinen Zulieferern erwartet Henkel, dass ihr Verhalten den unternehmensethischen Erwartungen von Henkel entspricht und dass sie bei ihrer Arbeit adäquate Standards zugrunde legen.

Beispiel: Um mehr als

33 %

verringerte Dosiermenge bei klassischen Pulverwaschmitteln seit 1993

Beispiel: Rund

35 %

beträgt der Anteil nachwachsender Rohstoffe bei Tensiden für Wasch- und Reinigungsmittel

Verpackungsklebstoffen als zentrale Bestandteile fest etabliert. Bei Klebstoffen zur Flaschenetikettierung beispielsweise haben sie einen Anteil von rund 45 Prozent.

Dialog zur nachhaltigen Palmölgewinnung

Henkel unterstützt den World Wide Fund for Nature (WWF) bei seiner Initiative, neue Wege für eine nachhaltige Gewinnung von Palmöl und die Verhinderung des Raubbaus an Regenwäldern in Indonesien zu finden. Henkel nutzt – indirekt über seine Lieferanten von Vorprodukten – weniger als 0,2 Prozent des weltweiten Palm- beziehungsweise Palmkernöls als Rohstoff. Gleichwohl sieht Henkel

Herstellung	Transport	Anwendung	Entsorgung
<p>Henkel produziert an 176 Standorten weltweit. Die meisten Herstellverfahren sind im Wesentlichen Mischprozesse und nicht energieintensiv. Bei der Herstellung seiner Produkte legt Henkel großen Wert auf die Arbeitssicherheit. Entsprechend der Risiken der eingesetzten Stoffe und Verfahren werden daher geeignete Arbeitsschutzmaßnahmen umgesetzt.</p> <p>Um die Sicherheit und Wirtschaftlichkeit kontinuierlich zu erhöhen und zugleich Ressourcenverbräuche und Umweltbelastungen zu verringern, verbessert Henkel bestehende Verfahren und entwickelt neue. Durch den Transfer von Technologien und Wissen trägt Henkel auch weltweit zum sozialen Ausgleich bei.</p>	<p>Bei vergleichsweise großvolumigen Produkten verringert Henkel durch regionale Produktionsstandorte die Transportkosten und Umweltbelastungen. Dies gilt insbesondere für Wasch-/Reinigungsmittel sowie Teile des Produktportfolios der Unternehmensbereiche Kosmetik/Körperpflege, Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Henkel Technologies.</p> <p>Bei vergleichsweise kompakten Produkten mit niedrigem spezifischem Gewicht fällt der Transportaufwand geringer aus, so dass diese möglichst zentral und in großer Stückzahl produziert werden können. So werden beispielsweise die Sekundenkleber an lediglich drei Standorten weltweit hergestellt.</p>	<p>Henkel-Produkte und Technologien sind bei sachgemäßer Anwendung sicher und verträglich für Gesundheit und Umwelt. Sie machen das Leben der Menschen leichter, besser und schöner. Marken und Technologien von Henkel leisten wichtige Beiträge zu Gesundheit und Hygiene, zur effizienten Nutzung von Ressourcen oder verlängern die Lebensdauer von Produkten: Leistungsfähige Waschmittel reinigen Textilien schonend auch bei niedrigen Waschttemperaturen. Kleb- und Dichtstoffe helfen, Bauwerke vor Feuchtigkeit, Hitze und Kälte zu schützen. Und Oberflächenbehandlungen zum Korrosionsschutz verlängern die Lebensdauer von Produkten.</p>	<p>Wasch- und Reinigungsmittel, Produkte für die Kosmetik und Körperpflege sowie zur Hygiene gelangen nach Gebrauch ins Abwasser. Sie sind von Henkel in der Zusammensetzung so konzipiert, dass durch ihren Gebrauch die aquatische Umwelt nicht negativ beeinflusst wird. Bei der Anwendung chemisch-technischer Produkte müssen die entstehenden Abwässer zum Teil zur Entfernung von Schadstoffen nach dem Stand der Technik vorbehandelt werden, bevor sie ins Kanalnetz geleitet werden. Den Verpackungsabfall bei den Verbrauchern hat Henkel durch innovative Verpackungsformen vermindert. Für industrielle Kunden stehen auch Mehrwegsysteme zur Verfügung.</p>
<p>Beispiel: Um 20 % konnte der Standort Kruševac in Serbien-Montenegro seinen jährlichen Ausstoß an Kohlendioxid im Jahr 2005 senken</p>	<p>Beispiel: Rund 220.000 t Wasch- und Reinigungsmittel werden in Deutschland seit 1994 jährlich auf der Schiene statt auf der Straße transportiert</p>	<p>Beispiel: Rund 30 % leichtere Flugzeuggürtel durch innovative Leichtbau-Verbundwerkstoffe</p>	<p>Beispiel: Rund 15 % weniger Karton bei großen Verpackungen für Pulverwaschmittel in Deutschland durch Einführung eines neuen Tragepakets</p>

es als seine Verpflichtung an, Erfahrungen und Fachwissen in die gemeinsame Suche nach tragfähigen Lösungen einzubringen. Darum hat Henkel auch im Jahr 2005 am internationalen „Runden Tisch zur nachhaltigen Palmölbewirtschaftung“ teilgenommen und beteiligt sich an einem Projekt, in dem Möglichkeiten entwickelt werden, den Einsatz von nachhaltig gewonnenem Palmöl von der Plantage bis zum industriellen Endnutzer nachzuvollziehen.

Natürlich Pritt

Der Pritt Stift zeigt, wie Henkel schon frühzeitig erdölbasierte Rohstoffe durch adäquate, nachwachsende Rohstoffe ersetzt hat. Bereits 1991 begann Henkel

mit der Entwicklung von Alternativen für verschiedene Rohstoffe. Einen Ersatzrohstoff zu finden, der die Abhängigkeit von erdölbasierten Polyvinylpyrrolidon (PVP) verringert, war auch wirtschaftlich interessant. Im Markt für PVP standen wenige Anbieter einer sehr hohen Nachfrage gegenüber. Dabei musste mindestens die gleiche Produktqualität des Klebestifts gewährleistet werden. Stärkeether kam als Ersatzrohstoff in Frage, da Stärke gute Klebeeigenschaften besitzt, wenn sie chemisch entsprechend modifiziert wird. Nach einer Entwicklungszeit und Testphase von zwei Jahren waren die Verbrauchertests erfolgreich absolviert; und die erste Generation des stärkebasierten Pritt Stifts konnte produziert werden. Im Jahr 2000 wurde PVP

schließlich vollständig ersetzt. Weltweit ist Henkel der einzige Anbieter von stärkebasierten Klebestiften.

Einheitliche Bewertungskriterien für Zulieferer

Mit seinen Standards zu Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE-Standards) von 1997 hat sich Henkel schon früh zu seiner Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette bekannt. Auf Grundlage der Standards haben die Einkaufsabteilungen und die Unternehmensbereiche Prozesse implementiert, um die Leistungen ihrer Lieferanten und Lohnhersteller in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit und Umwelt zu bewerten.

Um die Anforderungen der überarbeiteten SHE-Standards und der konzernweiten Einkaufsrichtlinie umzusetzen, hat Henkel im Jahr 2005 einheitliche Nachhaltigkeitskriterien festgelegt und einen darauf aufbauenden Fragebogen entwickelt. Er umfasst die Themen Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, Qualität, Menschenrechte, Mitarbeiterstandards und Anti-Korruption. Der Fragebogen bildet die Grundlage für die Bewertung der Lieferanten und Lohnhersteller. Ergänzt wird der Fragebogen durch spezifische Anforderungen und Instrumente der Unternehmensbereiche, zum Beispiel systematische Audits von Lohnherstellern.

In einer ersten Pilotphase hat der Henkel-Einkauf den Fragebogen bei europäischen Zulieferern getestet. Im Jahr 2006 wird er nun systematisch eingeführt. Ziel ist, bis Ende 2006 rund 80 Prozent des Einkaufsvolumens von Henkel abzudecken.

Auf die Schiene gebracht

Unter dem Motto „Öko? Na, logisch!“ führte Henkel bereits 1994 in Deutschland ein damals neues Logistikkonzept für Wasch- und Reinigungsmittel ein. Seitdem wird der Fernverkehr in den Werken Düsseldorf und Genthin zu großen Teilen per Bahn abgefertigt und in acht Regionallager transportiert. Rund 220.000 Tonnen Wasch- und Reinigungsmittel werden so jährlich von der Straße auf die Schiene

verlagert. Der notwendige Energiebedarf für den Transport wurde halbiert; und die Emissionen in die Luft sowie die Lärmbelastigungen wurden deutlich reduziert. Auch Henkel profitiert vom Logistikkonzept: Durch eine optimale Auslastung der Transportkapazitäten, günstige Preise beim Bahnversand und verbesserte Verladebedingungen spart das Unternehmen jährlich rund eine Millionen Euro.

Auch an anderen Stellen wurde die Logistik optimiert, zum Beispiel durch die bessere Ausnutzung von Kapazitäten und, wo möglich, die Verlagerung weiterer Straßentransporte auf die Schiene. So hat Henkel nach umfangreichen Verhandlungen über den Gleisanschluss des deutschen Kosmetik-Werks Wassertrüdingen Teile der Rohstoffversorgung wieder auf die Bahn umgestellt. Jährlich werden rund 1.500 Tonnen Alkohol mit Kesselwagen angeliefert.

Sicher in der Anwendung und gut beraten

Die Kunden in Industrie, Handel und Handwerk sowie die Verbraucher können sich darauf verlassen, dass die Produkte und Technologien von Henkel bei sachgemäßer Anwendung sicher sind. Dafür wird ihre Verträglichkeit für Gesundheit und Umwelt umfassend bewertet. Die Eigenschaften der Einzelbestandteile, ihre Konzentration im Produkt und dessen Anwendungsbedingungen werden dabei beurteilt. Je nachdem, ob Endverbraucher oder Fachkräfte ein Produkt einsetzen, optimiert Henkel die notwendigen Vorsorge- und Schutzmaßnahmen.

Falls es trotz entsprechend gestalteter Verpackung und detaillierter Anwendungshinweise zu Fehlanwendungen oder Missgeschicken kommen sollte, steht Henkel seinen Kunden und Verbrauchern mit seinen Beratungsdiensten zur Verfügung. In der Düsseldorfer Henkel-Zentrale gehört dazu auch eine eigene Notfall-Hotline. Ein Notrufteam aus Ärzten und Toxikologen gibt rund um die Uhr Auskunft und steht beratend zur Seite.

Von diesem Service profitieren nicht nur die Kunden und Verbraucher von Henkel. Durch die

»Eine Welt und eine Heimat«

»In den letzten 20 Jahren war China von rapidem Wirtschaftswachstum und einer dramatischen Zunahme der Industrialisierung und Urbanisierung geprägt. Diese Entwicklung erfolgte unter massivem Einsatz begrenzter Ressourcen und hat schwere Umweltschäden verursacht. Eine ökonomisch, sozial und ökologisch nachhaltige Entwicklung ist daher der einzig mögliche Weg, um die drei großen Herausforderungen – enorme Bevölkerungszahl, Ressourcenknappheit und Umweltverschmutzung – zu bewältigen.

Die Direktinvestitionen von Henkel in China stärken den lokalen Kapitalmarkt, bringen fortschrittliche Produktionstechnologien ins Land, bieten qualitativ hochwertige Produkte und schaffen Arbeitsplätze an den chinesischen Standorten.

Als multinationales Unternehmen könnte Henkel in China mit folgenden Maßnahmen zur nachhaltigen Entwicklung des Landes beitragen und gleichzeitig seine gesellschaftliche Verantwortung als Unternehmen wahrnehmen:

- ▶ Betrieb von effizienten und sicheren Produktionsanlagen und Ausweitung des Kreislaufwirtschaftskonzepts von den Anlagen auf den Lebenszyklus der Produkte und Nebenprodukte.
- ▶ Entwicklung sicherer und umweltfreundlicher Produkte sowie Stärkung des öffentlichen Bewusstseins für nachhaltige Verhaltensweisen durch seine Produkte und durch aktive Kommunikation.
- ▶ Kontinuierliche Weiterbildung seiner Mitarbeiter in Bezug auf umweltfreundliche und sichere Produktion und Jugendbildung zum Thema nachhaltige Entwicklung.
- ▶ Bereitstellung von Informationen zu umweltfreundlichen Verfahren und Praktiken für Lieferanten und Kunden von Henkel, um – insbesondere für Klein- und Mittelständige Unternehmen (KMU) vor Ort – die Vorteile der Ökoeffizienz aufzuzeigen, und Vermittlung nachhaltiger Geschäftsstrategien.
- ▶ Zusammenarbeit mit allen Interessensgruppen und Partnern, um entscheidende Probleme wie Armut, globale Erwärmung, sinkende Biodiversität und Ozonabnahme zu bekämpfen. «

▶ Prof. Dr. Peng Sizhen

Director of Centre for Environmentally Sound
Technology Transfer
The Administrative Centre for China's Agenda 21
Peking, China
www.acca21.org.cn



Henkel in China

Bereits von 1887 bis 1913 importierte Firmengründer Fritz Henkel Tee aus China nach Deutschland. Um die asiatischen Märkte besser bearbeiten zu können, gründete Henkel 1971 in Hongkong die Henkel Chemicals. Ab den 1980er Jahren verkaufte Henkel an chinesische Betriebe Klebstoffe, Industriereiniger und oleochemische Produkte. 1988 eröffnete Henkel eine Repräsentanz in Peking und unterstützte 1989 die Restaurierung eines Teilstücks der Chinesischen Mauer. Das erste chinesische Joint Venture startete Henkel 1990 mit der Shanghai Henkel Chemicals. Über dieses Gemeinschaftsunternehmen wurden Industriereiniger, Oberflächenbehandlungskemikalien und Reinigungsprodukte produziert und vermarktet. Henkel China produziert und vertreibt heute Wasch-/Reinigungsmittel, Kosmetik- und Körperpflegemarken, Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Klebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächen-technik für die Industrie.

Standorte

Henkel betreibt zwölf Produktionsstandorte in China.

Mitarbeiter

In China beschäftigt Henkel 3.310 Mitarbeiter.

Umsatz 2005

Im Jahr 2005 erzielte Henkel in China einen Umsatz von 254 Millionen Euro.

Wichtige Marken

- ▶ **Wasch-/Reinigungsmittel:** Wipp, Wipp Exploding Salt
- ▶ **Kosmetik/Körperpflege:** Guangming, Haiermian
- ▶ **Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker:** Ceresit, Metylan, Panda, Pattex, Thomsit
- ▶ **Henkel Technologies:** Adhesin, Bonderite, Hysol, Liofol, Loctite, P3, Technomelt, Teroson

Weitere Informationen

www.henkel.cn



Changchun	①
Guangzhou	②
Lianyungang	③
Peking	④
Shanghai Nanhui	⑤
Shanghai Putuo	⑥
Shanghai Yangpu	⑦
Shantou	⑧
Tianjin	⑨
Xian	⑩
Xuzhou	⑪
Yantai, Shandong	⑫

Anfragen und die Beobachtung seiner Produkte im Markt kann das Unternehmen mögliche Probleme frühzeitig erkennen und die Erkenntnisse in die Produktentwicklung einfließen lassen.

Anforderungen der EU-Chemikalienpolitik

Menschen in 125 Ländern vertrauen Tag für Tag den Marken und Technologien von Henkel. Zur erstklassigen Qualität gehören neben einfacher Anwendung und hoher Produktleistung eine umfassende Produktsicherheit und Umweltverträglichkeit. Henkel unterstützt daher die Grundidee des unter dem Namen REACH bekannten Vorschlags der Europäischen Kommission zur Chemikalienpolitik. Dabei geht es um die Erfassung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung von Chemikalien. Der Vorschlag der Europäischen Kommission zur Umsetzung der Grundidee in ein Regelwerk muss aber weiter verbessert werden. Henkel beteiligt sich aktiv an entsprechenden Vorschlägen zur pragmatischen Handhabung. Diese Arbeit trug dazu bei, dass EU-Parlament und -Rat Ende des Jahres 2005 Verbesserungen zu REACH beschlossen haben. Der noch bestehende Änderungsbedarf muss im weiteren Verfahren berücksichtigt werden.

Die Bewertung von Produktinhaltsstoffen nach den zu erwartenden REACH-Regeln können bei Henkel in bestehende Prozesse integriert werden, sobald die konkreten Anforderungen bekannt sind. Um Zusatzkosten durch REACH zu begrenzen, hat Henkel bereits heute Prozesse eingeführt, um sich auf die zukünftigen Anforderungen vorzubereiten.

Alternativen zu Tierversuchen

Henkel trägt die Verantwortung für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt bei der Herstellung, dem Vertrieb und der Anwendung seiner Produkte. In Erfüllung dieser Verantwortung durchlaufen Rohstoffe sowie fertige Produkte zahlreiche Prüfungen und Testreihen. Diese werden zu einem großen Teil vom Gesetzgeber vorgegeben. Darüber hinaus

existieren bei Henkel zusätzliche Standards, die eine hohe Produktsicherheit für Verbraucher und Umwelt garantieren. Tierversuche werden bei Henkel grundsätzlich nicht eingesetzt, es sei denn rechtliche Bestimmungen geben dies vor und keine anerkannten alternativen Prüfmethode existieren, die entsprechende Daten liefern können. Gesetzlich verlangt werden Tierversuche dort, wo noch keine relevanten oder ausreichenden Sicherheitsinformationen über einen Inhaltsstoff vorliegen.

Henkel beschäftigt sich bereits seit mehr als zwei Jahrzehnten intensiv mit der Entwicklung von Alternativmethoden, bei denen die notwendigen Daten ohne Tierversuche gewonnen werden können. Henkel setzt sich dafür ein, dass die derzeit sehr langwierige Anerkennung von alternativen Testmethoden durch den Gesetzgeber beschleunigt wird.

Gemeinsame Anstrengungen

Am 7. November 2005 wurde im Europäischen Parlament die Europäische Partnerschaft für Alternativen zu Tierversuchen zwischen der Europäischen Kommission und der Industrie begründet. Darin vertreten sind die Branchen Chemie, Pflanzenschutz, Pharmazie, Kosmetik, Wasch- und Reinigungsmittel sowie Biotechnologie. Die Partner verpflichten sich in der Brüsseler 3-R-Deklaration, Tierversuche methodisch zu verfeinern, in der Zahl zu vermindern und schließlich ganz zu vermeiden.

Die Europäische Partnerschaft hat zum Ziel, ein Aktionsprogramm zu erstellen. Neben der Entwicklung von Alternativmethoden soll das Programm auch die Erarbeitung neuer Teststrategien und Bewertungskonzepte vorsehen. Das Programm wird jährlich überarbeitet und veröffentlicht. Henkel hat aktiv an der Abfassung der Deklaration mitgewirkt und beteiligt sich über seine Forschungsgesellschaft Phenion an dem Aktionsprogramm. In Phenion hat Henkel seine Forschungsaktivitäten zur Entwicklung von Alternativen zu Tierversuchen gebündelt.

Wasch-/Reinigungsmittel

Weniger ist mehr

Um die Umwelt zu entlasten, arbeitet Henkel kontinuierlich daran, die Leistung seiner Waschmittel zu steigern und die nötigen Dosiermengen weiter zu verringern. Bei den klassischen Pulverwaschmitteln konnte die Dosiermenge durch weitere Rezepturoptimierungen in ganz Westeuropa auf 170 Milliliter – dies entspricht 95 Gramm – pro Waschgang gesenkt werden. Damit liegt die empfohlene Dosiermenge jetzt mehr als ein Drittel unter der Empfehlung für die klassischen Pulverwaschmittel aus dem Jahr 1993. Um den Verbrauchern eine niedrige Dosierung zu erleichtern, wird den neuen Verpackungen jeweils in den ersten sechs Monaten ein entsprechender Messbecher beigelegt. Die Dosierhilfen – ebenso wie nützliche Informationen zum richtigen Dosieren und nachhaltigen Waschen – können aber auch jederzeit bei der Verbraucher-Hotline angefordert werden.

Sauber auch bei niedrigen Temperaturen

Niedrige Waschttemperaturen sparen Energie und leisten damit einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz. Daneben schonen sie auch die Farben und das Gewebe der Textilien. Damit die Wäsche auch

bei 30 oder 40 Grad Celsius sauber wird, wurde die Rezeptur von Persil Color gezielt überarbeitet und somit leistungsstärker. Die Niedrig-Temperatur-Formel entfernt selbst schwierige Flecken bei 30 Grad Celsius Waschttemperaturen. Spezielle Polymere wirken dabei gegen die Farbübertragung der Textilien untereinander. Persil Color mit Niedrig-Temperatur-Formel wurde in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Belgien in den Markt eingeführt.

Mit Zitrone und Essig: Geschirrspülen in Indien

Ein Schlüssel für den weltweiten Erfolg von Henkel ist die Anpassung der Produkte an die regional spezifischen Wünsche und Bedürfnisse der Verbraucher. Mit diesem Erfolgsrezept hat beispielsweise Pril liquid rund 75 Prozent des Markts bei flüssigen Geschirrspülmitteln in Indien erobert. Für eine breite Bevölkerungsschicht sind diese Spülmittel jedoch zu teuer. Um auch Kunden mit geringer Kaufkraft innovative und leistungsstarke Produkte anzubieten, hat Henkel ein Seifenstück zum Geschirrspülen auf den Markt gebracht. Konventionelle Seifenstücke bieten zwar eine gute Fettlösekraft, können aber die Gerüche der starken Gewürze, die in Indien verwendet werden, nicht neutralisieren. Auf dieses Bedürfnis antwortete Henkel mit dem Pril Seifenstück

Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Grundlage für die Produktpolitik von Henkel sind die Bedürfnisse der Verbraucher. Sie erwarten von Markenprodukten von Henkel hohe Leistungen und einfache Anwendung ebenso wie umfassende Produktsicherheit und Umweltverträglichkeit. Eines der Erfolgsrezepte sind daher regionale, auf die jeweiligen Verhältnisse abgestimmte Marken und Technologien. Weltweit werden Gesundheitsschutz und Umweltverträglichkeit der Produkte durch entsprechende Freigabeprozesse sichergestellt. Die Basis hierfür ist ein konzernweites Rezepturinformationssystem.

Ein vorrangiges Ziel der Produktentwicklung ist es, eine stets verbesserte Reinigungsleistung bei immer geringerer Dosierung und niedrigeren Temperaturen zu erzielen. Jüngste Entwicklungen sind die weitere Reduzierung der Dosiermengen in Europa und das neue Persil Color mit verbesserter Waschkraft bei niedrigen Temperaturen.

Durch die europaweite Harmonisierung der Verbraucherberatungen und Service-Hotlines kann Verbraucher-Feedback schneller und umfassender in die Produktentwicklung einfließen.



„Zitrone und Essig“: Es nimmt dem Geschirr den Geruch und hat hervorragende Fettlöseigenschaften. Mit dem Pril Seifenstück konnte sich Henkel ein neues Marktsegment erschließen.

Stärke gefragt

Mit dem Lebensstil der Menschen verändern sich auch Putzgewohnheiten und Erwartungen an Hygiene und Sauberkeit. Schrubben und Scheuern sind „out“: Reinigungs- und Pflegemittel sollen selbst hartnäckige Verschmutzungen ohne große Mühe und Zeitaufwand entfernen. Dafür müssen die Produkte kraftvoll sein, dürfen gleichzeitig jedoch nicht die Oberflächen angreifen. Das leisten die drei neuen Spezialreiniger unter der Marke Bref. Aus der handlichen Flasche werden sie einfach dosiert oder aufgesprüht und entwickeln eine besonders starke Reinigungskraft. Der Bref Power-Reiniger löst hartnäckig festsitzende Kalkbeläge, Seifenablagerungen und beseitigt selbst Rostflecken, der Bref Multi-Fettlöser sogar eingebranntes Fett, Motorenöl und Ruß. Und der Bref Hygiene-Reiniger mit Aktiv-Chlor entfernt unterschiedliche Verschmutzungen sowie Keime und Schimmel in Bad und Küche. Alle Bref Power Reiniger enthalten Tenside, die leicht und schnell biologisch abbaubar sind.

Über die Dosierungs- und Anwendungshinweise auf der Packung hinaus informiert Henkel die Verbraucher auf unterschiedlichen Wegen, wie die Spezialreiniger effektiv, sicher und umweltverträglich eingesetzt werden. Neben speziellen Informationsbroschüren und detaillierten Produktinforma-

tionen im Internet stehen den Konsumenten für individuelle Auskünfte in vielen Ländern kostenfreie Verbraucher-Hotlines zur Verfügung.

Henkel legt großen Wert auf den direkten Kontakt mit den Verbrauchern, denn im Fokus jeder Entwicklung bei Henkel stehen die Konsumenten. So lernt das Unternehmen die Erwartungen der Verbraucher noch besser kennen, erfährt, wie seine Produkte eingesetzt werden und welche Konsumentenbedürfnisse noch unerfüllt sind. Diese Erfahrungen fließen kontinuierlich in die Verbesserung bestehender und die Entwicklung neuer Produkte ein. So konnte zum Beispiel im Fall des Bref Multi-Fettlösers eine deutliche Rezepturverbesserung erreicht werden. Unabhängige Testhaushalte haben dies bestätigt. Die Erfolge im Markt untermauern diesen Ansatz.

Henkel unterzeichnet Charter Nachhaltiges Waschen und Reinigen



Henkel hat seine unternehmerische Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und Umwelt erneut unter Beweis gestellt und als erstes Unternehmen im März 2005 das Audit im

Rahmen der Charter Nachhaltiges Waschen und Reinigen des Internationalen Waschmittelverbands (A.I.S.E.) bestanden. Ziel der Charter ist es, die Prozesse bei der Entwicklung, Herstellung, Verwendung und Entsorgung nachhaltig zu gestalten und zwar über den gesamten Lebenszyklus von Wasch- und Reinigungsmitteln.

Kosmetik/Körperpflege

Natürlich gelöst

Etwa 40 Prozent der Menschen haben sensible Zähne. Bei ihnen liegen oft an den Zahnhälsen mikroskopisch kleine Kanäle – so genannte Dentin-Tubuli – frei. Diese können äußere Reize wie Hitze, Kälte, Säure oder Druck direkt an die Zahnnerven weiterleiten. Mit Theramed S.O.S. Sensitiv gibt es jetzt eine Zahncreme, die die Dentin-Tubuli mit einer naturalanalogen Schutzschicht gezielt verschließt.

Der innovative Wirkstoff Nanit®active reagiert mit Calcium- und Phosphat-Ionen aus dem Speichel und lässt eine neue, zahnähnliche Schutzschicht am Zahnhals aufwachsen.

Die Idee zum Wirkstoff stammt aus der Grundlagenforschung. Die Forschungsgesellschaft SusTech Darmstadt und die Henkel-Forschung haben den Wirkstoff für die Zahncreme-Anwendung entwickelt.

Eine klinische Studie von Theramed S.O.S. Sensitiv mit Nanit®active belegt sowohl eine spürbare Sofortwirkung als auch eine signifikante Reduzierung der Überempfindlichkeit der Zähne nach zwei Wochen. Theramed S.O.S. Sensitiv wurde im November 2005 in Belgien eingeführt. Seit Januar 2006

ist die Zahncreme in Deutschland und Österreich erhältlich. Die Markteinführung in Frankreich und in Mittel- und Osteuropa unter der Marke Vademecum folgt als nächstes.

Kleine Dose – große Wirkung

Innovation beim Haarstyling: Silhouette Compact Haarspray. Obwohl die Größe der Haarspraydose von 750 auf 400 Milliliter reduziert wurde, enthält sie mehr Anwendungen und ist damit ergiebiger als eine 750-Milliliter-Haarspraydose. So bietet Silhouette Compact den gewohnt perfekten Halt und ist durch seine geringe Größe noch handlicher und flexibler im Einsatz – in der 50-Milliliter-Variante auch auf Reisen, bei der Arbeit und unterwegs.

Möglich wurde dies durch die Kombination einer neu entwickelten konzentrierten Rezeptur für das Haarspray mit einem innovativen Mikrosprühsystem. Der Sprühkopf und das Sprühventil wurden so optimiert, dass mit deutlich reduzierter Produktmenge das gewohnte Stylingergebnis erzielt werden kann. Silhouette Compact enthält

Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Nur gut verträgliche, anwendungssichere Kosmetika, die die Erwartungen der Kunden erfüllen, gewinnen auf Dauer deren Vertrauen. Ebenso wichtig wie die Wirksamkeit sind daher bei der Produktentwicklung immer die gesundheitliche sowie die umweltorientierte Verträglichkeit. Alle Kosmetika durchlaufen dazu ein umfangreiches Prüfprogramm, das kontinuierlich nach dem stets neuesten Stand der Wissenschaft und Technik weiterentwickelt wird.

Zur Untersuchung der gesundheitlichen Verträglichkeit seiner Fertigprodukte setzt Henkel In-vitro-Tests an Zellkulturen und dermatologische Tests ein. Alternative Testmethoden hat Henkel seit Anfang der 1980er Jahre gemeinsam mit exter-

nen Instituten entwickelt und optimiert. Dies ist auch zukünftig ein wichtiges Ziel des Unternehmens. Aktuell beteiligt sich Henkel an der Europäischen Partnerschaft für die Förderung von Alternativkonzepten zu Tierversuchen der Europäischen Kommission. Und mit seiner Forschungsgesellschaft Phenion hat Henkel seine Aktivitäten zur Erforschung und Etablierung neuer Testmethoden ausgeweitet.

Zum Grundverständnis von Henkel gehört es, über die Produkte hinaus umfassenden Service zu bieten: Über den Verbraucherservice sowie die international ausgerichtete Akademie Schwarzkopf steht Henkel den Endverbrauchern und Friseurkunden weltweit mit Rat und Tat zur Seite.



fast 50 Prozent weniger Treibgas als herkömmliche 750-Milliliter-Haarspraydosen. Darüber hinaus werden weniger Weißblech und Kunststoff für die Verpackung benötigt. Das spart Ressourcen: bei der Verpackung, in der Produktion und – durch das rund 50 Prozent geringere Gewicht – beim Transport.

Duschpflege mit Joghurt

Joghurt ist als Lebensmittel seit langem für seine gesunden Eigenschaften und die Förderung einer positiven Bakterienflora bekannt. Es enthält neben Proteinen auch Vitamine und Mineralstoffe und ist, äußerlich angewandt, für seine entzündungshemmende Eigenschaften bekannt. Eine Innovation in der Kosmetik, die sich besonders gut anfühlt, ist die neue Fa Duschpflegeserie Joghurt. Die Rezepturen mit einem Konzentrat aus natürlichem Joghurt helfen der Haut, in ihrer natürlichen Balance zu bleiben. Fa Joghurt pflegt die Haut mit einer leichten Creme-Formel und bewahrt sie vor dem Austrocknen.

Verpackung im Spannungsfeld

Gerade bei Kosmetikprodukten spielt für viele Konsumenten die Verpackung eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung. Hochwertige Markenprodukte erfordern Verpackungen, die dies unterstreichen und die Hygiene ebenso wie die Unversehrtheit des Produkts garantieren. Darüber hinaus sollte die Verpackung genug Raum für Verbraucher-

informationen bieten. Diese Anforderungen müssen mit den Anforderungen des Umweltschutzes und den jeweiligen Verpackungsverordnungen in Einklang gebracht werden.

Unentschlossene Verbraucher testen ein Produkt gerne vor dem Kauf. Um die Unversehrtheit des Produkts sicherzustellen, wird insbesondere bei Gesichtspflegeprodukten eine so genannte Barriereverpackung benötigt: Zum Beispiel schützt eine dünne Polyethylenfolie die Kartonverpackung der Diadermine-Gesichtspflege vor unberechtigtem Öffnen. Sie ist leicht und umweltverträglich in der Entsorgung. In der Umverpackung befindet sich zudem eine Papierfederung, die den Glastiegel beim Transport schützt.

Die Verpackungsentwickler versuchen kontinuierlich, den Materialeinsatz ohne Qualitäts- und Stabilitätseinbußen zu reduzieren. Ein aktuelles Beispiel sind die in verschiedenen europäischen Märkten erhältlichen Zahncremetuben von Licor del Polo, Vademecum, Antica Erboristeria und Denivit. In den Tuben wird Aluminium in einem Laminatverbund hauchdünn als Sperrschicht eingesetzt. Jetzt ist es gelungen, die Folienstärke im Verbund weiter zu reduzieren. Die neuen Tuben sind um 21 Prozent leichter als vorher und benötigen in der Produktion weniger Rohstoffe – insbesondere Aluminium.

Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker

Keine Nägel mehr: ablösbarer Montagekleber

Montagekleber sind eine leistungsstarke Alternative zu mühsamen und schmutzigen Arbeiten wie Bohren, Schrauben oder Nageln und erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Doch eines schreckt Heimwerker häufig noch ab: Einmal verklebt, sind die Bauteile nur noch schwer voneinander zu trennen.

Unter der Marke Pattex präsentiert Henkel einen neuen wieder ablösbaren Montagekraftkleber. Die speziell entwickelte Rezeptur erlaubt es, die Klebeverbindung auch nach mehreren Jahren noch mit einem einfachen Küchenmesser oder Spachtel abzulösen. Die Klebereste können dann auf glatten Untergründen mit einem haushaltsüblichen Reiniger einfach wegpoliert, auf porösen Flächen einfach überstrichen werden. Das ist ein unschlagbarer Vorteil für Heimwerker, die ihre Wohnung flexibel einrichten und gestalten wollen.

Im hart umkämpften Heimwerker-Markt hat Henkel das Produkt Anfang des Jahres 2005 zunächst in den Benelux-Ländern und dann in Italien erfolgreich eingeführt. Seit 2006 ist das Produkt auch in Deutschland erhältlich; der Markteintritt in weiteren Ländern ist geplant.

Energiesparen rund ums Haus

In mehr als 60 Ländern weltweit bietet Henkel ein breites Sortiment an Kleb- und Dichtstoffen an, mit dem Bauwerke vor Feuchtigkeit, Hitze und Kälte geschützt werden können. Während Dichtsysteme zum Erhalt von Bausubstanz beitragen, leisten Produkte zur Gebäude-Isolierung einen wichtigen Beitrag zum Energiesparen und damit auch zum Klimaschutz. So wird zum Beispiel in Deutschland rund ein Drittel der Kohlendioxid-Emissionen durch das Heizen von Gebäuden verursacht.

Latentwärmespeicher für mexikanische Dächer

In vielen Regionen Mexikos herrschen extreme klimatische Bedingungen: Im Norden wird es tagsüber mit weit über 40 Grad Celsius häufig extrem heiß. Klimaanlage und Ventilatoren bringen Erleichterung, sind aber teuer und verbrauchen viel Energie. Als Alternative hat Henkel eine Dachbeschichtung entwickelt, die nicht nur das Dach zuverlässig abdichtet, sondern auch das Haus vor der Hitze schützt und somit hilft, Kosten zu sparen.

Wie dickflüssige Farbe direkt auf das Dach aufgetragen, reduzieren die Beschichtungen die Temperaturen im Gebäude: Das Produkt Imperfácil für den

Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Henkel ist bei Kleb- und Dichtstoffen weltweit führend, technologisch wie auch ökologisch. Zum vielseitigen Sortiment gehören Renovierungsprodukte, Klebe- und Korrekturprodukte für Haushalt und Büro ebenso wie Bauklebstoffe. Eine wichtige Voraussetzung für dauerhafte Markterfolge dieser Produkte ist die leichte und sichere Anwendbarkeit.

Eine der wesentlichen Umweltbelastungen beim Kleben sind freigesetzte Lösemittel. Henkel ersetzt daher seit Jahren lösemittelhaltige Kleber konsequent durch leistungsfähige Produkte auf Wasser-

basis und gewinnt stetig Anteile in einem von Lösemitteln dominierten Markt. Wo technische Anforderungen oder Marktbedingungen dies erschweren, sucht Henkel nach alternativen Lösungen und legt Programme zum längerfristigen Austausch auf.

Zur Optimierung von Produkteigenschaften setzen die Klebstoffentwickler auch auf den Einsatz erneuerbarer Ressourcen. Ein weltweit bekanntes Beispiel: der Pritt Stift. Seine Rezeptur ist fast vollständig auf eine nachwachsende Rohstoffbasis umgestellt.



Heimwerker um bis zu acht und Acrition für professionelle Anwender um bis zu zwölf Grad Celsius.

Dies wird zum Teil über eine bessere Reflektion der Sonneneinstrahlung erreicht. Entscheidend aber ist die Verwendung eines Latentwärmespeichers. Kleine Wachskügelchen in der Beschichtung nehmen tagsüber die Wärme auf: Sie schmelzen und speichern die Wärme. Sobald es kühler wird, geben die Wachskügelchen die Wärme wieder ab und sind damit bereit für den nächsten heißen Tag. Klimaanlage und andere Wärmeschutzmaßnahmen können so entfallen oder kleiner dimensioniert werden.

Keine Chance für Wärmebrücken

Bei vielen Gebäuden bilden unzureichend isolierte Fugen zwischen Fenstern und Mauerwerk eine Wärmebrücke. Die darüber nach draußen entwichene Wärme verursacht unnötige Heizkosten.

Mit dem Sista Flex-Montageschaum hat Henkel einen Polyurethan-Schaum für die Montage von Holz-, Kunststoff- und Metallfenstern entwickelt, der besondere Leistungsanforderungen erfüllt.

Der Schaum bleibt nach dem Aushärten flexibel und kann sich so den natürlichen Bewegungen zwischen Fenster und Mauerwerk anpassen, wenn sich die Fassade erwärmt und wieder abkühlt. So wird die Entstehung von Rissen verhindert, durch die die Wärme entweichen kann. Die Flächenhaftung bleibt erhalten; und die Fenster sind sicher und fest verklebt.

Der Schaum bietet hervorragende Schallschutz-, Dicht- und Dämmeigenschaften. Er ist darüber hinaus alterungsbeständig und lässt sich einfach überstreichen, überkleben und überputzen.

Aus der Kälte in die Hitze

In vielen Ländern Osteuropas fehlt älteren Gebäuden häufig noch die Wärmedämmung. Henkel vertreibt in diesen Märkten erfolgreich Ceresit-Wärmedämm-Verbundsysteme, die dieses Problem mit vergleichsweise geringem Aufwand lösen. Mit den flexibel anpassbaren Systemlösungen von Ceresit können die individuellen Anforderungen von Dämmplatten, Klebemörtel und Außenputz besonders gut aufeinander abgestimmt werden. Das Ergebnis: hoher Wohnkomfort und bis zu 30 Prozent geringere Heizkosten.

Das System bietet sich aber auch an, um Gebäude vor Hitze zu schützen und so die Energiekosten von Klimaanlage zu reduzieren. Mit der Beteiligung an der Firma Polybit, einem Hersteller von Beschichtungsmaterialien für die Bauindustrie in den Vereinigten Arabischen Emiraten, hat Henkel jetzt auch die lokale Expertise, um dieses System auf die Bedürfnisse der Golfregion anzupassen und zu vertreiben.

Henkel Technologies

Sanfte Reiniger für sanfte Energie

In Europa und den USA ist die Windenergie bereits nach der Wasserkraft die zweitwichtigste alternative Energiequelle. Die bis zu 60 Meter langen Rotorblätter der Windturbinen werden aus faserverstärkten Kunststoffen in speziellen Formen hergestellt. Im Anschluss müssen die Formen gereinigt werden, üblicherweise mit verschiedenen Lösemitteln und in mühevoller Handarbeit.

Auf Grundlage der Erfahrungen in der Oberflächenreinigung und der Verarbeitung von Verbundwerkstoffen entwickelte Henkel den tensidbasierten Reiniger Frekote 915 WB. Er enthält 70 Prozent weniger Lösemittel und schont die empfindlichen Oberflächen. Frekote 915 WB hinterlässt keine Rückstände und reinigt die Formen deutlich effizienter und schneller. Bereits ein Jahr nach der Einführung hat sich Henkel damit in Deutschland als einer der führenden Hersteller von Reinigern für Formen von Rotorblättern und anderen Bauteilen aus faserverstärkten Kunststoffen etabliert. In Europa, Asien und den USA hat die Produkteinführung bereits begonnen.

Durchbruch bei der Metallvorbehandlung

Seit über 100 Jahren gehört in der Metallindustrie die Eisenphosphatierung zum Schutz vor Korrosion

zu den Standardverfahren der Lackiervorbehandlung. Mit Bonderite NT hat Henkel als weltweit erstes Unternehmen ein nanokeramisches Beschichtungsverfahren auf den Markt gebracht, das der Eisenphosphatierung in qualitativer, ökologischer und wirtschaftlicher Hinsicht weit überlegen ist.

Bonderite NT erzeugt eine geschlossene, anorganische Schicht. Diese bietet einen besseren Korrosionsschutz und bessere Lackhaftung als die Eisenphosphatierung. Die Verarbeitung ist bei Raumtemperatur möglich. Dadurch können bis zu 30 Prozent Energie gespart werden. Das Verfahren benötigt weder Phosphate noch toxische Schwermetalle. Und die Standzeiten der Bäder können oft mehr als verdoppelt werden. Damit werden Aufwand und Kosten für die Abwasserbehandlung, Entsorgung und Anlagenreinigung deutlich reduziert. Bonderite NT wurde Ende 2003 in den USA eingeführt, wo es sich mittlerweile bei vielen Kunden bewährt. Seit 2005 ist es auch in Europa erfolgreich im Einsatz.


Weniger Biozide durch Biofilm-Coupons

In Kühlwasserkreisläufen herrschen für Mikroorganismen hervorragende Wachstumsbedingungen. Mit der Zeit bilden sie an den Wänden der Wasserleitungen einen Biofilm, der die Leistung der Anlage herabsetzt und das Material angreifen kann. Um

Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Die Industrie- und Strukturklebstoffe, Dichtstoffe und die Oberflächentechnik von Henkel schaffen weltweit anerkannte Systemlösungen. Die Lösungen basieren auf dem Know-how der Kundenprozesse und der daraus abgeleiteten Produktentwicklung nach Maß. Häufig wird in einem Team mit Kunden, Anlagenhersteller und Rohstofflieferanten gearbeitet. Dabei entwickelt Henkel kontinuierlich innovative Produkte und Technologien, die den Kunden Vorteile im Umwelt- und Gesundheitsschutz bieten und gleichzeitig wirtschaftlicher sind.

In vielen Fällen ermöglichen optimierte Prozesse auch deutliche Einsparungen bei den Energie-, Wasser- und Abfallkosten. Die Gesellschaft profitiert von diesen Innovationen, weil sie den Ressourcenverbrauch mindern und die Lebensdauer der Produkte verlängern.

Mit maßgeschneiderten Kleb- und Dichtstoffen sowie Oberflächentechnologien leistet Henkel auch einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung neuer, „sauberer“ Energiequellen wie der Brennstoffzelle oder flexiblen und leichten Solarzellen. 



dies zu verhindern, wird das Wasser behandelt. Dabei werden häufig vorsorglich mehr Biozide als notwendig verwendet. Damit diese so gezielt und sparsam wie möglich eingesetzt werden können, hat Henkel eine Testmethode für die einsetzende Biofilmbildung entwickelt, bei der aufwändige Laboruntersuchungen entfallen.

Standardisierte Teststreifen aus Edelstahl – so genannte Biofilm-Coupons – werden in die Kühlsysteme eingebaut und in regelmäßigen Abständen gewechselt. Der Biofilm auf den entnommenen Streifen wird mit Hilfe einer Reaktionslösung angefärbt und mit einer definierten Farbskala verglichen. So können Veränderungen rechtzeitig erkannt und geeignete Gegenmaßnahmen ergriffen werden. Seit Mitte 2005 vermarktet Henkel den Testkit HydroBio in Europa. Ende des Jahres waren die Coupons bereits bei zwölf Industriekunden erfolgreich im Einsatz.

Sicherheit und Komfort rund ums Auto

Neue Fahrzeuge sollen komfortabler und sicherer sein als ihre Vormodelle, gleichzeitig aber auch leichter und damit sparsamer. Technologien von Henkel helfen den Automobilherstellern, diese widersprüchlichen Anforderungen besser zu vereinbaren. Die Zusammenarbeit beginnt häufig schon bei der Konstruktion, Jahre bevor das neue Modell vom Band läuft. Menge und Platzierung der Terokal-Strukturklebstoffe und der Terocore-Strukturschäume werden gemeinsam festgelegt, um ein möglichst leichtes

Automobil zu entwickeln, das eine bestmögliche Stabilität und optimalen Unfallschutz bietet.

Starke Verbindungen

Das Einkleben der Windschutzscheibe in Autos ist schon lange Standard. Die Scheibe trägt so zur Stabilität der gesamten Karosserie bei. Auch bei anderen Bauteilen ergänzen Strukturklebstoffe zunehmend traditionelle Verbindungen wie das Schweißen oder Nieten. Sie verteilen Belastungen gleichmäßig über eine größere Fläche, helfen bei einem Unfall, die Aufprallenergie wirksamer zu absorbieren, und schaffen so stärkere und steifere Verbindungen. Außerdem ermöglichen Terokal-Strukturklebstoffe die Kombination unterschiedlicher Materialien wie Stahl und Aluminium. Durch die optimale Nutzung der unterschiedlichen Materialeigenschaften können Fahrzeuge wesentlich leichter und trotzdem sicherer konstruiert werden.

Steife Schäume

Erst vor zehn Jahren auf dem Markt eingeführt, ist der Einsatz von Terocore-Strukturschäumen bei vielen Automobilherstellern heute Stand der Technik: Sie verstärken Hohlraumstrukturen und versteifen große Flächen gegen Einbeulungen, um bei einem Unfall kritische Verformungen zu verhindern. Terocore-Strukturschäume sind besonders leicht. Durch ihren Einsatz kann im Vergleich zu einer konventionellen Stahllösung bis zu 50 Prozent Gewicht eingespart werden.

Mitarbeiter

Neue Anforderungen

Henkel wächst und entwickelt sich kontinuierlich weiter. Durch die Erschließung und den Ausbau neuer Märkte ist der Anteil der Mitarbeiter, die Henkel außerhalb von Deutschland beschäftigt, 2005 auf über 80 Prozent angestiegen. Gleichzeitig stellen verschiedene gesellschaftliche Veränderungen – zum Beispiel die alternde Bevölkerung in den westlichen Industriestaaten oder die rasante ökonomische Entwicklung in vielen Schwellenländern – neue Anforderungen an das Unternehmen.

Um in diesem Umfeld langfristig erfolgreich zu sein, setzt Henkel auf Mitarbeiter, deren Erfahrungen, Talente und Fähigkeiten die Vielfalt der Märkte und Kunden widerspiegeln. Das Personalmanagement fördert die Mitarbeiter mit einer ausgewogenen Mischung aus weltweit einheitlichen sowie auf die lokalen Rahmenbedingungen zugeschnittenen Instrumenten.

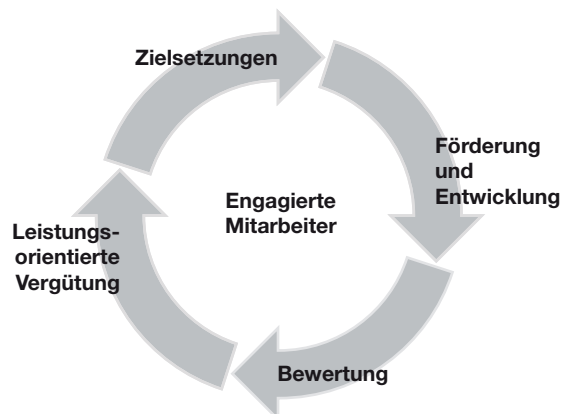
Zielorientierte Führung, leistungsorientierte Vergütung, regelmäßige Bewertung und kontinuierliches Lernen verknüpfen bei Henkel das persönliche Engagement der Mitarbeiter mit dem Erfolg von Henkel. Eine offene Kommunikation, Vertrauen und Respekt schaffen ein produktives Arbeitsumfeld.

Die Verpflichtung, die persönliche Würde, die Privatsphäre und die Persönlichkeitsrechte aller Mitarbeiter zu respektieren, sowie der Grundsatz der Gleichbehandlung sind als wichtige Verhaltensregeln im Code of Conduct verankert.

Wissen, Kreativität und soziale Kompetenz

Die systematische Entwicklung und Förderung der verschiedenen Talente und Fähigkeiten der Mitarbeiter ist eine entscheidende Voraussetzung für den Erfolg des Unternehmens. Aus diesem Grund investiert Henkel in Wissen, Kreativität und soziale Kompetenz seiner Mitarbeiter.

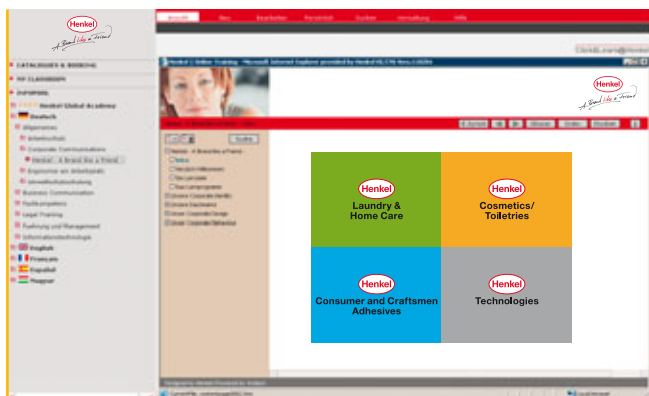
Motivation für den Unternehmenserfolg



Die regelmäßige Beurteilung der Mitarbeiter ist dafür eine wichtige Voraussetzung: Auf Grundlage der jeweiligen Stärken und Schwächen werden im vertraulichen Gespräch zwischen Mitarbeiter und Vorgesetztem Entwicklungsmöglichkeiten identifiziert und Trainingsmaßnahmen definiert. Bei seinen Führungskräften setzt Henkel seit 1998 weltweit das „Management Competencies Assessment“ (MCA) zur Mitarbeiterbeurteilung ein. Für Tarifmitarbeiter folgt die Personalentwicklung lokalen Maßstäben, da die hier eingesetzten Instrumente stärker an kulturelle und standortbezogene Faktoren angepasst werden. Für rund drei Viertel der Tarifmitarbeiter werden bereits systematische Beurteilungs- und Entwicklungsgespräche durchgeführt.

Kontinuierlich lernen

Im Durchschnitt nimmt jeder Henkel-Mitarbeiter rund zwei Tage pro Jahr an berufsbezogenen und persönlichkeitsbildenden Fachseminaren teil, um sich auch über die fortlaufende Schulung im direkten Arbeitsumfeld hinaus zu qualifizieren. Ergänzt werden diese Maßnahmen durch das 2001 eingeführte, intranetbasierte Lernportal „Click & Learn“. Es macht Schulungsangebote online verfügbar, insbesondere Software-, Sprach- sowie Managementkurse.



Das Lernportal „Click & Learn“ bietet im Bereich „Infopool“ Schulungen zu verschiedenen Themenfeldern. Diese stehen den Mitarbeitern in mehreren Sprachen weltweit auch über das Internet zur Verfügung.

Einem breiten Kreis von Mitarbeitern bietet sich damit die Möglichkeit, individuell und zeitlich flexibel neue Lerninhalte zu erschließen. Besonders effektiv ist der Einsatz von Online-Learning zur Vor- und Nachbereitung klassischer Präsenzseminare.

Leistung anerkennen

Die Anerkennung individueller Leistung stärkt unternehmerisches Denken sowie Handeln und steigert die Motivation. Für seine Führungskräfte hat Henkel dazu ein weltweit einheitliches System zur leistungsorientierten Vergütung umgesetzt: Konzern-, Team- und Individualziele verbinden den persönlichen Leistungsanreiz mit den strategischen Zielsetzungen des Unternehmens.

Auch für Tarifmitarbeiter wird dieses Prinzip umgesetzt: Rund 65 Prozent von ihnen werden über entsprechende Systeme am wirtschaftlichen Erfolg von Henkel und seiner Tochterunternehmen beteiligt. Die Ausgestaltung der Systeme spiegelt die lokalen Bedürfnisse und Anforderungen wider:

► In China erhalten die Tarifmitarbeiter jährliche Bonuszahlungen auf Grundlage von fünf definierten Teamzielen, fünf persönlichen Zielen und ihres Engagements. Letzteres umfasst Verantwortungsbewusstsein, Eigeninitiative, Kundenorientierung und Teamfähigkeit.

► In den Ländern der Andenregion – Kolumbien, Ecuador, Peru und Venezuela – profitieren alle Tarifmitarbeiter von einem einheitlichen Leistungsvergütungssystem. Zwei Teamziele, abgeleitet aus den Zielen der jeweiligen Geschäftseinheit, werden ergänzt durch drei persönliche Ziele, die direkt in den Verantwortlichkeits- und Einflussbereich der Mitarbeiter fallen.

► Da der wirtschaftliche Erfolg der Wasch- und Reinigungsmittel-Produktion in Luxemburg entscheidend von der Auslastung der Maschinenkapazitäten abhängt, sind die vierteljährlichen Bonuszahlungen daran geknüpft.

► Für die Henkel-Mitarbeiter in Italien ist das System zur leistungsorientierten Vergütung Bestandteil des Tarifvertrags. Alle vier Jahre definiert das Unternehmen die Ziele für den „premio di partecipazione“. In Abstimmung mit den Gewerkschaften und dem Betriebsrat werden die Kennzahlen für die einzelnen Ziele sowie die Höhe der Prämie festgelegt.


Leistungsfähigkeit erhalten

Eine kontinuierlich steigende Lebenserwartung und sinkende Geburtenraten führen in vielen Industriestaaten mittel- bis langfristig zu erheblichen Veränderungen der Bevölkerungsstruktur. In alternden Gesellschaften wird es für Unternehmen noch wichtiger werden, die Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiter langfristig zu erhalten.

Mit gezielten Programmen zur Gesundheitsförderung sowie einer kontinuierlichen Weiterbildung und -qualifizierung der Mitarbeiter aller Altersgruppen schafft Henkel dafür die Voraussetzungen. Bei der Ausgestaltung der Gesundheitsprogramme setzen die Henkel-Gesellschaften je nach nationalen und kulturellen Gegebenheiten unterschiedliche Schwerpunkte.

Familienfreundliches Unternehmen



Beim Unternehmenswettbewerb „Erfolgsfaktor Familie 2005“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend wurde Henkel in der Kategorie „große Unternehmen“ als bestes Unternehmen bewertet. Der damalige Bundeskanzler Gerhard Schröder und Ministerin Renate Schmidt (links) zeichneten Henkel für „vorbildliches unternehmerisches Engagement bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie“ aus. 

Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Henkel unterstützt seine Mitarbeiter dabei, ihr berufliches Engagement mit ihrer persönlichen Lebensplanung in Einklang zu bringen. Für die deutschen Standorte zum Beispiel erarbeitet die Arbeitsgruppe „Familie und Beruf“ Ziele und Lösungen. So unterstützt beispielsweise der externe „Familienservice“ Eltern bei der Suche nach Betreuungseinrichtungen für Kinder und vermittelt qualifiziertes Personal.

Seit Anfang 2005 können Mitarbeiter an allen deutschen Standorten diese Leistungen in Anspruch nehmen. Besonders häufig – an über 100 Tagen – wurde eine Notfallbetreuung in Kindertagesstätten genutzt.

In Österreich bietet Henkel in Kooperation mit der Firma Employee Service seinen Mitarbeitern bereits seit 1998 sehr erfolgreich umfangreiche Beratung und Unterstützung in den Bereichen Ehe,

Konfliktmediation, Gesundheit, Schwangerschaft und Familie an.

In Spanien hat Henkel Ibérica ein dreimonatiges Pilotprojekt durchgeführt. Es umfasste Schulungen zum Zeitmanagement, die Sensibilisierung der Führungskräfte sowie verschiedene Serviceleistungen rund um die Familie. Geleitet wurde das Projekt von der Dienstleistungsfirma „Más Vida Red“ („Mehr Leben Netz“). Das Programm soll nun im Unternehmen ausgebaut werden.

Innovationen durch Kreativität

Innovationsprozesse brauchen kreative Mitarbeiter. Gemeinsam mit einem externen Beratungsinstitut entwickelte Henkel daher für die Forschung und Entwicklung des Unternehmensbereichs Wasch-/Reinigungsmittel ein Programm, um die kreativen Talente seiner Mitarbeiter gezielt zu fördern und zu entwickeln.

Ein leistungsfähiger Innovationsprozess erfordert unterschiedlichste Begabungen und Fähigkeiten, die wirksam eingesetzt werden müssen. Eine entscheidende Voraussetzung ist, dass die beteiligten Mitarbeiter sich ihrer kreativen Fähigkeiten bewusst sind. Sie müssen wissen, wie sie diese einbringen können, und erkennen, wie sich Talente im Team ergänzen. Dazu nahmen seit 2003 mehr als 80 Führungskräfte an einem speziellen Schulungsprogramm teil.

Kontinuierliche Verbesserung der Unternehmenskultur

Nach der ersten weltweiten Führungskräfte-Befragung im Jahr 2003 hat Henkel im November 2004 die zweite Befragung auf Basis der „Denison Culture Indicators“ durchgeführt. Die Ergebnisse zeigten bereits Erfolge bei den mehr als 400 Einzelprojekten, die nach der ersten Befragung weltweit angestoßen worden waren. Ein besonderer Schwerpunkt der Maßnahmen war, die Vision des Unternehmens

» Verhalten ändern und Wissen erweitern «



» Alle Wirtschaftsteilnehmer müssen die nachhaltige Entwicklung sowohl in ihre Strategien als auch in ihr Verhalten integrieren, um dieses Ziel zu erreichen.

Da bei der Lösung von Umweltproblemen stets auch die wirtschaftliche Weiterentwicklung zu berücksichtigen ist, müssen die Ressourcen- und Energieanforderungen der Industrie mit den Umweltschutzinteressen in Einklang gebracht werden.

In den letzten Jahren wurde die Aufmerksamkeit verstärkt auf die menschlichen Aspekte der nachhaltigen Entwicklung gelenkt: Lebensweise und -qualität, Bewusstsein, Werte, Traditionen und Gesundheit. Auch Arbeitsplatzergonomie und die Achtung vor den Menschenrechten und den demokratischen Institutionen sind für eine nachhaltige Entwicklung wichtig.

In Ungarn ist die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Ansiedlung umweltfreundlicher Industriebetriebe in den weniger entwickelten Regionen von besonderer Bedeutung.

Ohne eine radikale und dauerhafte Änderung der gegenwärtigen Verhaltensweisen wird sich die wirtschaftliche Entwicklung nicht mehr lange aufrechterhalten lassen. Allerdings wird eine Veränderung zum Positiven eine längere Übergangsphase erfordern, und wir müssen einen Fortschritt in kleinen Schritten akzeptieren – solange die Richtung stimmt.

Der Übergangsprozess hin zu einer nachhaltigen Wirtschaft wird in Ungarn sicherlich mehrere Jahrzehnte in Anspruch nehmen – und die Schüler und Studenten von heute werden die Aufgabe haben, ihn zu gestalten und umzusetzen. Deshalb sollten alle, die einen positiven Beitrag zu diesem Prozess leisten wollen, Bildung und Ausbildung auf Schul- und Universitätsebene unterstützen und an der Erforschung umweltfreundlicher Produkte und Lebensweisen für zukünftige Generationen arbeiten.

Denn das Denken und Verhalten der Menschen und die ständige Erweiterung ihres Wissens sind letztlich die entscheidenden Faktoren für die Schaffung einer nachhaltigen Gesellschaft. «

► **Prof. Dr. István Láng,**

Mitglied der ungarischen Akademie der Wissenschaften
Ehemaliges Mitglied der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung
Budapest, Ungarn
www.mta.hu

Henkel in Ungarn

Erstmals 1927 wurden Henkel-Produkte in Ungarn produziert. Über die Persil-Werke G. Voith hat Henkel in Ungarn bis 1945 Persil, Henko, Ata, Imi und P3-Produkte vertrieben. Im Jahr 1987 gründete Henkel Austria mit drei ungarischen Partnern die Henkel Budapest – das erste Joint Venture mit westlicher Mehrheitsbeteiligung in Ungarn. Heute produziert Henkel Magyaroság in Ungarn Wasch-/Reinigungsmittel, Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Klebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächentechnik für die Industrie und vertreibt Kosmetik- und Körperpflegemarken.

Standorte

Henkel betreibt vier Produktionsstandorte in Ungarn.

Mitarbeiter

In Ungarn beschäftigt Henkel 779 Mitarbeiter.

Umsatz 2005

Im Jahr 2005 erzielte Henkel in Ungarn einen Umsatz von 139 Millionen Euro.

Wichtige Marken

- ▶ **Wasch-/Reinigungsmittel:** Biopon, Bref, Clin, Opti, Persil, Perwoll, Pur, Silan, Sofix, Somat, Tomi Kristály
- ▶ **Kosmetik/Körperpflege:** Brillance, Fa, Gliss Kur, Natural & Easy, Palette, Schauma, Taft, Vademecum
- ▶ **Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker:** Ceresit, Makroflex, Metylan, Pattex, Pritt, Thomsit
- ▶ **Henkel Technologies:** Adhesin, Bonderite, Hysol, Liofol, Loctite, P3, Technomelt, Teroson

Weitere Informationen

www.henkel.hu

BIOPON

TOMI
KRISTÁLY

Fa

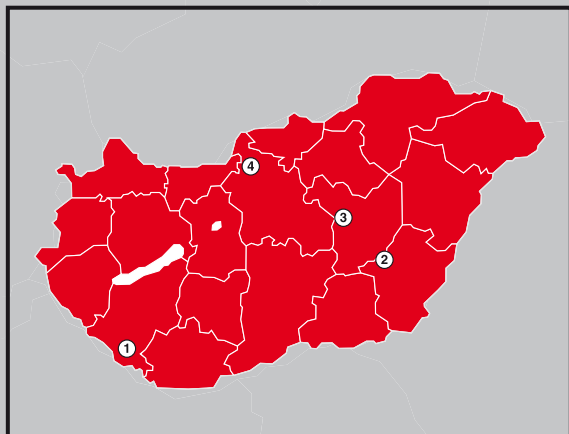
Palette

Ceresit

LOCTITE

Thomsit

Bonderite



Barcs	①
Körösladány	②
Szolnok	③
Vác	④

Für die Zukunft gut aufgestellt

Henkel bewegt sich seit Jahren in einem schwierigen Umfeld. Zusätzlich wird der Kostendruck aus Niedriglohnländern immer stärker. Um seine langfristige Wettbewerbsfähigkeit zu sichern, passt sich Henkel diesen Strukturveränderungen frühzeitig durch Reorganisationen und Schließungen von Standorten sowie durch die Straffung der Verwaltungsbereiche an. Dies führt bis Ende 2006 in Europa und Nordamerika zum Abbau von rund 3.000 Stellen. Ein großer Teil der notwendigen Anpassungen wurde bereits eingeleitet und mit den Mitarbeitern besprochen.

Die betrieblichen Gremien wurden frühzeitig in die Gestaltung und Umsetzung der Umstrukturierungen eingebunden. Dabei ist es Ziel des Unternehmens, sozial verträgliche Lösungen zu finden und betriebsbedingte Kündigungen zu vermeiden. Dazu tragen auf die Situation des jeweiligen Standorts ausgerichtete Aktivitäten bei.

► Durch gemeinsame Anstrengungen konnten in Deutschland im Werk Hannover von den 298 Arbeitsplätzen nicht nur die ursprünglich geplanten 100, sondern insgesamt 214 Arbeitsplätze erhalten werden. Ein gemeinsam von Betriebsrat und Unternehmensleitung erarbeitetes Maßnahmenpaket umfasste flexiblere Maschinenlauf- und Betriebszeiten, die Einführung der 40-Stunden-Woche ohne Entgeltausgleich, den Verzicht auf Gehaltserhöhungen für drei Jahre bei Führungskräften sowie den Abbau übertariflicher Zulagen.

Im Rahmen der bis Ende des Jahres 2006 laufenden Maßnahmen schieden am Standort Hannover 77 Mitarbeiter aus. Davon gingen 58 Mitarbeiter in Pension beziehungsweise Altersteilzeit, sechs konnten an Henkel in Düsseldorf-Holthausen vermittelt werden; und elf Mitarbeiter nahmen eine Abfindung in Anspruch.

► Im kanadischen Brampton wurde die Produktion zum Jahresende 2005 eingestellt. Zwischen Juli und Dezember wurden insgesamt 141 Arbeitsplätze abgebaut. Um die Mitarbeiter bei der Arbeitsplatzsuche und im Umgang mit der Situation zu unterstützen, wurden individuelle Beratungen, Workshops und Schulungen durchgeführt. In den vorzeitigen Ruhestand gingen elf Mitarbeiter; und 44 fanden bis zum Jahresende eine neue Anstellung.

► Die Produktion im französischen Reims wurde zum Jahresende 2005 eingestellt. Davon sind 169 Mitarbeiter betroffen. Da der Standort in einer strukturschwachen Region liegt, unterstützt Henkel gemeinsam mit einer Arbeitsvermittlungsagentur die Mitarbeiter bis Juni 2007 bei der Arbeitsplatzsuche. Ziel ist, für alle Mitarbeiter eine neue Anstellung zu finden; in den ersten sechs Monaten des Jahres 2006 sollen es bereits 80 Prozent sein. Sechs Mitarbeiter konnten bereits an andere Henkel-Standorte vermittelt werden. Weitere zehn Mitarbeiter fanden Stellen bei anderen Unternehmen. Insgesamt gingen 52 Mitarbeiter zum Jahresende 2005 in den vorzeitigen Ruhestand.

den Mitarbeitern auf allen Ebenen greifbar zu vermitteln und das Verständnis für die strategische Ausrichtung des Unternehmens zu verbessern. In diesem Bereich stieg die Zustimmung der Mitarbeiter deutlich an.

Im Anschluss an die zweite Befragung haben die Führungskräfte weltweit rund 600 gezielte Aktionen eingeleitet, um spezifische Probleme zu lösen. Die ursprünglich für Ende 2005 geplante dritte Befra-

gung wurde deshalb verschoben, um ausreichend Zeit für die Umsetzung der Projekte zu haben und deren Wirksamkeit beurteilen zu können.

Neben der Führungskräfte-Befragung führt Henkel auch Befragungen der Tarifmitarbeiter durch, die je nach Bedarf und Land individuell umgesetzt werden.

Gesellschaftliches Engagement

Das gesellschaftliche Engagement von Henkel ist in den Unternehmenswerten und auch in der Unternehmensgeschichte fest verankert. Die verschiedenen Instrumente des über die Geschäftstätigkeiten hinaus gehenden gesellschaftlichen Engagements – international Corporate Citizenship genannt – bündelt Henkel unter dem Dach „Henkel-Smile“:

► Community Involvement

Durch sein Community Involvement unterstützt Henkel Projekte an nahezu allen Standorten von Henkel weltweit. Gefördert werden die Themengebiete Schule, Bildung, Sport, Kunst, Kultur, Umwelt, Gesundheit und Wissenschaft.

► Corporate Volunteering – MIT-Initiative

Henkel-Mitarbeiter und -Pensionäre engagieren sich ehrenamtlich für die Gesellschaft. Durch die Initiative „Miteinander im Team“ (MIT) unterstützt Henkel dieses Engagement je nach Bedarf mit Sach-, Produkt- und Geldspenden oder auch durch eine bezahlte Freistellung. Gefördert werden MIT-Communityprojekte und -Kinderprojekte.

► Henkel Friendship Initiative

Die 2003 gegründete „Henkel Friendship Initiative“ ist ein gemeinnütziger Verein zur schnellen und unbürokratischen Abwicklung von Hilfsmaßnahmen in aller Welt. Henkel ist hiermit in der Lage, vor allem bei Katastrophenfällen auf direktem Weg finanzielle Hilfe oder Hilfsgüter an Ort und Stelle zu bringen.

► Corporate Donations

Koordiniert durch das zentrale Spendenmanagement fördert Henkel weltweit gesellschaftliche Projekte in den Bereichen Soziales, Schule und Bildung, Wissenschaft, Kunst und Kultur, Gesundheit, Sport und Umwelt. Politische Parteien werden nicht unterstützt.

Für die langjährige Unterstützung der internationalen Studentenorganisation „Students In Free Enterprise“ (SIFE) wurde Henkel im Jahr 2005 ausgezeichnet. SIFE setzt auf soziale Verantwortung, Unternehmertum und Hilfe zur Selbsthilfe.

Die Gesamtsumme der Fördermaßnahmen von Henkel im Corporate Citizenship-Programm betrug



Die unter der Dachmarke Henkel-Smile gebündelten Aktivitäten von Henkel hat die Landesregierung Nordrhein-Westfalen mit dem „ENTERPreis 2005“ in der Kategorie „Soziales Engagement“ ausgezeichnet. Das Ministerium für Wirtschaft und Arbeit würdigte mit dem Preis die Integration des sozialen Engagements in die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens.

im Jahr 2005 rund sechs Millionen Euro, inklusive der Spenden für die Opfer des Seebebens im Indischen Ozean, des Hurrikans Katrina in den USA und des Erdbebens in Pakistan. Zusätzlich will Henkel seine Sponsoring-Aktivitäten stärker mit seinem gesellschaftlichen Engagement verbinden und auch seine Sponsoringpartner für die Unterstützung sozialer Projekte gewinnen. ⓘ

Dynamisches Wachstum: MIT-Initiative

Mit der Initiative „Miteinander im Team“ (MIT) unterstützt Henkel seit 1998 das Engagement seiner Mitarbeiter in gemeinnützigen Projekten. Für den transparenten Einsatz der Mittel sorgen alle beteiligten Mitarbeiter persönlich. In knapp 100 Ländern konnten bisher 3.383 Projekte durch Sach-, Produkt- und Geldspenden sowie durch bezahlte Freistellungen gefördert werden.

Neben den MIT-Community-Projekten, die von einer lokalen Jury ausgewählt und durch die lokalen Henkel-Gesellschaften unterstützt werden, fördert Henkel zusätzlich seit 2001 das Engagement für Kinder zentral mit einer Million Euro jährlich. 863 MIT-Kinderprojekte wurden bislang gefördert, im Jahr 2005 allein 245.

Henkel Friendship Initiative: schnelle Hilfe und langfristige Maßnahmen

Eine Welle von Naturkatastrophen brach im Jahr 2005 über viele Regionen dieser Welt herein. Für Menschen, die auf diese Weise unverschuldet in Not gerieten, hat die Henkel Friendship Initiative schnell und unbürokratisch Hilfe geleistet. Neben der Soforthilfe fördert die Henkel Friendship Initiative aber auch längerfristige Maßnahmen. In Zusammenarbeit mit den Henkel-Gesellschaften in den betroffenen Ländern versucht Henkel, aktiv Hilfe beim Wiederaufbau zu leisten, zum Beispiel nach dem Seebeben im Indischen Ozean.

Im Anschluss an die Soforthilfemaßnahmen in Höhe von einer Million Euro sowie rund 1.000 Stunden bezahlter Freistellungen für das Engagement von Mitarbeitern wurden von Henkel-Mitarbeitern, -Pensionären, Dritten sowie von der Familie Henkel nochmals insgesamt 108.000 Euro bereitgestellt. Hiervon wurde beispielsweise der Kauf von Nähmaschinen für Frauen finanziert, die zur Sicherung des Familieneinkommens beitragen können. Außerdem wurde das Agape Grace Children's Home am Stadtrand von Chennai, Indien, für die Aufnahme von 30 Seebeben-Waisen ausgebaut. Um Kindern und Jugendlichen eine berufliche Perspektive zu bieten, hat Henkel zudem in einem stark betroffenen Gebiet südlich von Chennai ein 20.000 Quadratmeter großes Gelände gekauft, auf dem am 26. Dezember 2005 – dem Jahrestag der Katastrophe – der Grundstein für eine Handwerkerschule gelegt wurde.

Den Opfern des Erdbebens in Pakistan und Indien stellte die Henkel Friendship Initiative rund 80.000 Euro zur Verfügung.

Für die Opfer des Hurrikans Katrina leistete Henkel USA an das Amerikanische Rote Kreuz Soforthilfe in Höhe von 120.000 Euro sowie Sachspenden im Wert von rund 200.000 Euro. Das Engagement seiner Mitarbeiter förderte Henkel USA zusätzlich mit rund 500 Stunden bezahlter Freistellung. Die Spenden der Mitarbeiter aus den USA in Höhe von rund 70.000 Euro verdoppelte die Henkel KGaA um weitere 70.000 Euro.



Soforthilfe von der Henkel Friendship Initiative erhielt der Ehemann (rechts) von Lilian Tan Li Lin, Mitarbeiterin in der Loctite Division von Henkel Malaysia. Sein Fischerboot hatte die Tsunami-Welle mitgerissen. Abdul-Hakim Zakaria, Henkel Malaysia, überreichte ihm einen Scheck über 2.500 Euro.

Internationales Spendenmanagement

Mit weltweiten Initiativen zur Förderung von Schülern, Studenten und Auszubildenden investiert Henkel in Ausbildung und Wissen. Dazu zählen Schüleraustauschprojekte, Sprachförderung von Migrantenkindern oder die Vergabe von Förderpreisen an Universitäten. Die Ausbildung des wissenschaftlichen Nachwuchses fördert Henkel durch die Dr. Jost Henkel-Stiftung. Im Rahmen des Global Challenge Projekts 2005 wurden Studenten aus Neuseeland und Südafrika, deren Eltern bei Henkel arbeiten, mit Fördergeldern bedacht. Für die Stipendien können sich auch Studenten aus den anderen Erdteilen bewerben – insbesondere wenn sie ein Studium aus eigenen Mitteln nicht finanzieren können. Mittelfristig soll der Anteil internationaler Förderungen auf 25 Prozent steigen.

Zwei Beispiele für die lokale Unterstützung von Bildungseinrichtungen:

- ▶ Um den Überlebenden des Anschlags tschetschenischer Rebellen auf die Schule von Beslan zu helfen, hat Henkel Russland den Aufbau eines Trauma-Zentrums finanziell sowie mit Sachspenden unterstützt.
- ▶ Henkel Bulgarien spendete 8.000 Euro für die Wiederherrichtung von zwei Schulgebäuden im Bezirk Montana, die vom Hochwasser im Sommer 2005 zerstört worden waren.

Beitrag zu globalen Entwicklungszielen

Im Jahr 2000 haben die Vereinten Nationen mit den „Millennium Development Goals“ acht Ziele definiert, die bis zum Jahr 2015 erreicht werden sollen. Im Rahmen der MIT-Initiative leistet Henkel über seine Geschäftstätigkeiten hinaus viele kleine, aber wichtige Beiträge zur Erreichung dieser Ziele, insbesondere in Entwicklungs- und Schwellenländern. Hier werden mehr als die Hälfte der MIT-Projekte durchgeführt.

Die von den Mitarbeitern und Pensionären initiierten Projekte decken eine breite Themenvielfalt

und alle „Millennium Development Goals“ ab. Beispielsweise zum Ziel einer verbesserten Primärschulbildung trugen 43 Prozent der MIT-Kinderprojekte bei. So unterstützten die Projekte den Ausbau von Schulen, die Bereitstellung von Unterrichtsmaterialien und über Stipendien den Schulbesuch. 21 Prozent der MIT-Kinderprojekte leisteten einen Beitrag zur Bekämpfung von Armut und Hunger. Dazu zählten Projekte zur Unterstützung von Straßen- und Waisenkindern, Essensausgaben oder der Ausbau von Trinkwasserleitungen.

MIT-Kinderprojekte aufgeteilt nach den „Millennium Development Goals“ der Vereinten Nationen

Acht „Millennium Development Goals“ MIT-Kinderprojekte 2005

1. Bekämpfung von extremer Armut und Hunger	<p>Argentinien: Unterstützung der Essensausgabe und eines Raums für Kinder in Buenos Aires Bolivien: Hilfe für Straßenkinder in Llojeta Peru: Aufbau eines Fürsorgezentrums für Kinder in Corazon Philippinen: Unterstützung des „Bethlehem House of Bread“ in Baliuag Südafrika: Förderung des „Tamaho“-Kinderheims in Alrode</p>
2. Primärschulbildung für alle	<p>China: Aufbau einer „Central Primary School“ in Lantian Chile: Unterstützung der Lese- und Schreibfähigkeit von blinden Kindern in Vicuña Mackenna Chile: Förderung des Mathematik- und Wissenschaftsunterrichts in Las Condes Argentinien: Unterstützung von Schulen mit Schulbüchern in Buenos Aires</p>
3. Gleichstellung der Geschlechter und Stärkung der Rolle der Frauen	<p>Madagaskar: Förderung eines Unterrichtsraums für junge Frauen in Amboropotsy Mexiko: Hilfe für schwangere Frauen in San Luis Potosí Kenia: Förderung der „Ngao Amani Women Group“ – HIV/AIDS-Waisen – in Ngao und Kipao</p>
4. Senkung der Kindersterblichkeit	<p>Albanien: Unterstützung der Kinderklinik in Tirana Argentinien: Verbesserung der hygienischen Bedingungen in der Kinderklinik in Beccar Bulgarien: Unterstützung der Kinderklinik in Sofia Estland: Förderung der Kinderklinik in Tartu Serbien: Unterstützung der Kinderstation des Stadtkrankenhauses in Kruševac</p>
5. Verbesserung der Gesundheitsversorgung der Mütter	<p>Deutschland: Hilfe für Mütter mit Wochenbett-Depression in Dortmund Weißrussland: Organisation und Betreuung von Mutter-Kind-Freizeiten für Tschernobyl-Kinder in Italien Ukraine: Unterstützung des Instituts für Kinderheilkunde, Geburtshilfe und Gynäkologie in Kiew</p>
6. Bekämpfung von HIV/AIDS, Malaria und anderen schweren Krankheiten	<p>Argentinien: Förderung eines Präventionsprojekts gegen HIV/AIDS in Buenos Aires Kolumbien: Hilfe für Operationen von Kindern mit Entstellungen in Bogotá Peru: Förderung einer Einrichtung für tuberkulosekranke Kinder in Lima Slowenien: Unterstützung von Kindern mit Gehirnlähmung in Maribor Thailand: Förderung des Kinderdorfs „Baan Gerda“ in Lopburi</p>
7. Ökologische Nachhaltigkeit	<p>Bangladesh: Förderung des Kaufs von Wasserfiltern für Kinder in Mollahat Tansania: Bau eines Brunnens vor einer Schule zur Eindämmung von Seuchen in Msongozi Peru: Finanzierung einer Trinkwasserleitung in Corazon USA: Förderung von Material für den Geographie-, Politik- und Umweltwissenschafts-Unterricht in Elgin, Illinois</p>
8. Aufbau einer globalen Partnerschaft für Entwicklung	<p>Brasilien: Förderung der Ausbildung zur Krankenschwester in São Paulo Italien: Unterstützung einer computergesteuerten Sprachtherapie für behinderte Kinder in Mailand Kongo: Finanzierung eines Computerraums für 200 Studenten in Bakavu Türkei: Förderung einer Schulausbildung von mindestens acht Jahren für Mädchen in Izmir</p>



Kinderträume fliegen lassen

Einmal im Cockpit eines Flugzeuges zu sitzen, davon träumen viele Kinder. Für die Mädchen und Jungen der Gerda Henkel Kindertagesstätte in Düsseldorf-Holthausen ist dieser Traum Wirklichkeit geworden. Begeistert nahmen sie am 21. Dezember 2005 das vier Meter lange Flugzeug aus Holz in Empfang. Das Holz-Flugzeug hatte Henkel mit der Idee bauen lassen, es als Spielplatzgerät nach den Fotoaufnahmen für den Nachhaltigkeitsbericht (siehe Fotos oben und unten rechts) der Gerda Henkel Kinder-

tagesstätte zu schenken. Im Fotoatelier waren elf Kinder dabei: Sarah Beyers, Christina Gillitzer, Yesim Karakaya, Mustafa Karakaya, Mieke Krupp, Nina Nguyen, Liliane Schneider, Anton Schüle, David Stankic, Laura Szepanški und Anica Urhan.

Die Gerda Henkel Kindertagesstätte ist eine durch die Henkel KGaA betrieblich geförderte Tageseinrichtung der Arbeiterwohlfahrt Familienglobus GmbH. Kinder im Alter von vier Monaten bis zu zehn Jahren werden in der Gerda Henkel Kindertagesstätte ganztägig betreut.



Produktionsstandorte weltweit

Europa

Deutschland

Bopfingen	■ ■ ■ ■ ■
Düsseldorf-Holthausen	■ ■ ■ ■ ■ ■
Genthin	■ ■ ■ ■ ■ ■
Hannover	■ ■ ■ ■ ■
Heidelberg	■ ■ ■ ■ ■ ■
Heidenau	■ ■ ■ ■ ■
Herborn-Schönbach	■ ■ ■ ■ ■
Krefeld	■ ■ ■ ■ ■ ■
Leverkusen	■ ■ ■ ■ ■ ■
Porta Westfalica-Neesen	■ ■ ■ ■ ■
Sankt Augustin	■ ■ ■ ■ ■
Unna	■ ■ ■ ■ ■ ■
Viersen-Dülken	■ ■ ■ ■ ■
Wassertrüdingen	■ ■ ■ ■ ■
Willich	■ ■ ■ ■ ■

Estland

Pärnu	■ ■ ■ ■ ■
-------	-----------

Finnland

Oitti	■ ■ ■ ■ ■
Valkeakoski	■ ■ ■ ■ ■

Frankreich

Arnage	■ ■ ■ ■ ■
Bruges	■ ■ ■ ■ ■
Châlons-en-Champagne	■ ■ ■ ■ ■ ■
Cosne-sur-Loire	■ ■ ■ ■ ■
Louviers	■ ■ ■ ■ ■ ■
Nemours	■ ■ ■ ■ ■ ■
Royaucourt-et-Chailvet	■ ■ ■ ■ ■

Griechenland

Metamorfossi (Athen)	■ ■ ■ ■ ■
----------------------	-----------

Großbritannien

Belvedere	■ ■ ■ ■ ■ ■
Coventry	■ ■ ■ ■ ■
Dunstable	■ ■ ■ ■ ■

Hemel Hempstead

■ ■ ■ ■ ■ ■

Leicester

■ ■ ■ ■ ■ ■

Newark

■ ■ ■ ■ ■ ■

Winsford

■ ■ ■ ■ ■ ■

Irland

■ ■ ■ ■ ■ ■

Ballyfermot (Dublin)

■ ■ ■ ■ ■ ■

Tallaght (Dublin)

■ ■ ■ ■ ■ ■

Italien

■ ■ ■ ■ ■ ■

Caleppio di Settala (Mailand)

■ ■ ■ ■ ■ ■

Casarile (Mailand)

■ ■ ■ ■ ■ ■

Cerano

■ ■ ■ ■ ■ ■

Ferentino

■ ■ ■ ■ ■ ■

Lomazzo

■ ■ ■ ■ ■ ■

Parma

■ ■ ■ ■ ■ ■

Zingonia (Bergamo)

■ ■ ■ ■ ■ ■

Luxemburg

■ ■ ■ ■ ■ ■

Foetz

■ ■ ■ ■ ■ ■

Österreich

■ ■ ■ ■ ■ ■

Wien

■ ■ ■ ■ ■ ■

Polen

■ ■ ■ ■ ■ ■

Ciechanów

■ ■ ■ ■ ■ ■

Dzierżoniów

■ ■ ■ ■ ■ ■

Racibórz

■ ■ ■ ■ ■ ■

Stąporków

■ ■ ■ ■ ■ ■

Wrząca

■ ■ ■ ■ ■ ■

Rumänien

■ ■ ■ ■ ■ ■

Pantelimon (Bukarest)

■ ■ ■ ■ ■ ■

Russland

■ ■ ■ ■ ■ ■

Engels

■ ■ ■ ■ ■ ■

Kolomna

■ ■ ■ ■ ■ ■

Perm

■ ■ ■ ■ ■ ■

Syzran

■ ■ ■ ■ ■ ■

Tosno

■ ■ ■ ■ ■ ■

Schweden

■ ■ ■ ■ ■ ■

Göteborg

■ ■ ■ ■ ■ ■

Möndal

■ ■ ■ ■ ■ ■

Schweiz

■ ■ ■ ■ ■ ■

Erlinsbach

■ ■ ■ ■ ■ ■

Serbien-Montenegro

■ ■ ■ ■ ■ ■

Kruševac

■ ■ ■ ■ ■ ■

Slowenien

■ ■ ■ ■ ■ ■

Maribor

■ ■ ■ ■ ■ ■

Spanien

■ ■ ■ ■ ■ ■

Abrera (Barcelona)

■ ■ ■ ■ ■ ■

La Coruña

■ ■ ■ ■ ■ ■

Malgrat

■ ■ ■ ■ ■ ■

Montornés

■ ■ ■ ■ ■ ■

San Adrián

■ ■ ■ ■ ■ ■

Santa Perpétua

■ ■ ■ ■ ■ ■

Alcalá de Guadaíra (Sevilla)

■ ■ ■ ■ ■ ■

Türkei

■ ■ ■ ■ ■ ■

Cayirova

■ ■ ■ ■ ■ ■

Izmir

■ ■ ■ ■ ■ ■

Tuzla

■ ■ ■ ■ ■ ■

Ukraine

■ ■ ■ ■ ■ ■

Balaklija (Kharkiv)

■ ■ ■ ■ ■ ■

Vyshgorod (Kiew)

■ ■ ■ ■ ■ ■

Ungarn

■ ■ ■ ■ ■ ■

Barcs

■ ■ ■ ■ ■ ■

Körösladány

■ ■ ■ ■ ■ ■

Szolnok

■ ■ ■ ■ ■ ■

Vác

■ ■ ■ ■ ■ ■

Afrika/Naher Osten

Ägypten

6th of October City	■ ■ ■ ■ ■
Port Said	■ ■ ■ ■ ■ ■

Algerien

Aïn Témouchent	■ ■ ■ ■ ■ ■
Chelghoum Laïd	■ ■ ■ ■ ■ ■
Réghaïa (Algier)	■ ■ ■ ■ ■ ■

Iran

Ghazvin	■ ■ ■ ■ ■
Saveh	■ ■ ■ ■ ■

Israel

Haifa	■ ■ ■ ■ ■
-------	-----------

Kenia

Nairobi	■ ■ ■ ■ ■ ■
---------	-------------

Libanon

Beirut	■ ■ ■ ■ ■ ■
--------	-------------

Mauritius

Terre Rouge (Port Louis)	■ ■ ■ ■ ■
--------------------------	-----------

Saudi-Arabien

Jeddah	■ ■ ■ ■ ■
Riad Central	■ ■ ■ ■ ■
Riad Industrial City	■ ■ ■ ■ ■ ■

Südafrika

Wadeville (Johannesburg)	■ ■ ■ ■ ■ ■
--------------------------	-------------

Tunesien

Sfax	■ ■ ■ ■ ■
Mornag (Tunis)	■ ■ ■ ■ ■

Vereinigte Arabische Emirate

Umm Al Quwan	■ ■ ■ ■ ■
--------------	-----------

Asien/Pazifik

Australien	
Edinburgh Park (Adelaide)	
Kilsyth (Melbourne)	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Thomastown (Melbourne)	
China	
Changchun	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Guangzhou	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Lianyungang	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Peking	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Shanghai Nanhui	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Shanghai Putuo	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Shanghai Yangpu	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Shantou	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Tianjin	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Xian	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Xuzhou	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Yantai, Shandong	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Indien	
Ambattur (Chennai)	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Chennai, Tamil Nadu	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Coimbatore	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Gurgaon	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Jejuri	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Kalkutta	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Karaikal	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Navi Mumabi	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Parwanoo	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Indonesien	
Cimanggis (Jakarta)	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Japan	
Kinuura (Aich)	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Osaka	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Korea	
Ansan City (Seoul)	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Icheon	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Jincheon-Kun Hapmonk	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Jincheon-Kun Shinchuk	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Kyung-Ju	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Malaysia	
Ipoh	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Shah Alam, Selangor	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Neuseeland	
East Tamaki (Auckland)	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
New Lynn (Auckland)	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Philippinen	
Biñan, Laguna	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Thailand	
Bang Pakong (Chon Buri)	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Siracha (Chon Buri)	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Vietnam	
Thuan An, Binh Duong	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

Amerika

Brasilien	
Diadema (São Paulo)	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Itapevi (São Paulo)	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Jacareí	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Chile	
Santiago de Chile	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Guatemala	
Mixco	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Kanada	
Etobicoke, Ontario	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Kolumbien	
Santafé de Bogotá	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Mexiko	
Ecatepec de Morelos	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Nauclapan de Juárez,	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Edo. de México	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Salamanca	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Toluca	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Puerto Rico	
Sabana Grande	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
USA	
Akron, Ohio	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Avon, Ohio	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Bay Point, California	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Buffalo, New York	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Calhoun, Georgia	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Carol Stream, Illinois	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
City of Industry, California	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Cleveland, Ohio	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Delaware, Ohio	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Elgin, Illinois	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Fort Madison, Iowa	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Greenville, South Carolina	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Hayward, California	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Homer, New York	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
La Grange, Georgia	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Lewisville, Texas	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Los Angeles, California	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Mentor, Ohio	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Montgomery, Illinois	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Oak Creek, Wisconsin	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Olean, New York	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Plainfield, Illinois	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Richmond, Missouri	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Seabrook East, New Hampshire	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Seabrook West, New Hampshire	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
South Easton, Massachusetts	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
St. Louis, Missouri	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Warren, Michigan	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
West Hazelton, Pennsylvania	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■
Venezuela	
Guacara (Caracas)	■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

- Teilnahme an der Erfassung der Konzerndaten
- Zertifizierungen nach ISO 14001
- Absolvierte Audits für Sicherheit, Gesundheit, Umwelt
- Veröffentlichte Standortziele
- Vertiefende Standortporträts im Internet (i)

Regionen

Weltweit verantwortlich

Henkel arbeitet in aller Welt kontinuierlich an der Verbesserung von Sicherheit, Gesundheit und Umweltschutz, fördert seine Mitarbeiter und übernimmt gesellschaftliche Verantwortung. Dieses Kapitel informiert beispielhaft über diese Aktivitäten und zeigt, mit welchen Maßnahmen und Programmen die Standorte auf ihre regionalen Herausforderungen eingehen und sich dabei an den lokalen Bedürfnissen ausrichten.

Die Umsetzung der konzernweiten Vorgaben wird durch interne Audits regelmäßig überprüft. Das zentrale Auditprogramm umfasste im Jahr 2005 insgesamt 22 Standorte. Neben verschiedenen „Best Practice“-Beispielen wurde an verschiedenen Standorten Verbesserungsbedarf bei der Durchführung von Risikoanalysen sowie bei der Lagerung von Gefahrstoffen identifiziert. Dringenden Handlungsbedarf stellten die Auditoren an zwei Standorten bezüglich des Umgangs mit leichtentzündlichen Flüssigkeiten fest. Entsprechende Verbesserungsmaßnahmen wurden umgehend eingeleitet.

Standorte im Überblick

Henkel verfügt über 176 Produktionsstandorte in 52 Ländern. Die Regionenkarten auf den Seiten 30 und 31 stellen diese im Überblick dar. Zusätzlich hat Henkel in vielen Ländern Verwaltungs-, Forschungs- und Marketingstandorte sowie Lager und Verteilzentren.

Um die konzernweiten Produktionsstrukturen noch effizienter zu gestalten, überprüfte Henkel auch im vergangenen Jahr die vorhandenen Kapazitäten und richtete einzelne Geschäfte neu aus. Drei Standorte wurden im Berichtsjahr verkauft; und an 14 Standorten wurde die Produktion eingestellt.

Durch mehrere Akquisitionen kamen acht Standorte hinzu. Neu akquirierte Unternehmen werden – wo nötig – gezielt an die Standards von Henkel herangeführt.



Für den gesellschaftlichen Wandel besitzen Naturwissenschaften und Technik eine Schlüsselrolle. Um Schüler wieder stärker dafür zu motivieren, lobte Henkel im Regierungsbezirk Düsseldorf erstmalig den im Jahr 2005 mit 22.500 Euro dotierten Hugo-Henkel-Preis aus. Bewertet werden realisierte Unterrichtskonzepte an weiterführenden Schulen, die im Schulprogramm verankert sind und nachvollziehbar den Bildungsstand verbessern.

Europa

Henkel CEE Academy

Um die Personalentwicklungsmaßnahmen für seine Mitarbeiter in der Region Henkel Central Eastern Europe (CEE) zu harmonisieren und einheitliche Standards sicherzustellen, hat das Unternehmen 2001 die „Henkel CEE Academy“ gegründet. Vor dem Jahr 2001 wurde die Aus- und Weiterbildung in den verschiedenen Landesorganisationen unabhängig voneinander durchgeführt. Bis auf Verkaufsausbildungen gab es nur wenige länderübergreifende Personalentwicklungsmaßnahmen.

Im Jahr 2001 wurde die Academy schrittweise in den einzelnen Ländern eingeführt. Seit 2005 können Mitarbeiter aus 30 CEE-Ländern an Seminarbausteinen lokal oder in einem internationalen Seminar teilnehmen. Das Seminarangebot wurde mit dem zentral für Henkel angebotenen Schulungsprogramm abgestimmt und umfasst neben verpflichtenden Trainingsmodulen auch individuell angepasste Lerneinheiten. Die Vermittlung betrieblichen Fachwissens ist dabei ebenso Bestandteil wie die Förderung interkultureller Fähigkeiten. Damit hat Henkel ein standardisiertes und auf die Bedürfnisse der Region zugeschnittenes Personalentwicklungsprogramm etabliert, das gleichzeitig die Henkel-

weit eingesetzten Instrumente zur Personalentwicklung und -steuerung integriert und ergänzt. Darüber hinaus fördert die „Henkel CEE Academy“ die Entwicklung und Stärkung gemeinsamer Werte sowie eine organisationsübergreifende Unternehmenskultur.

Deutschland: Balance von Beruf und Familie

Von allen Mitarbeitern erwartet Henkel ein hohes Maß an Leistungsfähigkeit, Flexibilität und Belastbarkeit. Professionelle Unterstützung bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie bieten die „Sozialen Dienste“. Im Einzelfall helfen sie bei der Gestaltung einer Teilzeitarbeitsregelung, vermitteln Betreuungsangebote für Kinder oder helfen bei der Beantragung von Mutter-Kind-Kuren.

Konflikte am Arbeitsplatz sind ebenfalls ein Thema. Die Sozialarbeiter versuchen die Ursachen der Konflikte herauszuarbeiten und mit allen Beteiligten gemeinsame Lösungen zu entwickeln. Die „Sozialen Dienste“ stehen dafür mit qualifizierten Beratungsstellen und Therapeuten in Kontakt.

Frankreich: ausgezeichnete Logistik

Henkel Technologies produziert am Standort Châlons-en-Champagne Industrieklebstoffe mit einem hohen Anteil an wasserbasierten Klebstoffen. Zur Belieferung der Kunden wurden jährlich rund 8.200 standardisierte 1.000-Liter-Container benötigt. Im Jahr 2004 wurde ein Projekt zur Optimierung der Logistik gestartet: Bei allen Kunden, bei denen es technisch zu realisieren war, wurde die Klebstoffmenge pro Container um 10 Prozent erhöht. Einige Kunden verzichteten nach Beratung durch Henkel sogar ganz auf die Container und stiegen komplett auf Tanklastzüge um. Insgesamt werden nun 500 Container weniger benötigt, das sind rund 20 Tonnen Kunststoff und 10 Tonnen Metall pro Jahr. Die gesamten Einsparungen durch die Optimierung der Logistik bei der Handhabung, Lagerabwicklung und beim Transport betragen rund 60.000 Euro jährlich.



Henkel hat für sein gesellschaftliches Engagement in Italien den „Sodalitas Social Award“ erhalten. Damit zählt Henkel zu den zwölf aktivsten italienischen Unternehmen im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR). Die Sodalitas-Stiftung hat Henkel für das Engagement seiner Mitarbeiter im Rahmen der MIT-Initiative ausgezeichnet sowie für seine Unterstützung von Sodalitas zur Verbreitung von CSR in Italien.

Im Mai 2005 wurde Châlons für sein Engagement vom französischen Umweltministerium mit dem Preis „Label de la Semaine du Développement Durable“ ausgezeichnet.

Serbien und Montenegro: Dampfversorgung umgestellt

Am Standort Kruševac konnte Henkel durch die Umstellung der Dampfversorgung auf Eigenerzeugung den jährlichen Kohlendioxid-Ausstoß um rund 20 Prozent senken. Dafür wurden im Werk ein Dampfkessel und ein Warmwasserkessel sowie eine Speisewasseraufbereitung installiert. Zusätzlich wurden neue Leitungssysteme für Dampf, Warmwasser und die Rückführung des Dampfkondensats verlegt. Durch die Erneuerung der Infrastruktur und Optimierung der Gebäudeheizung können am Standort so jährlich mehr als 200.000 Euro eingespart werden.

Rumänien: PR Award for Excellence 2005

Anlässlich seines zehnjährigen Bestehens in Rumänien startete Henkel das Projekt „Gemeinsam für ein sauberes Donau-Delta“. Ziel der Initiative ist es, die durch Umweltverschmutzung bedrohte

Flora und Fauna des Donau-Deltas zu retten. Hierfür erhielt Henkel den „Golden PR Award for Excellence 2005“ in der Kategorie „Non commercial campaigns“.

Russland: Drucklufterzeugung optimiert

Am Standort Perm wurde die bestehende Drucklufterzeugungsanlage optimiert. Damit kann das Werk seinen Stromverbrauch um rund 25 Prozent verringern, dies entspricht rund 2.500 Tonnen Kohlendioxid. Durch den geringeren Druckluft- und Energieverbrauch sowie einen niedrigeren Wartungsaufwand erwartet der Standort Kosteneinsparungen von mehr als 300.000 Euro jährlich.

Afrika/Naher Osten

Südafrika und Kenia: Aktionen gegen HIV/AIDS

In vielen Ländern Afrikas hat sich HIV/AIDS zu einer der größten sozialen Katastrophen in der Geschichte des Kontinents entwickelt. Henkel ist mit seinen Standorten in Südafrika und Kenia besonders davon betroffen. Henkel South Africa reagierte mit einer betrieblichen HIV/AIDS-Politik. Sie wurde gemeinsam mit der Gesundheitsbehörde sowie örtlichen Arbeitnehmer- und Gewerkschaftsvertretern und der Nichtregierungsorganisation Khanya Family Centre entwickelt. Das im Werk Alrode implementierte Programm konzentriert sich auf Prävention durch Sensibilisierung der Mitarbeiter für die Thematik. Ein Aufklärungsangebot über die Übertragung von HIV/AIDS richtet sich auch an Mitarbeiter, die mit HIV-Infizierten zusammenarbeiten.

Bei Henkel in Nairobi, Kenia, gibt es ein ähnliches Angebot zur Sensibilisierung der Mitarbeiter. Beispielsweise wurden im Werk Seminare über den Status der Ausbreitung der Erkrankung sowie Vorträge von Ärzten zu Präventionsmaßnahmen gehalten. Neben Vorsorgemaßnahmen ist an beiden Standorten die Vermeidung von Diskriminierung und Stigmatisierung der Betroffenen erklärtes Ziel.



▶ Henkel wurde in Indien 2005 mit dem Pondicherry-Umweltpreis für erfolgreiche Initiativen zum nachhaltigen und gesellschaftlich verantwortlichen Wirtschaften von 1999 bis 2003 ausgezeichnet. Der Ministerpräsident des Regierungsdistrikts Pondicherry, N. Rangaswamy (rechts), überreichte die Auszeichnung an A. Satishkumar (2. von links), Geschäftsführer Henkel India.

Tunesien: erfreuliche Unfallbilanz

In Tunesien produziert Henkel Alki am Standort Mornag Waschmittel. Neben den rund 130 Mitarbeitern arbeiten auf dem Gelände auch Mitarbeiter von Firmen, die Henkel für verschiedene Aufgaben – zum Beispiel für Wartungsarbeiten – beauftragt hat. Auch sie werden zur Einhaltung der Sicherheitsmaßnahmen verpflichtet und intensiv in die Sicherheitsschulungen des Standorts eingebunden. So konnte die Zahl der Unfälle von den eigenen Mitarbeiter wie auch von Mitarbeitern beauftragter Firmen in den letzten drei Jahren auf ein Viertel gesenkt werden.

Asien/Pazifik

Arbeitsmedizinische Beratung in Asien

Zur Umsetzung arbeitsmedizinischer Standards hat der Unternehmensbereich Henkel Technologies an acht asiatischen Standorten eine gezielte Beratung durchgeführt. Ein zweiköpfiges Team – ein Arbeitsmediziner von Henkel in Düsseldorf und der regionale Manager für Sicherheit, Gesundheit und Umweltschutz – berieten Standorte in China, Indien, Indonesien, Korea und Thailand zu den Themen Gesundheitsrisiken, Vorsorge und medizinische Versorgung.

» Die Zukunft voraus- sagen, indem wir sie erschaffen «

» Mexiko erlebt zurzeit eine Phase des tiefgreifenden Wandels: Die Wirtschaft öffnet sich immer stärker nach außen, und ausländische Direktinvestitionen fließen in großem Umfang ins Land. Mexiko hat in Umweltbelangen gute Fortschritte erzielt, auch wenn der rechtliche Rahmen noch einer weiteren Feinabstimmung bedarf. Darüber hinaus müssen Zentral- und Nordmexiko unbedingt sorgsamer mit ihren knappen Wasserressourcen umgehen. Mexiko sieht sich auch von einigen sehr ernstesten sozialen Problemen bedroht: mangelnde öffentliche Sicherheit, Arbeitslosigkeit und fehlender politischer Konsens bei den wichtigsten politischen Reformen.

Henkel kann einen sehr entscheidenden Beitrag zur Lösung dieser Herausforderungen leisten, indem das Unternehmen mit seinen Aktivitäten auf die vielfältigen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedürfnisse in Mexiko eingeht:

► Förderung von Innovation, Wissens- und Technologietransfer zu sicheren, umweltfreundlichen Produkten und zur besseren Nutzung der endlichen Ressourcen.



- Gewährleistung von fairen und sicheren Arbeitsbedingungen für Arbeitnehmer, Verbesserung ihrer Lebensqualität und Beitrag zur Weiterentwicklung des „menschlichen Kapitals“.
- Aufrechterhaltung der ethischen Grundsätze, durch die sich das Unternehmen bisher ausgezeichnet hat, Achtung der Menschenrechte und positive Beeinflussung der gesellschaftlichen Entwicklung im Umfeld der Standorte durch das eigene Beispiel.
- Schaffung von Mehrwert und Stärkung des Firmenrufs in aller Welt bei gleichzeitiger Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung an den Standorten als aktiver Mitbürger, und sich nicht bloß als „Einwohner“ zu verhalten.
- Verbesserung der Ökobilanz seiner Produkte über den gesamten Lebenszyklus, Förderung integrierter Lösungen und sorgsamer Einsatz der endlichen Ressourcen. «

► **Prof. Alejandro Sosa,**
Executive Director, Global Environment
Management Initiative (GEMI)
Mexiko City, Mexiko
www.gemi.org.mx

Henkel in Mexiko

Seit 1959 ist Henkel in Mexiko. 1964 erwarb Henkel eine Beteiligung an dem Unternehmen Onyxmex und vertrieb darüber Produkte, insbesondere Fettalkoholsulfate. Seine Aktivitäten erweiterte Henkel 1988 durch den Erwerb der Gemisa, eines Herstellers von metallchemischen Produkten. Im Jahr 2000 übernahm Henkel im zweitgrößten Waschmittelmarkt Lateinamerikas eine Beteiligung an dem Waschmittelhersteller Salgado und im Jahr darauf das mexikanische Universalwaschmittel- und Seifengeschäft von Colgate-Palmolive. Heute produziert und vertreibt Henkel in Mexiko Wasch-/Reinigungsmittel, Kosmetik- und Körperpflegemarken, Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Klebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächentechnik für die Industrie.

Standorte

Henkel betreibt vier Produktionsstandorte in Mexiko.

Mitarbeiter

In Mexiko beschäftigt Henkel 1.380 Mitarbeiter.

Umsatz 2005

Im Jahr 2005 erzielte Henkel in Mexiko einen Umsatz von 274 Millionen Euro.

Wichtige Marken

- ▶ **Wasch-/Reinigungsmittel:** 1-2-3, Mas, Viva
- ▶ **Kosmetik/Körperpflege:** Citre Shine, Dial, Smooth & Shine
- ▶ **Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker:** Fester, Pritt, Resistol, Sista, Tangit
- ▶ **Henkel Technologies:** Adhesin, Bonderite, Hysol, Liofol, Loctite, P3, Technomelt, Teroson

Weitere Informationen

www.henkel.com.mx



Ecatepec de Morelos	①
Naucalpan de Juárez,	
Edo. de México	②
Salamanca	③
Toluca	④



Das jeweils zweitägige Programm umfasste unter anderem die Bewertung der medizinischen Ausstattung, die Eignung der Notfallmaßnahmen und die Optimierung der Akutversorgung von Mitarbeitern. Dazu ist eine enge Zusammenarbeit der Standorte mit den lokalen medizinischen Institutionen sehr wichtig. Daher wurden Ärzte und Krankenhäuser in das Programm einbezogen und eine gute Kooperation gefestigt. Durch die Implementierung arbeitsmedizinischer Standards wird nicht nur eine gute medizinische Versorgung gewährleistet, sondern auch die Motivation der Mitarbeiter erhöht.

Indien: Schulungen gegen HIV/AIDS

Nicht nur in Afrika ist HIV/AIDS für Henkel ein Thema: In Indien ist es eine der größten Herausforderungen, das Tabu um die Krankheit zu durchbrechen. Henkel ist dort Partner der SNS Foundation. Diese Nichtregierungsorganisation agiert als Dienstleister und bietet zum Beispiel am Henkel-Standort Gurgaon neben Gesundheitsschulungen einmal in der Woche eine Sprechstunde an, von der auch die lokale Bevölkerung profitiert.

Indien: Centre of Excellence in Environment Management

Henkel India hat mit einer der zehn führenden Business Schools in Indien, dem Institute of Management Technology (IMT) in Ghaziabad, Neu Delhi, ein „Centre of Excellence in Environment Management“ gegründet. Zukünftige Manager sollen dort für den Umweltschutz sensibilisiert und ausgebildet werden. Ziel ist es, die Aufmerksamkeit für Umweltmanagement in der Geschäftswelt sowie das Umweltbewusstsein in der Öffentlichkeit durch spezielle Projekte zu erhöhen. Das Zentrum soll darüber hinaus eine Plattform und ein Diskussionsforum für Umweltmanagement-Themen im indischen sowie im globalen Kontext sein.



Henkel in Brasilien sensibilisiert seine Mitarbeiter, deren Familien und Nachbarn kontinuierlich für die Themen Umweltschutz, Gesundheit und Unfallprävention. Dabei greifen die Standorte auch auf unkonventionelle Aktionen zurück. Die Modenschau „Vom Müll zum Luxus“ in Itapevi beispielsweise zeigt anhand von kreativen Kunstwerken, was täglich entsorgt wird, und steigert so das Bewusstsein für Wertstoffe.

Amerika

USA: Engagement für Lieferantenvielfalt

Für kleine, lokale Unternehmen ist es nicht leicht, Lieferant eines großen Unternehmens zu werden. Häufig stellt bereits der erste Kontakt zu Unternehmen eine nicht zu überwindende Hürde dar, auch wenn die angebotenen Produkte und Dienstleistungen innovativ und wettbewerbsfähig sind. Die Einkaufsabteilungen der Henkel-Unternehmen in Nordamerika engagieren sich daher, die Lieferantenvielfalt zu sichern und mit kleinen, lokalen Lieferanten ins Geschäft zu kommen. Henkel trägt dadurch auch zur wirtschaftlichen Entwicklung im Umfeld der Standorte bei.

Um die Erfahrungen in den Henkel-Unternehmen und Geschäftsfeldern in den USA zu bündeln, wurde im Jahr 2004 ein Team von Einkäufern aufgestellt. Bei Dial zum Beispiel ist ein Element des Programms für Lieferantenvielfalt das Engagement eigener Mitarbeiter in Organisationen, die von Frauen und Minderheiten geführte Unternehmen unterstützen. So knüpfen Mitarbeiter von Dial Verbindungen zu diesen Organisationen und schaffen damit für potenzielle Lieferanten neue Zugangsmöglichkeiten zu Unternehmen.

Dieses Engagement wird anerkannt: So wurde Cathy Pilato, Einkaufsmanagerin für Kunststoffe bei Dial, im Jahr 2005 für ihre Mitarbeit im Women's Business Enterprise Council West (WBEC) ausgezeichnet. Als Vorstandsmitglied des WBEC-West war sie im Komitee für die Vergabe des WBEC-Zertifikats für frauengeführte Unternehmen aktiv. Dieses Zertifikat unterstützt Unternehmerinnen, sich als Lieferanten für größere Unternehmen zu qualifizieren.

USA: kontinuierliche Verbesserung der Arbeitssicherheit

Mit verschiedenen Aktionen engagieren sich alle Henkel-Gesellschaften, das Thema Arbeitssicherheit im Bewusstsein ihrer Mitarbeiter zu stärken. Dabei werden standortspezifische Gegebenheiten sowie Mitarbeiteranforderungen berücksichtigt.

Im Henkel-Werk in Olean, New York, werden beispielsweise täglich vor Beginn jeder Arbeitsschicht Sicherheitsgespräche durchgeführt. Henkel nimmt seine Verantwortung ganzheitlich wahr und behandelt neben Unfallrisiken und aktuellen Unfallthemen am Arbeitsplatz ebenfalls mögliche Gefahren zu Hause. Das Programm zeigt bereits Erfolge: Olean konnte seine Arbeitsunfälle von 12 im Jahr 2004 auf vier im Jahr 2005 reduzieren.

In Oak Creek, Wisconsin, setzt Henkel auf das Prinzip der Teambildung. Alle Mitarbeiter bilden Teams mit unterschiedlichen Verantwortungsbereichen. Neben der Beobachtung und Analyse der Sicherheitsaspekte bei Arbeitsabläufen sind die Teams für die Unfalluntersuchung, die Einhaltung von Sicherheitsvorschriften sowie die Ausarbeitung von Verbesserungsvorschlägen zuständig. Zusätzlich werden die Teams geschult und treffen sich regelmäßig, um ihre Erfahrungen auszutauschen.

Die Verbesserungen der Arbeitssicherheit bei Henkel werden auch von außen wahrgenommen. Die Auszeichnung des Standorts Seabrook in New Hampshire mit dem Preis „Star Among Stars Bronze Award“ der Arbeitssicherheits- und Gesundheitsbehörde – Occupational Safety & Health Administra-

tion (OSHA) – für Sicherheit und Gesundheit zeigt dies. Der Preis wurde dem Standort im Mai 2005 für seine niedrige Unfallrate verliehen. Im Jahr 2005 konnte Seabrook seine Unfallzahl von eins im Jahr 2004 auf null reduzieren.

USA: Sicherheit und Chancengleichheit am Arbeitsplatz

Für die seit März 2004 zu Henkel gehörende Dial Corporation sind Chancengleichheit im Beruf und Sicherheit am Arbeitsplatz schon lange wichtige Grundsätze. Um die für Produktionsmitarbeiter typischen Verletzungen durch Hebe- und Tragetätigkeiten zu verringern, führte Dial im Jahr 2000 einen Einstellungstest zur Bewertung der physischen Eignung ein. Mit Hilfe einer siebenminütigen Übung, die die körperlichen Anforderungen einer Arbeitsschicht simuliert, wurde überprüft, ob Bewerber ihre zukünftigen Aufgaben sicher erfüllen können. Die Ergebnisse dieses Test sprechen für sich: Seit seiner Einführung ging die Zahl der Verletzungen um 80 Prozent zurück.

Die U.S. Kommission für berufliche Chancengleichheit – U.S. Equal Employment Opportunity Commission (EEOC) – erhob 2001 Klage gegen diesen Eignungstest. Der Test verletze das Bundes-Anti-Diskriminierungsgesetz Title VII, da mehr Männer als Frauen den Test erfolgreich bestehen. Im Februar 2005 entschied der U.S. District Court for the Southern District of Iowa, dass der Test gegen das U.S. Anti-Diskriminierungsgesetz verstößt und verurteilte Dial am 29. September 2005 zur Zahlung von insgesamt 3,2 Millionen U.S. Dollar. Den größten Teil der Urteilssumme machen die Nachzahlungsansprüche der Kläger auf das ihnen entgangene Einkommen aus. Die Forderung der EEOC nach einem Strafschadensersatz hatten die Geschworenen abgelehnt.

Dial fühlt sich weiter dem Gesundheitsschutz und der Sicherheit der Mitarbeiter am Arbeitsplatz verpflichtet. Da der Einstellungstest nachweislich zur Reduzierung der Verletzungen beitrug, hat Dial gegen das Urteil Rechtsmittel eingelegt.

Kennzahlen

Transparenz

Henkel verwendet konzernweit Kennzahlen, um Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren, Maßnahmen zu steuern und die Zielerreichung zu kontrollieren. Gleichzeitig sind sie wichtig, um die Öffentlichkeit kompakt und transparent über Fortschritte und Leistungen zu informieren. Die veröffentlichten Nachhaltigkeitsdaten basieren auf den Umweltkennzahlen des europäischen Chemieverbands und wurden um soziale und ökonomische Kennzahlen erweitert.

Weltweite Erhebung

Die produktionsbezogenen Daten werden an 158 Werken von Henkel in 52 Ländern ermittelt. Diese Standorte sind unter anderem nach dem Produktionsvolumen sowie nach Art und Höhe des Ressourcenverbrauchs und der Emissionen ausgewählt. Sie repräsentieren 95 Prozent der weltweiten Produktion. Neue Standorte werden in der Regel zwei Jahre nach der Akquisition erfasst.

Die Arbeitsunfälle werden über ein weltweit einheitliches Berichtssystem erhoben. 92 Prozent der Henkel-Mitarbeiter wurden erfasst.

Die Angaben zu den tödlichen Arbeitsunfällen und den Betriebsstörungen beziehen sich auf Henkel gesamt.

Vergleichbare Basis

Henkel wächst und damit die Zahl der in die Erfassung der Umweltdaten einbezogenen Standorte – von 104 im Jahr 2001 auf 158 im Jahr 2005. Insbesondere größere Akquisitionen führen dabei zu Sprüngen in der Datenentwicklung. So stieg die Produktionsmenge von Henkel allein durch die Akquisitionen aus dem Jahr 2004 – insbesondere von Dial und Sovereign Specialty Chemicals – um rund 20 Prozent an.

Um die Interpretation der Kennzahlen zu erleichtern und den Einfluss der Akquisitionen auf

Mitarbeiter nach Regionen

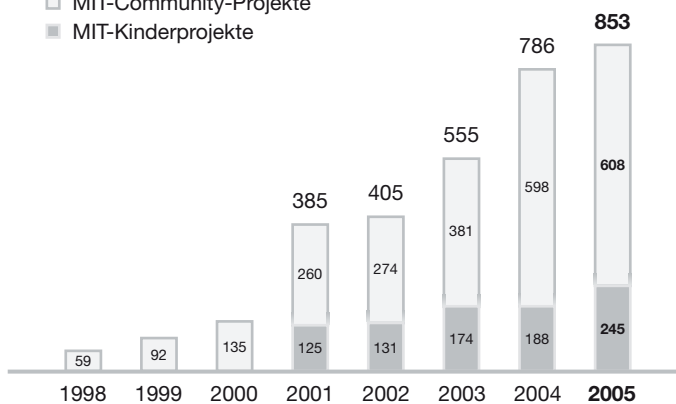
	2004	2005	in %
Deutschland (mit Auszubildenden*)	10.802	10.688	20,3 %
Europa (ohne Deutschland)	17.736	17.628	33,5 %
Afrika/Naher Osten	5.154	5.415	10,4 %
Nordamerika	6.772	7.271	13,8 %
Lateinamerika	4.325	4.208	8,0 %
Asien/Pazifik	6.411	7.355	14,0 %
Henkel	51.200	52.565	100,0 %

Ende 2005 beschäftigte Henkel 52.565 Mitarbeiter. Im Lauf des Jahres erhöhte sich die Zahl der Beschäftigten durch Akquisitionen um rund 2.450 Mitarbeiter. Ohne die Akquisitionen wäre die Mitarbeiterzahl um 2,2 Prozent gesunken. Weltweit arbeiten rund 8.508 Mitarbeiter als Führungskräfte. Der Anteil der Frauen im Management liegt bei rund 24 Prozent.

* Ende 2005 hatte Henkel in Deutschland 464 Auszubildende.

Zahl der geförderten sozialen Projekte „Miteinander im Team“ (MIT)

- MIT-Community-Projekte
- MIT-Kinderprojekte

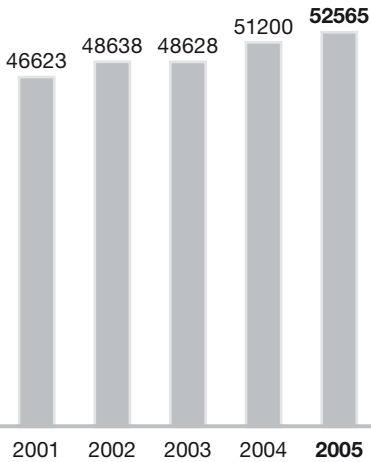


die Umweltkennzahlen transparent darzustellen, ist der Anteil der akquirierten Unternehmen für die Jahre 2004 und 2005 schraffiert. Die Index-Kurve auf den Grafiken stellt die Entwicklung der Kennzahlen im Vergleich zur Produktionsmenge (pro Tonne Produkt) dar. Sie umfasst die Akquisitionen. Basis für die Index-Kurve (= 100 Prozent) ist das Jahr 2001.

Die Kennzahlen des Jahres 2001 wurden auf Basis der fortgeführten Geschäfte ohne die im Jahr 2001 verkaufte Chemieprodukte-Tochter Cognis und die ebenfalls 2001 veräußerte Beteiligung am europäischen Joint Venture Henkel-Ecolab ermittelt.

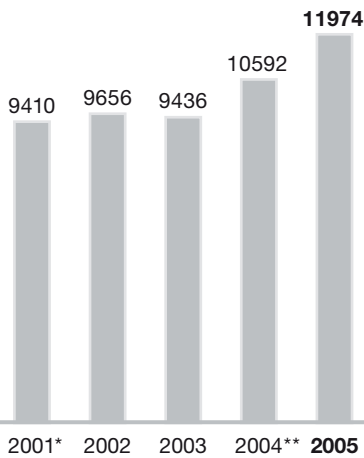
Mitarbeiter

zum 31.12. 2005



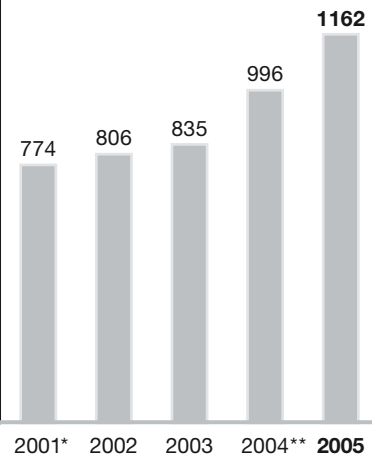
Umsatz

Angaben in Millionen Euro



Operativer Gewinn (EBIT)

Angaben in Millionen Euro

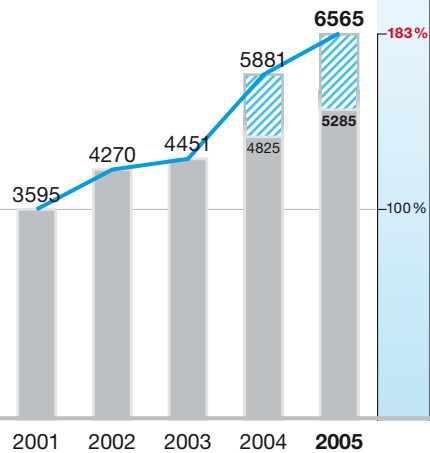


* fortgeführte Geschäfte

** 2004 restated: Die Vorjahreszahlen verändern sich durch rückwirkende Anwendung des Standards IFRS 2 (erfolgswirksame Berücksichtigung aktienbasierter Vergütung). Darüber hinaus werden versicherungsmathematische Gewinne/Verluste gemäß IAS 19 Tz. 93A mit dem Eigenkapital verrechnet. Auch dieser Standard wurde rückwirkend ab dem 1. Januar 2004 angewendet. 2004 vergleichbar: Bisher planmäßige Geschäftswertabschreibungen entfallen ab dem Geschäftsjahr 2005. Die Zahlen der Jahre 2001 bis 2004 wurden zur besseren Vergleichbarkeit angepasst. Hinzu kommen Bilanzierungsänderungen bei Ecolab Inc., St. Paul, Minnesota, USA, die im Jahr 2004 ebenfalls vergleichbar dargestellt werden. Weitere Informationen zur Veränderung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sind im Anhang des Geschäftsberichts 2005 auf den Seiten 69 und 70 veröffentlicht.

Produktionsmengen

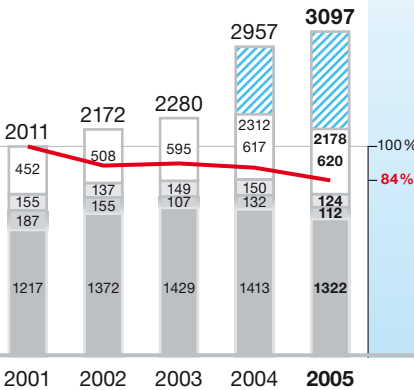
Angaben in Tausend Tonnen



Energiebedarf

Angaben in 1.000 Megawattstunden

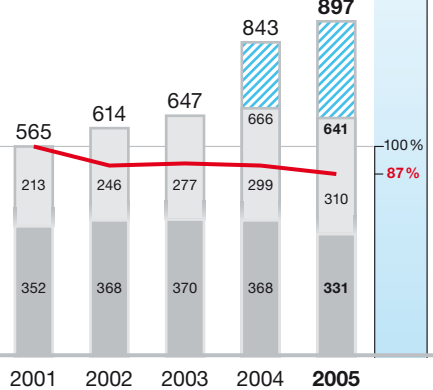
- fremdbezogene Energie
- Kohle
- Heizöl
- Gas



Kohlendioxid-Emissionen

Angaben in Tausend Tonnen

- Kohlendioxid-Emissionen aus fremdbezogener Energie
- eigene Kohlendioxid-Emissionen

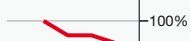


Unter „fremdbezogener Energie“ sind Strom, Dampf und Fernwärme erfasst, die außerhalb der Standorte erzeugt werden.

Das durch die Aktivitäten von Henkel freigesetzte Kohlendioxid entsteht fast ausschließlich bei der Energieerzeugung. Die angegebenen Werte beinhalten auch Kohlendioxid, das bei der Erzeugung von fremdbezogener Energie entstand und nicht an den Henkel-Standorten emittiert wurde. Dessen Abschätzung erfolgte mit Hilfe von anerkannten Faktoren.



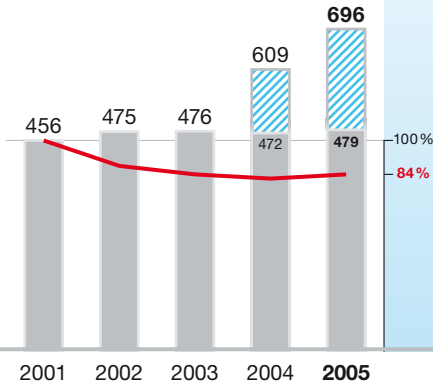
Um die Interpretation der Umweltkennzahlen zu erleichtern, ist der Anteil der akquirierten Unternehmen für die Jahre 2004 und 2005 schraffiert.



Die Index-Kurve auf den Grafiken stellt die Entwicklung der Kennzahlen im Vergleich zur Produktionsmenge (pro Tonne Produkt) dar. Sie umfasst die Akquisitionen. Basis für die Index-Kurve (=100 Prozent) ist das Jahr 2001.

Stickoxid-Emissionen

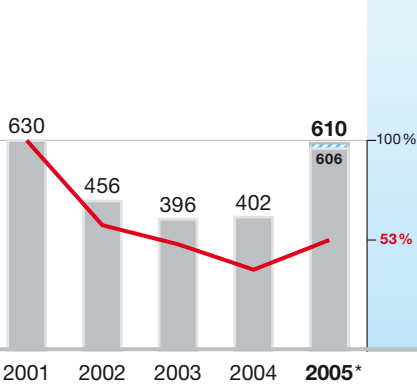
Angaben in Tonnen*



* Berechnet als Stickstoffdioxid

Schwefeldioxid-Emissionen

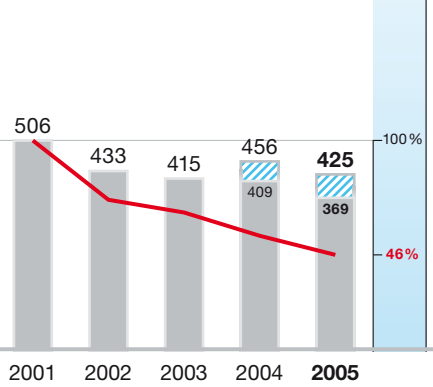
Angaben in Tonnen



* Bedingt durch Veränderungen im Brennstoff-Mix einzelner Standorte stiegen die Schwefeldioxid-Emissionen an.

Staub-Emissionen

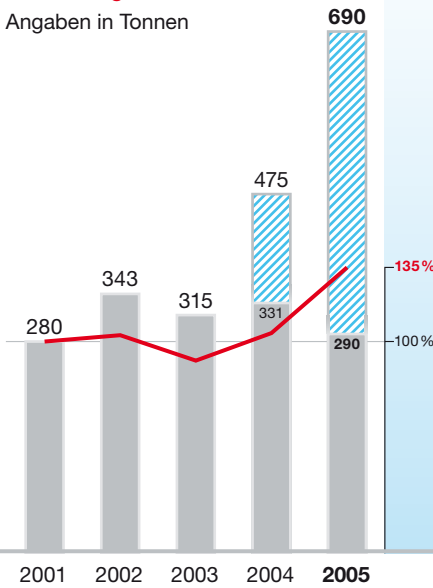
Angaben in Tonnen



Die Werte schließen Aerosole mit ein, da diese messtechnisch von Staub nur schwer zu unterscheiden sind.

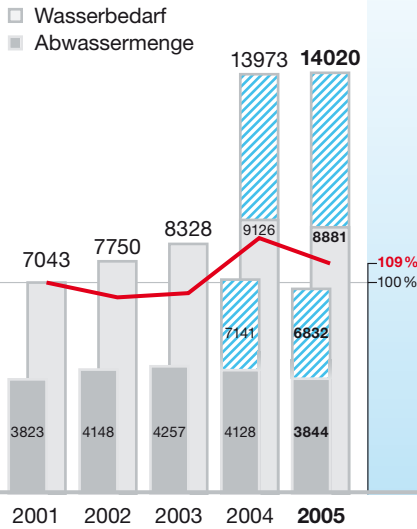
Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen

Angaben in Tonnen



Wasserbedarf und Abwassermenge

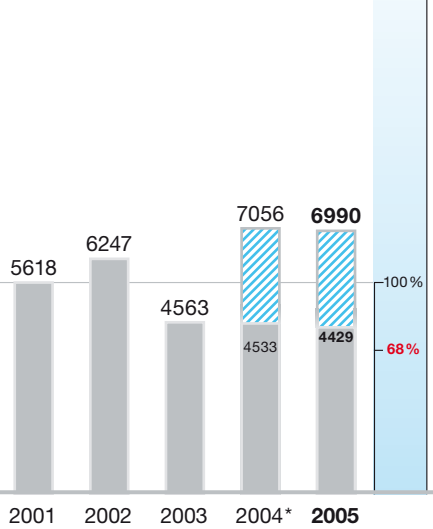
Angaben in Tausend Kubikmeter



Die Werte beinhalten fremdbezogenes und selbst gefördert Wasser. Hauptsächlich wird Brauchwasser eingesetzt. Da Verdunstungsverluste auftreten und Wasser auch in vielen Produkten enthalten ist, ergeben sich gegenüber dem Wasserbedarf geringere Abwassermengen.

CSB-Emissionen in das Abwasser

Angaben in Tonnen



Chemischer Sauerstoffbedarf (CSB): Maß für die Belastung von Abwässern mit organischen Stoffen.
* Im Rahmen der Datvalidierung wurde an einzelnen Standorten ein Fehler bei der Erfassung der CSB-Belastung identifiziert und rückwirkend geändert.



Um die Interpretation der Umweltkennzahlen zu erleichtern, ist der Anteil der akquirierten Unternehmen für die Jahre 2004 und 2005 schraffiert.

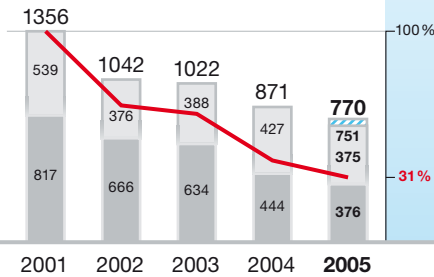


Die Index-Kurve auf den Grafiken stellt die Entwicklung der Kennzahlen im Vergleich zur Produktionsmenge (pro Tonne Produkt) dar. Sie umfasst die Akquisitionen. Basis für die Index-Kurve (=100 Prozent) ist das Jahr 2001.

Schwermetall-Emissionen im Abwasser

Angaben in Kilogramm

- Blei, Chrom, Kupfer, Nickel*
- Zink



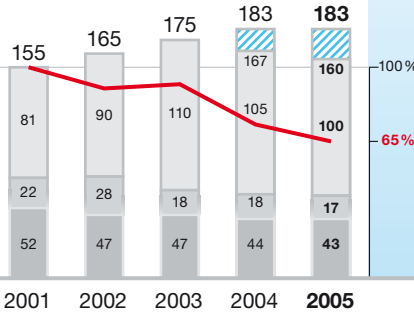
Da Zink bezüglich seines Einflusses auf die Umwelt im Allgemeinen weniger kritisch als die übrigen Schwermetalle zu bewerten ist, wird die Zinkfracht gesondert ausgewiesen.

* Besonders bedenkliche Schwermetalle wie Quecksilber und Cadmium sind nicht relevant.

Abfälle zur Wiederverwertung und Beseitigung

Angaben in Tausend Tonnen

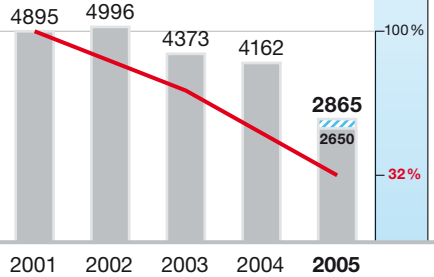
- Abfall zur Wiederverwertung
- gefährlicher Abfall zur Beseitigung
- Abfall zur Beseitigung



„Gefährlicher Abfall zur Beseitigung“ umfasst alle Abfallarten, die nach dem jeweiligen nationalen Recht als gefährlich eingestuft sind, und die in der Basler Konvention von 1989 aufgeführten gefährlichen Abfälle. Da in den einzelnen Ländern immer mehr Abfallarten als gefährlich eingestuft werden, ist es möglich, dass die Menge an „gefährlichem Abfall“ steigt, ohne dass sich die Abfallsituation von Henkel geändert hat.

Verbrauch von Chlorkohlenwasserstoffen

Angaben in Tonnen

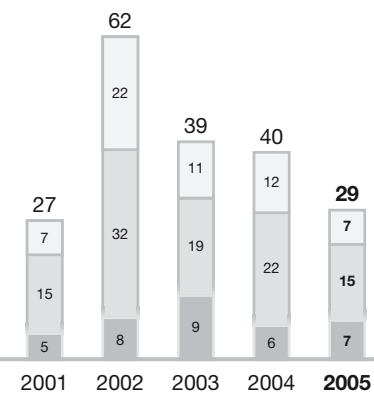


Bei der überwiegenden Menge an Chlorkohlenwasserstoffen handelt es sich um Dichlormethan, das in Großbritannien für Abbeizer eingesetzt wird.

Beschwerden aus der Nachbarschaft

Angaben in Zahl der Beschwerden

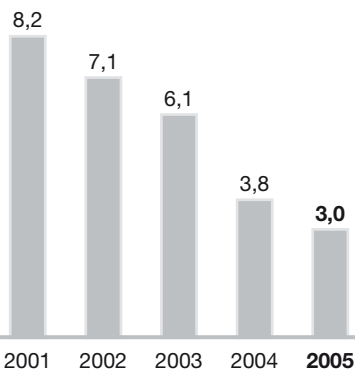
- Geruch
- Lärm
- Staub



Die Zahl der Standorte in der Datenerfassung stieg von 104 im Jahr 2001 auf 158 im Jahr 2005.

Arbeitsunfälle pro 1.000.000 Arbeitsstunden

Mindestens ein Ausfalltag*



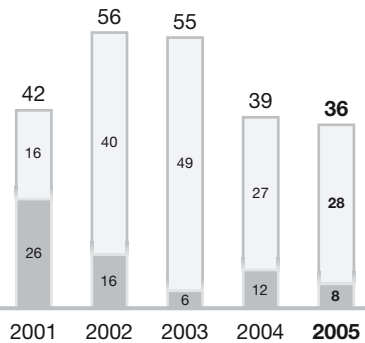
* ohne Wegeunfälle

92 Prozent der Henkel-Mitarbeiter wurden erfasst (ohne Mitarbeiter von externen Firmen, die an Henkel-Standorten arbeiten).

Schwere Arbeitsunfälle

Mehr als 50 Tage Ausfallzeit

- bei produktionsstypischer Tätigkeit
- bei der Fortbewegung, zum Beispiel Stolpern



Bis zum Jahr 2001 wurden die schweren Arbeitsunfälle nur an Produktionsstandorten erfasst. Seit 2002 werden sie über ein weltweit einheitliches Berichtssystem erhoben. Damit ist die Zahl der erfassten Mitarbeiter deutlich gestiegen.



Um die Interpretation der Umweltkennzahlen zu erleichtern, ist der Anteil der akquirierten Unternehmen für die Jahre 2004 und 2005 schraffiert.



Die Index-Kurve auf den Grafiken stellt die Entwicklung der Kennzahlen im Vergleich zur Produktionsmenge (pro Tonne Produkt) dar. Sie umfasst die Akquisitionen. Basis für die Index-Kurve (=100 Prozent) ist das Jahr 2001.

Langfristiges Ziel: Null Unfälle

Jeder Unfall ist ein Unfall zuviel. Daher hat Henkel im Jahr 2000 ein Konzernprogramm aufgelegt, um langfristig die Zahl der Arbeitsunfälle auf Null zu reduzieren. Als wichtiges Etappenziel wurde die Verringerung um 45 Prozent bis zum Jahr 2005 festgelegt. Mit 67 Prozent weniger Unfällen pro geleisteter Arbeitsstunde seit dem Jahr 2000 hat Henkel diese Vorgabe mehr als deutlich erreicht. Im nächsten Schritt soll die Zahl der Unfälle bis zum Jahr 2010 nochmals halbiert werden.

Weltweit im Fokus

Bedauerlicherweise ereigneten sich trotz der insgesamt sehr positiven Entwicklung der letzten Jahre im Jahr 2005 zwei tödliche Arbeitsunfälle. In beiden Fällen starben Mitarbeiter von externen Firmen, die an den Standorten für Henkel tätig waren.

Dies zeigt uns, dass weiterhin erhebliche Anstrengungen notwendig sind, insbesondere bei der Einbindung der an unseren Standorten tätigen externen Firmen und ihrer Mitarbeiter. Grundlage dafür sind die Information der Firmen und ihrer

Berichtsgrundlage Unfälle/Betriebsstörungen

Henkel berichtet offen über schwere Unfälle und Betriebsstörungen, sobald damit mindestens eine von vier Folgen verbunden ist:

- ▶ tödliche Verletzung eines Henkel-Mitarbeiters oder eines Mitarbeiters einer externen Firma, der im Auftrag eines Henkel-Unternehmens tätig war,
- ▶ Gefährdung von Nachbarschaft oder Umwelt,
- ▶ materieller Schaden von mehr als 50.000 Euro,
- ▶ erhebliche Reaktionen in der Öffentlichkeit.

Auch die daraus abgeleiteten Maßnahmen werden dargelegt.

Mitarbeiter über die Anforderungen von Henkel zur Arbeitssicherheit sowie die Kontrolle, ob diese eingehalten werden. Zusätzlich werden die Mitarbeiter beauftragter Firmen aber auch noch intensiver in vorhandene Schulungssysteme integriert beziehungsweise mit Hilfe gezielter Maßnahmen angesprochen. Um den Erfolg der Maßnahmen bewerten zu können, sollen die an Henkel-Standorten tätigen Mitarbeiter externer Firmen in die Berichterstattungssysteme für Unfälle mit Ausfalltagen integriert werden.

Schwere Unfälle und Betriebsstörungen

Ort	Unfall/Betriebsstörung	Maßnahmen
Tuzla, Türkei, 8.5.2005	Ein Mitarbeiter einer von Henkel beauftragten Firma stürzte bei Reinigungsarbeiten an einem Silo aus 10 Metern Höhe und erlitt dabei tödliche Verletzungen. Um sich die Arbeiten zu erleichtern, hatte er ein Gitterrostsegment aus dem Boden der Arbeitsplattform entfernt, durch das er später zu Boden stürzte.	Alle Standorte wurden über den Vorfall informiert und angewiesen, eigene Mitarbeiter wie auch die Mitarbeiter beauftragter Firmen regelmäßig und nachdrücklich auf die möglichen Konsequenzen von unsicherem Verhalten hinzuweisen. Bei Arbeitsplatzsicherheitsanalysen sollten auch unwahrscheinliche, aber nicht unmögliche Risiken betrachtet werden.
Engels, Russland, 6.10.2005	Ein Mitarbeiter einer von Henkel beauftragten Baufirma starb, als er von zusammen sackendem Erdboden in einer Baugrube begraben wurde. Der Arbeiter hatte sich in der Grube aufgehalten, obwohl dort die Arbeiten an einem neuen Kanalisationssystem vorübergehend eingestellt worden waren. Anhaltende Regenfälle hatten den Erdboden aufgeweicht.	Alle Standorte wurden über den Vorfall informiert und auf die Wichtigkeit hingewiesen, die Verantwortlichen beauftragter Firmen noch eingehender zur Einhaltung der Sicherheitsstandards aufzufordern und dies intensiv zu überwachen. Zusätzlich wurden weltweit die Werke über notwendige Sicherheitsmaßnahmen bei Arbeiten in Baugruben informiert.
Hemel Hempstead, Großbritannien, 11.12.2005	Der Großbrand des Buncefield-Treibstofflagers bei Hemel Hempstead verursachte am 400 Meter vom Unglücksort entfernt gelegenen Henkel-Standort glücklicherweise nur Sachschäden.	Während der knapp einwöchigen Evakuierung des Standorts und der folgenden Schadensbehebung wurden wichtige Funktionen und ein Teil der Mitarbeiter in andere Henkel-Standorte in der Nähe verlegt.

Ziele

Unternehmensziele

Durch anspruchsvolle Ziele und die ständige Verbesserung unserer Geschäftsprozesse erhöht Henkel den Unternehmenserfolg und trägt kontinuierlich zu einer nachhaltigen Entwicklung bei. Zunehmend veröffentlichen auch die Produktionsstätten eigene

Ziele. Über alle Ziele – und deren Umsetzungsstand – informiert Henkel im Internet. [i](#)

Henkel	●
Wasch-/Reinigungsmittel	●
Kosmetik/Körperpflege	●
Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker	●
Henkel Technologies	●

Ziele

Status

Ethik und Management

Weiterentwicklung des konzernweiten Managements für Sicherheit, Gesundheit, Umwelt und Qualität zu einem Managementsystem für Nachhaltigkeit bis Ende 2005	Erreicht: Der Code of Corporate Sustainability legt Grundsätze und Erwartungen zum nachhaltigen und gesellschaftlich verantwortlichen Wirtschaften dar. Er wird durch interne Standards konkretisiert. Seit Jahresbeginn 2006 sind die neuen SHE-Standards konzernweit in Kraft und werden bis Ende 2006 umgesetzt (siehe Seite 6)	●
Entwicklung einheitlicher Nachhaltigkeitskriterien zur Integration in die konzernweiten Beschaffungsprozesse bis Ende 2005	Erreicht: Nachhaltigkeitskriterien sowie ein darauf aufbauender Fragebogen wurden entwickelt und 2005 in einem ersten Pilotprojekt bei europäischen Zulieferern getestet. Der weitere Roll-out ist 2006 geplant	●
Weiterentwicklung tierversuchsfreier Prüfmethode	Alternative Methoden werden bereits seit langem angewandt soweit gesetzlich zulässig; Beteiligung an unternehmensübergreifenden Programmen, um noch effektiver an der Erforschung und Etablierung weiterer Testmethoden zu arbeiten (siehe auch Seite 15)	●
Vorbereitung der Produktsicherheitssysteme auf das neue Zulassungssystem für Chemikalien (REACH) in der Europäischen Union	Im Rahmen eines Konzern-Projekts (mit Schwerpunkt Europa) wurden Prozesse implementiert, die eine systematische Bewertung von Produktinhaltsstoffen hinsichtlich der Anforderungen durch REACH ermöglichen. Damit können diese – soweit heute bekannt – in die bestehenden Verfahren im Unternehmen integriert werden	●
Weltweite Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme des Unternehmensbereichs Wasch-/Reinigungsmittel nach internationalen Standards	25 Standorte in Europa, Afrika/Naher Osten und Asien zertifiziert; weitere in Vorbereitung	●
Weltweite Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme des Unternehmensbereichs Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker nach internationalen Standards	16 Standorte in Europa, Südamerika und Asien zertifiziert; weitere in Vorbereitung	●
Weltweite Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme des Unternehmensbereichs Henkel Technologies nach internationalen Standards	52 Produktionsstandorte weltweit zertifiziert; weitere in Vorbereitung	●

Gesellschaftliches Engagement

Internationaler Roll-out der Mitarbeiter-Initiative „Miteinander im Team“ (MIT) bis Ende 2005	Erreicht: Henkel-Mitarbeiter in mehr als 52 Unternehmen von Henkel betreuen 966 lokale und internationale MIT-Projekte allein im Jahr 2005	●
Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Permanente Weiterentwicklung und Ausbau der Angebote für die Mitarbeiter	Auszeichnung als familienfreundliches Unternehmen in Deutschland. Verschiedene Maßnahmen an deutschen wie auch internationalen Standorten (siehe Beispiele auf Seite 26)	●

Mitarbeiter und Arbeitsplätze

Langfristiges Ziel: Null Arbeitsunfälle. Neues Zwischenziel bis Ende 2010: Reduzierung um 50 Prozent	Basisjahr 2005: 3,0 Arbeitsunfälle pro 1.000.000 Arbeitsstunden	●
Kontinuierliche Verbesserung der Unternehmenskultur auf Grundlage regelmäßiger und systematischer Mitarbeiterbefragungen. Langfristiges Ziel ist es, in allen Dimensionen der Unternehmenskultur mindestens zu den besten 25 Prozent der Unternehmen zu gehören	Langfristiges Ziel (siehe Seite 26)	●

Nachhaltige Produkte und Ressourceneffizienz

Entwicklung eines Nachhaltigkeits-Checks für neue Produktkategorien	Kriterienkatalog wurde entwickelt. Im nächsten Schritt werden die Messgrößen für die Einzelkriterien definiert und auf Umsetzbarkeit geprüft	●
Europäischer Roll-out des Internetportals TheoPrax, um der interessierten Öffentlichkeit und Fachleuten fundierte Informationen rund um die Themen Waschen, Spülen und Reinigen zu bieten	Projektbeginn wurde vorläufig zurückgestellt	●
Kontinuierliche Innovationen im Hinblick auf leichtere Anwendung, höhere Leistung und geringere Dosiermengen als Beitrag zur effizienten Nutzung von Ressourcen und Verringerung der Gewässerbelastungen	Ständiges Ziel: siehe Seiten 16 und 17	●
Systematische Bewertung der Umweltverträglichkeit von Kosmetik-Rohstoffen	Für mengenmäßig wichtige Stoffe liegen Bewertungen vor und fließen in die Produktbewertungen ein; sukzessive Ausdehnung auf alle Alt- und Neustoffe in Arbeit	●
Kontinuierliche Weiterentwicklung von Hautmodellen zur Wirksamkeitsprüfung von Produkten für die Erhöhung des Verbrauchernutzens	Produktinnovationen bei Gesichtspflege erfolgreich im Markt eingeführt; ein aktuelles Beispiel ist Diadermine Wrinkle Expert	●
Verwendung nachwachsender Rohstoffe auf bevorzugt pflanzlicher Basis	Ständiges Ziel; siehe Seite 10 und 19	●
Ressourcen- und umweltschonende Produktion durch Umsetzung der neuesten technischen Verfahren	Ständiges Ziel: An einigen Standorten Programme zur Verringerung des Energie- und Wasserverbrauchs sowie des Abfallaufkommens umgesetzt	●
Steigerung des Anteils „sehr emissionsarmer“ Dispersionsklebstoffe für Bodenbelag mit Gütesiegel EMICODE EC1 auf 90 Prozent bis Ende 2005 als Beitrag zum Umwelt- und Gesundheitsschutz	Nicht erreicht: Angesichts eines in den letzten Jahren sehr schwierigen Marktumfelds konnte der Anteil der Produkte mit EMICODE EC1 nur auf 71 Prozent gesteigert werden	●
Ersatz stark lösemittelhaltiger Parkettklebstoffe durch emissionsarme Alternativen als Beitrag zum Umwelt- und Gesundheitsschutz	Erfolgreiche Einführung von zwei Parkettklebstoffen auf innovativer Silanbasis – Thomsit P 685 und Thomsit P 690 – ersetzt in Deutschland fast 30 Prozent der lösemittelhaltigen Parkettklebstoffe	●
Kontinuierliche Optimierung der gesamten Produktpalette nach Sicherheits-, Gesundheits- und Umweltaspekten	Ständiges Ziel: siehe Beispiele auf Seiten 20 und 21	●
Ausweitung des Markts für besonders leichte und ergiebige Fliesenkleber und Übertragung der Technologie auf andere Produktgruppen als Beitrag zur Ressourceneffizienz	Technologie auch bei Bodenausgleichsmassen in Deutschland eingeführt. Roll-out in weitere Länder sowie Technologietransfer auf weitere Produktgruppen in Arbeit	●
Entwicklung PVC-freier Beschichtungs- und Dichtsysteme für Automobilkarosserien	Erreicht: Erste PVC-freie Beschichtungs- und Dichtsysteme mit lärmdämpfenden Eigenschaften bei Kunden eingeführt	●
Eliminierung von bleihaltigen Lötpasten in der Elektronikindustrie als Beitrag zum Umweltschutz	Der Anteil bleifreier Produkte an den verkauften Lötpasten wurde von 5 Prozent im Jahr 2004 auf mehr als 50 Prozent im letzten Quartal 2005 gesteigert	●
Elimination von Nickel aus Spülwässern bei der Karosserievorbehandlung in der Automobilindustrie als Beitrag zum Gewässerschutz	Erste Produktionsanlagen in Europa umgestellt; Technologie weiterentwickelt, um auch andere Schwermetalle zu eliminieren; erfolgreiche Durchführung von Machbarkeitsstudien mit Pilotanlagen bei verschiedenen europäischen Automobilherstellern	●
Entwicklung von hochreinen Kleb- und Dichtstoffen für Brennstoffzellen als Beitrag zur Entwicklung „sauberer“ Energiequellen	Anforderungsprofile mit Brennstoffzellenherstellern erstellt; erste Prototypen bei potenziellen Kunden im Test	●
Entwicklung innovativer Leichtbau-Verbundwerkstoffe für die Luftfahrtindustrie, die zu verringerten Treibstoffverbräuchen beitragen	Die von Henkel entwickelten Technologien werden von potenziellen Kunden positiv bewertet. Sie werden weiter getestet	●
Entwicklung und Vermarktung biologisch abbaubarer Wasserbehandlungsprodukte für Kühl- und Prozesswasserkreisläufe in Kraftwerken und Raffinerien	Produkte wurden entwickelt und werden in ersten Kühlwasserkreisläufen von Kraftwerken erfolgreich eingesetzt	●
Entwicklung von maßgeschneiderten Systemlösungen für Technologien zur Nutzung erneuerbarer Ressourcen als Beitrag zur Entwicklung „sauberer“ Energiequellen	Dichtstoffe für Windturbinen und Reiniger für die Formen von Rotorblättern erfolgreich im Markt etabliert	●

Externe Bewertungen

Die führende Rolle von Henkel im nachhaltigen und gesellschaftlich verantwortlichen Wirtschaften wird auch durch internationale Ratingagenturen und Nachhaltigkeitsanalysten bestätigt.



Zürich/New York: Henkel wurde im Jahr 2005 erneut als eines der führenden Unternehmen in den Sektor „Nondurable Household Products“ des europäischen Dow Jones Sustainability Index „DJSI STOXX“ aufgenommen. Aus dem „DJSI World“ wurde Henkel 2005 gelöscht. Nach Umstrukturierung der Sektoren durch Dow Jones ist nur noch ein Unternehmen im Sektor „Nondurable Household Products“ des „DJSI World“ vertreten. [i](#)



London: Bereits zum fünften Mal in Folge ist Henkel im internationalen Ethik-Index FTSE4Good. [i](#)



Brüssel: In dem im Jahr 2002 aufgelegten Sustainability Index der belgischen Ratingagentur Ethibel ist Henkel als einer der beiden Branchenführer weiter vertreten. [i](#)



Paris: Im europäischen Nachhaltigkeitsindex ASPI Eurozone der französischen Ratingagentur VIGEO ist Henkel seit 2001. [i](#)



Mailand: Seit dem Jahr 2002 ist die Henkel-Aktie im Ethical Index Global des italienischen Finanzdienstleisters E. Capital Partners aufgenommen. [i](#)



SARASIN

Basel: Im September 2005 hat die Bank Sarasin das Nachhaltigkeitsprofil von Henkel aktualisiert und das Rating mit der besten Stufe („Hoch“) bestätigt. [i](#)



München: Henkel ist beim „Corporate Responsibility Rating“ der oekom research AG im Mai 2004 als nachhaltigstes Unternehmen seiner Branche ausgezeichnet worden. [i](#)

Nachhaltigkeitsranking der DAX 30-Unternehmen

Henkel belegt Platz 1 im zweiten Nachhaltigkeitsranking der größten Unternehmen im Deutschen Aktienindex (DAX 30). Das Ranking wurde von der Sustainable Investment Research Agentur scoris im Juni 2005 veröffentlicht. Grundlage des Rankings war eine vergleichende Analyse in den sieben Bereichen ethisches Geschäftsgebaren, gesellschaftliches Engagement, Unternehmensführung und Kontrolle, Kunden und Qualität, Mitarbeiter, Umwelt sowie Menschenrechte und Lieferanten. Henkel erhielt insgesamt 82,1 von 100 möglichen Punkten. [i](#)

Beste Noten für den Nachhaltigkeitsbericht

Im Februar 2005 wurde der Henkel-Nachhaltigkeitsbericht 2003 von future e.V. und dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung sowie dem Wirtschaftsmagazin Capital als bester deutscher Nachhaltigkeitsbericht ausgezeichnet.

Die Qualität der Henkel-Nachhaltigkeitsberichte wurde im September 2005 ebenfalls vom Global Stakeholder Report der Kommunikationsagentur Pleon bestätigt. Unter den in der Berichterstattung als führend genannten Unternehmen hat Henkel als bestes deutsches Unternehmen den vierten Platz belegt. [i](#)

Sozial-ökologischer Unternehmenstest bei Vollwaschmitteln

Im Rahmen einer im Auftrag der Stiftung Warentest durchgeführten Pilotstudie in Deutschland wurden soziale und ökologische Aspekte der Herstellung von Vollwaschmitteln von 15 Anbietern analysiert. Die Testergebnisse wurden im Februar 2005 veröffentlicht. Bei der Unternehmensverantwortung – zusammengesetzt aus der Unternehmenspolitik, dem Umgang mit Beschäftigten, dem Umweltschutz und der Produktentwicklung – erhielt Henkel als einziger Hersteller die Bestnote „sehr stark engagiert“ für Soziales und Umwelt.

Vision und Werte

Henkel ist führend mit Marken und Technologien, die das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen.



Wir sind kundenorientiert.



Wir entwickeln führende Marken und Technologien.



Wir stehen für exzellente Qualität.



Wir legen unseren Fokus auf Innovationen.



Wir verstehen Veränderungen als Chance.



Wir sind erfolgreich durch unsere Mitarbeiter.



Wir orientieren uns am Shareholder Value.




Wir wirtschaften nachhaltig und gesellschaftlich verantwortlich.



Wir verfolgen eine aktive und offene Informationspolitik.



Wir wahren die Tradition eines offenen Familienunternehmens. 

Impressum

Herausgeber: Henkel KGaA, 40191 Düsseldorf
© 2006 Henkel KGaA

Redaktion und Koordination: R & D and Sustainability Communications: Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Wolfgang Zengerling; Corporate SHE and Product Safety: Dr. Michael Bahn, Uwe Bergmann, Dr. Norbert Fedtke, Christine Schneider, Marta Zak
Design: Kuhn, Kammann & Kuhn AG, Köln

Satz: workstation gmbh, Bonn

Fotos: Christian Buck, Andreas Fechner, Steffen Hauser, Phillip Hympehdahl, Wilfried Wolter, Henkel

Herstellung: medialogik GmbH, Karlsruhe

PR: 03 06 16.000, ISBN: 3-923324-01-4



Der Nachhaltigkeitsbericht ist gedruckt auf Arctic Volume-Papier der Firma Munkendahl. Das Papier ist aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Es besteht aus zertifizierter Holzfasern, die aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammt und nach den Regeln des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert ist. Buchbinderische Verarbeitung recyclinggerecht mit Purnelt MicroEmission für höchste Standards im Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie Umschlagveredelung mit wasserbasierten Liofol-Kaschierklebstoffen von Henkel. Die Druckfarben enthalten keine Schwermetalle.

steht aus zertifizierter Holzfasern, die aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammt und nach den Regeln des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert ist. Buchbinderische Verarbeitung recyclinggerecht mit Purnelt MicroEmission für höchste Standards im Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie Umschlagveredelung mit wasserbasierten Liofol-Kaschierklebstoffen von Henkel. Die Druckfarben enthalten keine Schwermetalle.

Alle Produktnamen sind geschützte Marken der Henkel KGaA, Düsseldorf, oder der mit ihr Verbundenen Unternehmen.

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Mitarbeiter, Aktionäre, Kunden, Teilnehmer und Manager sind als geschlechtsneutral anzusehen.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel KGaA beruhen. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Henkel KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, zum Beispiel das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung.

Weitere Informationen

R & D and Sustainability Communications

Telefon: + 49 (0)211-797-9336

Fax: + 49 (0)211-798-5598

E-Mail: wolfgang.zengerling@henkel.com

Sustainability Reporting & Stakeholder Dialogue

Telefon: + 49 (0)211-797-3680

Fax: + 49 (0)211-798-9393

E-Mail: uwe.bergmann@henkel.com

Investor Relations

Telefon: + 49 (0)211-797-3937

Fax: + 49 (0)211-798-2863

E-Mail: oliver.luckenbach@henkel.com

Corporate Citizenship

Telefon: + 49 (0)211-797-6899

Fax: + 49 (0)211-798-4040

E-Mail: kai.von-bargen@henkel.com

Henkel im Internet

www.henkel.de

www.sd.henkel.de

www.ir.henkel.de

www.henkel-smile.de



Responsible Care®



Henkel

A Brand like a friend