

Henkel
A Brand like a Friend

Inhalt

Nachhaltigkeitsbilanz 2000 bis 2004

Umweltkennzahlen pro Tonne Produktionsmenge*

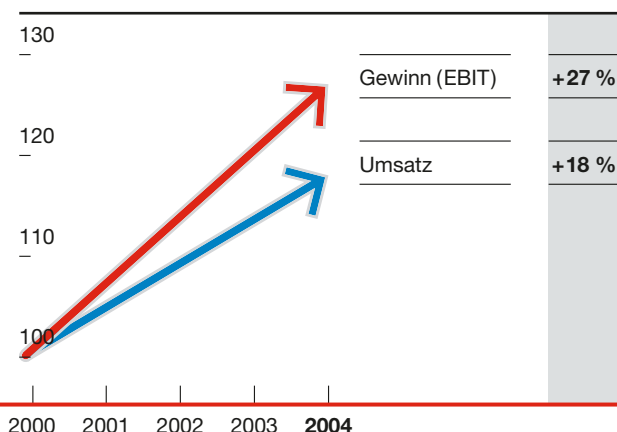
Schwefeldioxid	-59 %	↘
Arbeitsunfälle	-56 %	↘
Schwermetalle	-52 %	↘
Wasser	-28 %	↘
Energie	-13 %	↘
Flüchtige organische Verbindungen	-12 %	↘
Kohlendioxid	-12 %	↘
Abwasserbelastung	-9 %	↘
Abfälle	-7 %	↘

* Arbeitsunfälle pro 200.000 Arbeitsstunden

Dargestellt ist die Entwicklung auf Basis der fortgeführten Geschäfte.

Geschäftsentwicklung 2000 bis 2004

Angaben in Prozent, Index: 2000



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 einer offenen Familiengesellschaft. ⓘ

Weiterführende Informationen im Internet

An vielen Stellen des vorliegenden Berichts weist das Symbol ⓘ auf vertiefende Informationen im Internet hin. Zusätzlich sind im Internet ausführlichere Versionen der Expertenstatements aus diesem Bericht veröffentlicht sowie ein Index, der auf die Berichtselemente und Indikatoren der Global Reporting Initiative (GRI) im aktuellen Nachhaltigkeits- und Geschäftsbericht sowie im Internet verweist. Auf folgender Internet-Seite sind alle Links zusammengefasst: www.sd.henkel.de

Vorwort 1

Henkel kurz gefasst 2

Management 3

Produktsicherheit 8

Marken und Technologien 10

Wasch-/Reinigungsmittel 10

Kosmetik/Körperpflege 12

Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker 14

Henkel Technologies 16

Gesellschaftliches Engagement 18

Mitarbeiter 20

Regionen 23

Europa 28

Afrika/Naher Osten 29

Asien/Pazifik 30

Amerika 31

Kennzahlen 32

Ziele 37

Dialog 40

Impressum

Kontakt

Statements und Länderporträts

USA, Indien, Brasilien, Deutschland, Russland

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



Globale Herausforderungen – lokale Verantwortung

Nachhaltige Entwicklung ist eine globale Herausforderung. Gleichzeitig kann eine nachhaltige Entwicklung nur erreicht werden, wenn jeder einzelne auch auf lokaler Ebene nachhaltig und gesellschaftlich verantwortlich handelt. Das gilt natürlich auch für uns als weltweit tätiges Unternehmen.

Wir haben uns in unseren Werten verpflichtet, nachhaltig und gesellschaftlich verantwortlich zu wirtschaften. Wo immer Henkel tätig ist, übernehmen wir Verantwortung. Unser Wertbeitrag sind unsere Produkte und Technologien, mit denen wir das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen wollen – für eine lebenswerte Welt heute und auch morgen.

Dieses gegenüber der Gesellschaft verantwortliche Handeln kann nicht allein durch unser eigenes Tun gelingen, sondern nur in Kooperation mit unseren Kunden und Lieferanten sowie mit allen gesellschaftlichen Gruppen. Es gilt dabei die Verpflichtung, ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Ziele im Einklang zu erreichen.

Wertvorstellungen, Verhaltensweisen, Erwartungen und Bedürfnisse der Menschen in den einzelnen Ländern und Märkten sind unterschiedlich. Dem tragen unsere Mitarbeiter in allen Regionen

durch ihr verantwortliches Handeln Rechnung. Denn zukunftsfähige Lösungen können nur im Dialog mit den jeweiligen gesellschaftlichen Gruppen vor Ort gefunden werden. Darüber hinaus stehen wir zusätzlich im Dialog mit externen Nachhaltigkeitsexperten. Fünf von ihnen haben wir gebeten darzustellen, welche Herausforderungen sie in ihren Ländern und Regionen sowie für ein Unternehmen wie Henkel sehen. Damit unterstützen sie uns bei unserem Bemühen, gemeinsam auf regionale und lokale Anforderungen einzugehen. Die Aussagen der Experten lesen Sie in diesem Bericht.

Henkel ist Teil der Gesellschaft und sieht sich als „guter Bürger“. Wir engagieren uns über die Geschäftstätigkeiten hinaus mit vielfältigen sozialen Aktivitäten. Und auch in Fällen dringender Not helfen wir. So haben wir für die Überlebenden des schweren Seebebens im indischen Ozean umgehend Geld- und Sachspenden in Höhe von einer Million Euro bereitgestellt. Die wurden und werden von Henkel-Mitarbeitern in den betroffenen Ländern schnell und unbürokratisch verteilt.

Wir nehmen die globale Herausforderung an und handeln lokal.

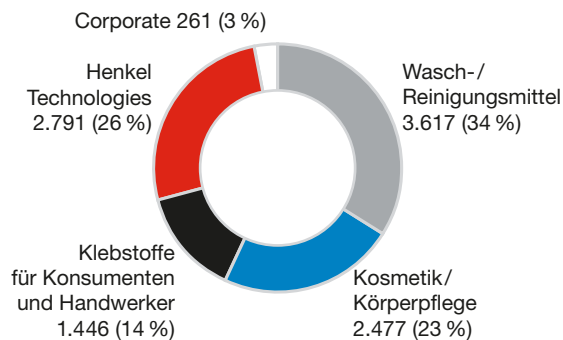
Prof. Dr. Ulrich Lehner
Vorsitzender der Geschäftsführung
der Henkel KGaA

Dr. Wolfgang Gawrisch
Ressortleiter Forschung/Technologie
Vorsitzender Sustainability Council

Henkel kurz gefasst

Umsatz 2004 nach Unternehmensbereichen

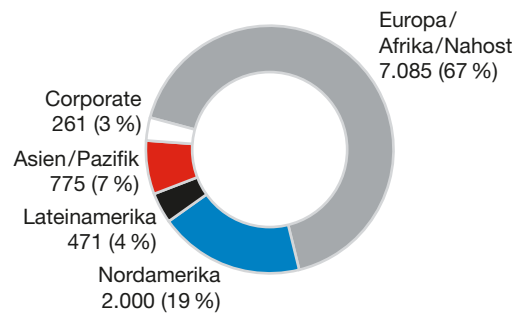
Angaben in Millionen Euro



Gesamtumsatz 10.592 (100 %)

Umsatz 2004 nach Regionen

Nach Sitz der Gesellschaften/Angaben in Millionen Euro



Gesamtumsatz 10.592 (100 %)

Die Henkel-Gruppe ist aktiv in den 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 der Henkel-Gruppe wiederum in vier weltweit tätige Unternehmensbereiche gegliedert:

- ▶ Wasch-/Reinigungsmittel,
- ▶ Kosmetik/Körperpflege,
- ▶ Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker,
- ▶ Henkel Technologies.

Menschen in 125 Ländern der Welt vertrauen Marken und Technologien von Henkel. Im Jahr 2004 erzielte die Henkel-Gruppe einen Umsatz von 10,592 Milliarden Euro. 71 Prozent des Umsatzes kommen aus dem Markenartikelgeschäft und 26 Prozent aus dem Industriegeschäft.

Führungsgesellschaft ist die Henkel KGaA mit Sitz in Düsseldorf. Henkel-Vorzugsaktien werden seit 1985 an allen deutschen Börsen gehandelt, Stammaktien seit 1996.

Weltweit beschäftigt die Henkel-Gruppe 51.200 Mitarbeiter, davon 40.398 außerhalb Deutschlands. Hier arbeiten 10.802 Mitarbeiter (rund 21 Prozent).

Drei Geschäftsfelder, vier Unternehmensbereiche



Qualität und Innovationen

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

Henkel ist seit mehr als 128 Jahren stetig auf der Suche nach neuen und innovativen Produkten und Technologien. Im Berichtsjahr 2004 investierte Henkel 272 Millionen Euro in Forschung und Entwicklung. Dies entspricht einem Anteil am Umsatz von 2,6 Prozent. Unsere Naturwissenschaftler und Ingenieure legen mit ihren Arbeiten heute die Basis für den Geschäftserfolg von morgen und bilden die Grundlagen für „Qualität weltweit“. 

» Vertrauen ist schwer zu gewinnen – aber schnell wieder verspielt. «



» Dies gilt in besonderem Maße für Unternehmen mit starken Produktlinien in den Bereichen Wasch-/Reinigungsmittel und Körperpflege: Hier herrscht enormer Wettbewerb, die Produktauswahl ist groß, und der Ruf eines Unternehmens ist der entscheidende Faktor für die Kundentreue. In den nächsten zehn Jahren werden sich diese Unternehmen mit einigen Schlüsselthemen, die im US-Geschäft von besonderer Bedeutung sind, verstärkt auseinandersetzen müssen:

- **Transparenz:** Erwartungen und Pflichten hinsichtlich der Veröffentlichung von Informationen, die über die reinen Finanzdaten hinausgehen, werden wachsen; über Umweltfragen hinaus werden dabei auch soziale, wirtschaftliche und Führungsaspekte im Unternehmen eine Rolle spielen.
- **Produktsicherheit:** Ein Dauerthema bei Chemie- und Gesundheitsprodukten. Hier hat es in der Vergangenheit immer wieder plötzliche und unvorhergesehene Entwicklungen gegeben.
- **Arbeitsplatzqualität und -sicherheit:** Unternehmen, die es mit der Förderung ihres „menschlichen Kapitals“ ernst meinen, müssen Worten Taten folgen lassen.

Dazu gehören Aus- und Weiterbildung, angemessene Gehälter, Gewinnbeteiligungen und weitere Maßnahmen, sowohl um Verantwortung des Unternehmens wahrzunehmen als auch Wettbewerbsvorteile zu erzielen, zum Beispiel wenn es darum geht, Spitzenmitarbeiter zu gewinnen, zu fördern und auf Dauer zu halten.

- **Wechsel von produkt- zu servicebasierten Geschäftsmodellen:** Serviceorientierte Geschäftsmodelle, in denen Wissen physischen Input ersetzt, weisen den Weg in Richtung „Dematerialisierung“ der Produktion sowohl von Industrie- also auch von Konsumgütern.
- **Die „Millennium Development Goals“ der Vereinten Nationen*:** Unternehmen sollten sich fragen, ob das, was sie produzieren – und wie sie produzieren – zur Erreichung dieser Ziele im nationalen und weltweiten Kontext beiträgt. «

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



* www.un.org/millenniumgoals

Henkel in den USA

In den US-amerikanischen Markt trat Henkel 1960 mit der Akquisition von Standard Chemical Products, Inc. ein. Strategische Partnerschaften ab den 1970er Jahren mit der Clorox Company und später mit Ecolab und Loctite führten zu Beteiligungen an diesen Unternehmen und zur Übernahme von Loctite 1997.

Durch den Erwerb der Dial Corporation im Jahr 2004, der größten Akquisition in der Firmengeschichte, sowie von Advanced Research Laboratories (ARL), Orbseal und Sovereign Specialty Chemicals stellte sich die Henkel-Gruppe in den USA neu auf.

Standorte

Unternehmen der Henkel-Gruppe betreiben heute 33 Produktionsstandorte in den USA. Sitz der Henkel Corporation ist Gulph Mills, Pennsylvania. Die Dial Corporation betreibt die Geschäfte von Scottsdale, Arizona, aus.

Mitarbeiter

In den USA beschäftigt die Henkel-Gruppe 6.196 Mitarbeiter.

Umsatz 2004

Im Jahr 2004 erzielte die Henkel-Gruppe in den USA einen Umsatz von 1.891 Millionen Euro.

Die wichtigsten Marken

- ▶ **Wasch-/Reinigungsmittel:** Purex, Renuzit
- ▶ **Kosmetik/Körperpflege:**
Citré Shine, DEP, Dial, göt2b, L.A. Looks, Tone
- ▶ **Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker:**
Duck, Loctite
- ▶ **Henkel Technologies:**
Bonderite, Hysol, Liofol, Loctite
- ▶ **Nahrungsmittel:** Armour

Weitere Informationen

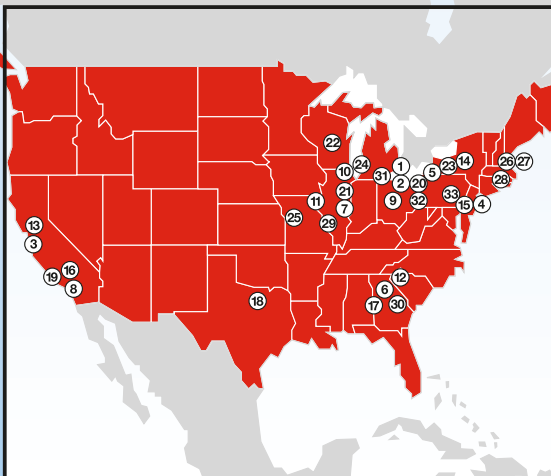
www.henkel.us



göt2b™



LOCTITE Bonderite



Akron, Ohio	①	Lewisville, Texas	⑱
Avon, Ohio	②	Los Angeles, California	⑲
Bay Point, California	③	Mentor, Ohio	⑳
Brooklyn, New York	④	Montgomery, Illinois	㉑
Buffalo, New York	⑤	Oak Creek, Wisconsin	㉒
Calhoun, Georgia	⑥	Olean, New York	㉓
Carol Stream, Illinois	⑦	Plainfield, Illinois	㉔
City of Industry, California	⑧	Richmond, Missouri	㉕
Delaware, Ohio	⑨	Seabrook West, New Hampshire	㉖
Elgin, Illinois	⑩	Seabrook East, New Hampshire	㉗
Fort Madison, Iowa	⑪	South Easton, Massachusetts	㉘
Greenville, South Carolina	⑫	St. Louis, Missouri	㉙
Hayward, California	⑬	Tucker, Georgia	⑳
Homer, New York	⑭	Warren, Michigan	㉑
Kimberton, Pennsylvania	⑮	Warrensville Heights, Ohio	㉒
Laguna Hills, California	⑯	West Hazelton, Pennsylvania	㉓
La Grange, Georgia	⑰		

Management

- ▶ **Nachhaltigkeit: globale Herausforderungen – regionale Prioritäten**
- ▶ **Code of Corporate Sustainability:
Verhaltensregeln zum nachhaltigen Wirtschaften**
- ▶ **Externe Bewertungen: Rating-Ergebnisse im Überblick**

Globale Herausforderungen – regionale Prioritäten

Mit seinen Wasch- und Reinigungsmitteln, Kosmetik- und Körperpflegeprodukten, Kleb- und Dichtstoffen sowie Oberflächentechnik ist Henkel in 125 Ländern aktiv. Dabei wird von Henkel erwartet, für seine weltweiten Aktivitäten Verantwortung zu übernehmen und einheitlichen Standards zu folgen. Gleichzeitig steht die Henkel-Gruppe in den verschiedenen Regionen und Geschäftsfeldern sehr unterschiedlichen gesellschaftlichen Herausforderungen und lokalen Prioritäten gegenüber.

Weltweite Standards

Um weltweit erfolgreich wirtschaften zu können, hat Henkel ein einheitliches Wertesystem geschaffen, das die mehr als 50.000 Mitarbeiter in allen Kulturen verbindet. Bestandteil der zehn grundlegenden Werte ist die Verpflichtung von Henkel, nachhaltig und gesellschaftlich verantwortlich zu wirtschaften. Ergänzt wird das Wertesystem durch eine Reihe von Verhaltensregeln mit konkreten Vorgaben für das tägliche Handeln sowie weltweit gültigen Unternehmensstandards.

Gemeinsame Umsetzung

Als gemeinsame gesellschaftliche Aufgabe können zukunftsfähige Lösungen für ein nachhaltiges Wirtschaften nur im Dialog mit allen gesellschaftlichen Gruppen gefunden werden. Die Interessen der unterschiedlichen Anspruchsgruppen müssen von Fall zu Fall abgewogen und kontinuierlich neu bewertet werden. Entscheidend sind dabei die Unter-

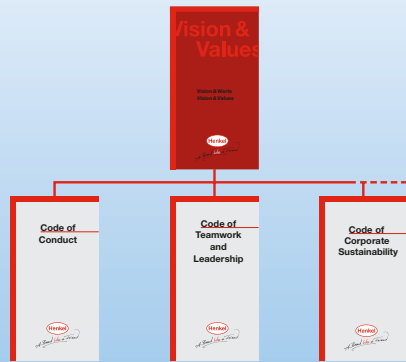
Regionale Perspektiven

Um auf regionale Herausforderungen und Prioritäten für eine nachhaltige Entwicklung eingehen zu können, sucht Henkel den Dialog mit Anspruchsgruppen und Experten vor Ort. Für diesen Bericht hat Henkel fünf Nachhaltigkeitsexperten aus Brasilien, Deutschland, Indien, Russland und den USA gebeten, darzustellen, welche Herausforderungen sie in ihren Ländern und Regionen für Henkel sehen. Damit knüpft Henkel zum einen an die Stellungnahmen von Mitarbeitern, Kunden und Kooperationspartnern an, die in den letzten Jahren veröffentlicht wurden. Zum anderen zeigen die Stellungnahmen die Unterschiede und Gemeinsamkeiten in den Erwartungen der Anspruchsgruppen auf. Verantwortungsbewusste Unternehmen müssen sich diesen Erwartungen stellen. Wie Henkel auf die verschiedenen regionalen und globalen Herausforderungen eingeht, zeigen die Beispiele in diesem Bericht.

nehmensbereiche sowie die regional und lokal Verantwortlichen, die im Rahmen der weltweiten Standards handelnd für die Umsetzung zuständig sind.

Vision & Werte

In allen Geschäftsfeldern und Kulturen, in denen Henkel tätig ist, bilden die Vision des Unternehmens und die davon abgeleiteten Werte die Orientierungsgrundlage für das Verhalten und Handeln



In einer Broschüren-Reihe hat Henkel seine Vision und Werte sowie Verhaltensregeln für alle Mitarbeiter festgelegt. Im Code of Corporate Sustainability sind zum Beispiel die Grundsätze zum nachhaltigen Wirtschaften festgelegt. 

Die Unternehmenswerte werden beispielsweise weltweit in den Mitarbeiterzeitungen kommuniziert.



der Henkel-Mitarbeiter. Sie sind Ausdruck der Unternehmenskultur von Henkel und folgen den Prinzipien des nachhaltigen Wirtschaftens. Um die Unternehmenswerte stärker im Bewusstsein der Mitarbeiter zu verankern, wurden diese im vergangenen Jahr intensiv kommuniziert. Ein wichtiger Aspekt war dabei die Entwicklung eines Symbols für jeden der zehn Werte. Als visuelles Sinnbild stellen die Symbole die Werte auf einfache und kompakte Weise dar. So veranschaulichen sie beispielsweise in den Mitarbeiterzeitungen, welche Werte im jeweiligen Artikel angesprochen werden. Dies hilft den Mitarbeitern, die Werte besser auf ihr tägliches Handeln zu beziehen.

Verhaltensregeln auf Grundlage der Werte

Aus der Vision und den gemeinsamen Werten ergeben sich Verhaltensregeln für Mitarbeiter und Führungskräfte, die Henkel in einer Reihe zusammenfasst. Dazu wurden die bestehenden Grundsätze überarbeitet und an die veränderten Anforderungen angepasst. 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 Wirtschaften dar.

Code of Corporate Sustainability

Auf der Grundlage seiner Vision und Werte hat Henkel die „Grundsätze und Ziele zu Umweltschutz und Sicherheit“ überarbeitet und um Aspekte der

gesellschaftlichen Verantwortung ergänzt. Der neue Code of Corporate Sustainability legt die Grundsätze zum nachhaltigen Wirtschaften bei Henkel fest; sie bilden auch die Basis für die Umsetzung des Global Compact bei Henkel. Der Code konkretisiert, wie Henkel seine Verantwortung versteht. Er umfasst neun Aspekte:

- ▶ wirtschaftlicher Erfolg durch Nachhaltigkeit,
- ▶ individuelle Verantwortung und Motivation,
- ▶ sichere und umweltfreundliche Produkte und Technologien,
- ▶ sichere und effiziente Anlagen und Produktionsprozesse,
- ▶ Umgang mit Geschäftspartnern und Verhalten im Markt.
- ▶ nachhaltige Geschäftsprozesse,
- ▶ Transfer von Technologien und Wissen,
- ▶ Managementsysteme für klare Verantwortlichkeiten und kontinuierliche Verbesserungen,
- ▶ Offenheit im Dialog.

Code of Conduct

Um den sich weltweit laufend ändernden rechtlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen gerecht zu werden, überarbeitete Henkel seinen Code of Conduct im Jahr 2004. Die neue Fassung basiert im Wesentlichen auf den Zielsetzungen des bisherigen Code of Conduct. Detaillierter und präziser gefasste Anforderungen schaffen eine klare Verhaltensgrundlage für den täglichen Umgang mit Kunden, Mitarbeitern, Shareholdern, Wettbewerbern, Umwelt und Gesellschaft. Der Code of Conduct soll helfen, ethische und rechtliche Fragen im Tagesgeschäft, bei strategischen Überlegungen sowie bei



Kofi Annan (links), Generalsekretär der Vereinten Nationen, begrüßte anlässlich des Global Compact Leaders Summit im Juni 2004 in New York mehr als 400 Firmenchefs. Für Henkel diskutierte Prof. Dr. Ulrich Lehner (rechts).

Spitzentreffen bei den Vereinten Nationen

Mit mehr als 400 Firmenchefs aus aller Welt diskutierte Prof. Dr. Ulrich Lehner, Vorsitzender der Geschäftsführung der Henkel KGaA, bei einem Spitzentreffen im Juni 2004 in New York die Weiterentwicklung des Global Compact. Kofi Annan, Generalsekretär der Vereinten Nationen, leitete das Treffen. Gemeinsam mit Vertretern von internationalen Organisationen und Regierungen erörterten die Unternehmensführer die Frage, welche Rolle die Grundsätze des Global Compact im Zeitalter der Globalisierung sowie angesichts zunehmender internationaler Spannungen konkret spielen.

Zum Abschluss des Gipfels verabschiedeten die Teilnehmer eine Erklärung, dass Unternehmen gegen alle Formen der Korruption – eingeschlossen Erpressung und Bestechung – vorgehen sollen. Diese Erklärung ist der 10. verpflichtende Grundsatz des Global Compact. Henkel verpflichtet seine Mitarbeiter bereits seit Jahren im Code of Conduct, keinerlei Vorteile anzubieten, zu gewähren oder entgegenzunehmen und keinen ungebührlichen Einfluss auszuüben. ⁽ⁱ⁾

Entscheidungsprozessen richtig und angemessen zu beantworten. Wo es die regionalen Gegebenheiten erfordern, ergänzen lokale Standards den Code of Conduct.

Begleitet von verschiedenen Schulungs- und Kommunikationsmaßnahmen wird der überarbeitete Code of Conduct im Jahr 2005 in der Henkel-

Gruppe eingeführt. Wie schon im bisherigen Code of Conduct sind die Mitarbeiter aufgefordert, Verstöße mitzuteilen. Erste Ansprechpartner sollten die jeweils betroffenen Mitarbeiter sein, danach die Vorgesetzten, die Personalabteilung oder die Konzernrevision. Für anonyme Hinweise wurde eine externe „Henkel Compliance Line“ eingerichtet.

Code of Teamwork and Leadership

Schon 1980 veröffentlichte Henkel Führungsgrundsätze, die den Handlungsrahmen für Führungskräfte und Mitarbeiter vgaben. Diese wurden 1995 überarbeitet und sind seitdem als Code of Teamwork and Leadership integraler Bestandteil der Unternehmenskultur. Im Jahr 2004 hat Henkel die Leitlinien erneut überarbeitet und dabei kürzer und prägnanter gefasst. Sie umfassen sechs Aspekte:

- ▶ Vertrauen,
- ▶ Ziele setzen,
- ▶ Aufgabenverteilung und Entscheidungsdelegation,
- ▶ Überzeugung und Motivation,
- ▶ Zielerreichung und Bewertung,
- ▶ Leadership und Vorbild.

Henkel erwartet von seinen Führungskräften, dass sie diese Leitlinien konsequent umsetzen und sich daran messen lassen. Und von den Mitarbeitern erwartet Henkel aktive Unterstützung, Eigenverantwortung und die Bereitschaft, Wissen und Fähigkeiten ständig weiterzuentwickeln und Führung einzufordern.

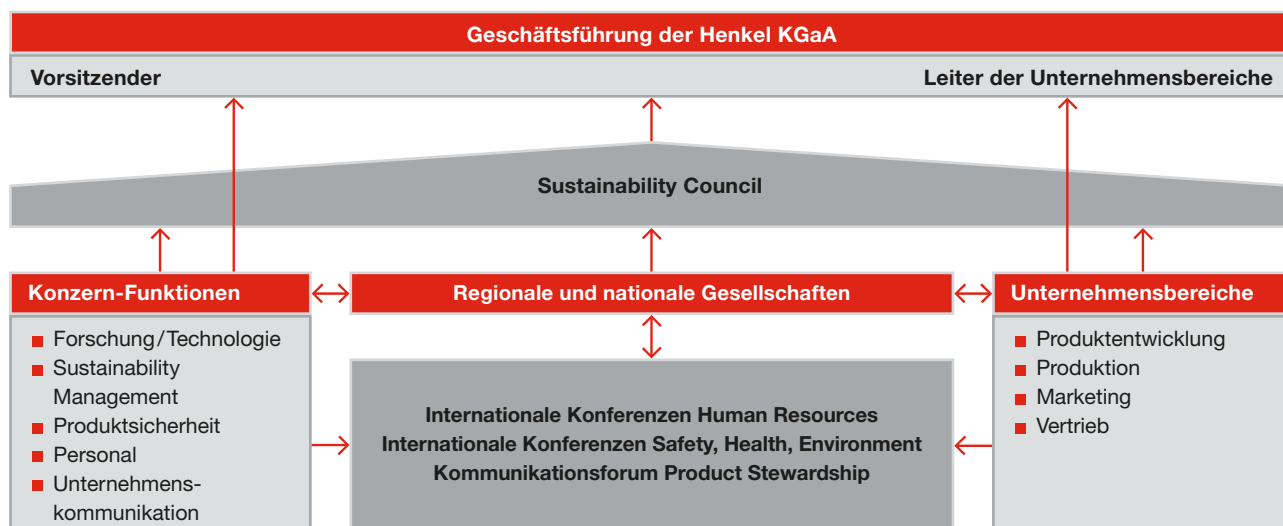
Standards für Nachhaltigkeit

In einer unternehmensübergreifenden Arbeitsgruppe hat Henkel konzernweite Nachhaltigkeitsstandards entwickelt. Sie basieren auf den bestehenden Vorgaben für Sicherheit, Gesundheit, Umwelt und Qualität und erweitern diese um gesellschaftliche Verantwortung. Grundlagen dafür waren beispielsweise der „Social Accountability Standard“ (SA 8000), die Leitlinien für multinationale Unternehmen der Organisation für wirtschaftliche

Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) sowie die relevanten Standards der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO).

Im Anschluss an eine Pilotstudie zur Umsetzung der neuen Standards im ersten Halbjahr 2004 in mehreren Ländern wurden die detaillierten Vorgaben und die Struktur der Standards in allen Bereichen weiter überarbeitet. Auf dieser Grundlage werden nun Umsetzungszeiträume für einzelne Aspekte definiert. Bis Ende des Jahres 2005 werden die Standards konzernweit in Kraft gesetzt.

Organisation für nachhaltiges Wirtschaften



Die Henkel-Geschäftsführung trägt die Gesamtverantwortung für die Nachhaltigkeitspolitik. Ein unternehmensweit besetzter Sustainability Council steuert die globalen Aktivitäten in Zusammenarbeit mit den Unternehmensbereichen, den regionalen und nationalen Gesellschaften sowie den zentralen Funktionen. ⁱ Mit dem Code of Corporate Sustainability hat Henkel seine Grundsätze zum nachhaltigen Wirtschaften festgelegt. Zur Umsetzung der Grundsätze setzt Henkel integrierte Managementsysteme ein. Die Systeme basieren auf weltweit einheitlichen Standards für Sicherheit, Gesundheit, Umwelt und Qualität. Sie werden ergänzt durch Vorgaben zur gesellschaftlichen Verantwortung. ⁱ

Die Umsetzung der konzernweiten Standards wird durch interne Audits regelmäßig überprüft (2004: 39 Standorte). Zusätzlich lassen Henkel-Unternehmen ihre Managementsysteme extern zertifizieren, wenn sie dadurch Wettbewerbsvorteile erzielen. Ende 2004 kamen 60 Prozent der Produktionsmenge aus Standorten, die nach der weltweiten Umweltmanagement-Norm ISO 14001 zertifiziert sind. ⁱ 70 Prozent der Produktionsmenge kamen aus Standorten, die nach internationalen Qualitätsmanagement-Normen zertifiziert sind.

Der Henkel Nachhaltigkeitsbericht 2003 wurde von future e.V. und dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) sowie dem Wirtschaftsmagazin Capital als bester Bericht ausgezeichnet. Bewertet wurden

die Berichte der 150 größten deutschen Unternehmen. Den Preis nahm Dr. Wolfgang Gawrisch (links), Ressortleiter Forschung/Technologie und Vorsitzender Sustainability Council Henkel, am 16. Februar 2005 in Berlin entgegen.



Führend in externen Bewertungen

Auch im Jahr 2004 wurde die führende Rolle von Henkel im nachhaltigen Wirtschaften durch internationale Ratingagenturen und Nachhaltigkeitsanalysten bestätigt. Der Dialog mit Analysten trägt wichtige Impulse in das Unternehmen.



Zürich/New York: Henkel ist zum sechsten Mal in Folge im weltweiten Dow Jones Sustainability Index (DJSI) sowie im europäischen DJSI STOXX vertreten. [*i*](#)



London: Bereits zum vierten Mal in Folge ist Henkel im internationalen Ethik-Index FTSE4Good, den die Financial Times und die Londoner Börse im Jahr 2001 eingeführt haben. [*i*](#)



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



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



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



Basel: Im April 2003 hat die Bank Sarasin das Nachhaltigkeitsprofil von Henkel aktualisiert und das Rating mit der besten Stufe („Hoch“) bestätigt. [*i*](#)

Nachhaltigstes Konsumgüter-Unternehmen



Corporate Responsibility
rated by **oekom research**

Henkel ist beim „Corporate Responsibility Rating“ der oekom research AG als nachhaltigstes Unternehmen unter zwölf international tätigen Herstellern von Körperpflege- und Reinigungsprodukten ausgezeichnet worden. In vier von sechs Kategorien wird Henkel als bestes Unternehmen geführt.

Das hervorragende Image von Henkel wird ebenfalls durch eine Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach unter Bürgern in Deutschland bestätigt: Danach nannten 24,7 Prozent der 2.159 Befragten Henkel als eines der 30 Unternehmen des Deutschen Aktienindex (DAX), die sich besonders für den Umweltschutz engagieren. Damit steht Henkel an vierter Stelle. [*i*](#)

Corporate Governance bei Henkel

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 grundsätzlich den Anforderungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Einzelheiten hierzu sowie der genaue Wortlaut der Entsprechenserklärung sind im Internet veröffentlicht. [*i*](#)

Produktsicherheit

- ▶ **Vertrauen in die Qualität von Henkel**
- ▶ **Umfassende Produktverantwortung**
- ▶ **Grundlage: Risiken systematisch bewerten**

Qualität von Henkel

Zu erstklassiger Qualität gehören neben einfacher Anwendung und hoher Produktleistung auch umfassende Produktsicherheit und Umweltverträglichkeit. Unsere Kunden und Verbraucher können sich darauf verlassen, dass Henkel-Produkte und Technologien bei sachgemäßer Anwendung sicher und umfassend auf ihre Verträglichkeit für Gesundheit und Umwelt geprüft sind. Dazu werden bereits in der Forschung und Produktentwicklung mögliche Risiken neuer Produkte systematisch bewertet.

Gefährdungen identifizieren – Risiken bewerten

Um die Sicherheit von Produkten zu bewerten, muss in einem ersten Schritt untersucht werden, ob deren Inhaltsstoffe eine Gefährdung für Menschen und Umwelt darstellen können: Hat ein Rohstoff schädliche Wirkungen und ist er zum Beispiel ätzend oder giftig? Dann wird in einem zweiten Schritt geklärt, in welchem Umfang Menschen und Umwelt diesem Stoff ausgesetzt sind: Die so genannte Exposition wird analysiert. Denn in den meisten Fällen tritt eine schädliche Wirkung erst ab einer bestimmten Menge und Konzentration des fraglichen Stoffs auf. Erst die Zusammenführung der Ergebnisse beider Bewertungsschritte zu einer Gesamtbewertung des Risikos zeigt, ob ein Produkt im Rahmen seiner Anwendung sicher ist. Ein einfaches Beispiel: Essigsäure nehmen wir verdünnt mit unserer Nahrung auf, während sie in konzentrierter Form zu schweren Schäden führen kann.

Umsetzung im Unternehmen



Der Konzernbereich Produktsicherheit definiert Vorgaben und Abläufe und überprüft in regelmäßigen Audits deren Einhaltung. Die Unternehmensbereiche verantworten die Umsetzung der Produktsicherheit.

Produktsicherheit: Umsetzung bei Henkel

▶ Bewertung der eingesetzten Stoffe

Die Produktsicherheits-Experten von Henkel prüfen, ob die Inhaltsstoffe eines Produkts prinzipiell für die vorgesehene Verwendung geeignet sind. Der Einsatz von Stoffen mit bestimmten gefährlichen Eigenschaften ist von vornherein für manche Anwendungen ausgeschlossen. So dürfen Stoffe mit krebserzeugenden, erbgutverändernden oder fortpflanzungsgefährdenden Eigenschaften nicht in

» Erfolgreiche Unternehmen können nur in nachhaltig erfolgreichen Gesellschaften existieren. «



» Produkte von Henkel können einen Wandel in nationalen Kulturen bewirken, denn sie haben Einfluss auf Lebensstil, Erwartungen und nachhaltiges Wirtschaften. Der zukünftige Erfolg von Henkel wird davon abhängen, ob das Unternehmen in der Lage ist, seine Produkte und Dienstleistungen durch Innovationen so weiterzuentwickeln, dass sie das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen – und dies in einer Weise, die Rücksicht auf die verschiedenen Kulturen nimmt und wirtschaftlich erfolgreich ist. Daraus ergibt sich eine Reihe strategischer Herausforderungen, die auch die größten für Henkel sind:

► Mehr als eine halbe Milliarde Menschen, die überwiegende Mehrheit mit niedriger Kaufkraft, bilden den unteren Bereich der Wohlstandspyramide. Dort bieten sich neue Möglichkeiten mit innovativen, umweltfreundlichen und ressourcenschonenden Produkten, die auch den kulturellen und gesellschaftlichen Kontext berücksichtigen.

► **Produktverantwortung: Bewertung der soziologischen, ökologischen und toxikologischen Aspekte der Geschäftsprozesse, Produkte sowie Rohstoffe in der gesamten globalen Wertschöpfungskette und Einbindung sozialer und umweltschutzbezogener**

Parameter in Produktentwicklung und Entscheidungen zum Produktmarketing.

► Schaffung von „Best-in-Class-Practices“, die den indischen Anforderungen entsprechen, sowie Kommunikation mit den relevanten Interessengruppen mit dem Ziel, die Geschäftsprozesse und Verhaltensweisen bei Henkel an die kulturellen Gegebenheiten anzupassen. Sowohl die Erwartungen der Gesellschaft als auch nationale Standards im Hinblick auf Umweltschutzanforderungen und soziale Bedürfnisse sollten übertroffen werden.

► Unterstützung beim Aufbau von Kapazitäten und Technologietransfer durch partnerschaftliche Zusammenarbeit und Verbreitung von Best Practices in der gesamten Wertschöpfungskette, um die Leistungsfähigkeit von Lieferanten und Wettbewerbern zu stärken, ohne den Wettbewerbsvorteil von Henkel zu gefährden. «

Dr. P. D. Jose,

Professor, Corporate Strategy and Policy Area
Indian Institute of Management Bangalore, Indien
www.iimb.ernet.in



Henkel in Indien

Bereits 1989 beteiligte sich Henkel an SPIC Fine Chemicals zur Produktion von Waschmitteln. Im Werk Kalkutta wurden mit dem Know-how von Henkel erstmals phosphatfreie Waschmittel für den indischen Markt hergestellt. Heute produziert und vertreibt die Henkel-Gruppe in Indien Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetika und Körperpflegeprodukte, Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Klebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächentechnik für die Industrie.

Standorte

Die Henkel-Gruppe betreibt sechs Produktionsstandorte in Indien.

Mitarbeiter

In Indien arbeiten für die Henkel-Gruppe 1.074 Mitarbeiter.

Umsatz 2004

Im Jahr 2004 erzielte die Henkel-Gruppe in Indien einen Umsatz von 48 Millionen Euro.

Die wichtigsten Marken

► Wasch-/Reinigungsmittel:

Chek, Henko, Mr. White, Pril

► Kosmetik/Körperpflege:

Fa, Margo, Neem

► Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker:

Loctite

► Henkel Technologies:

Loctite, P3, Teroson

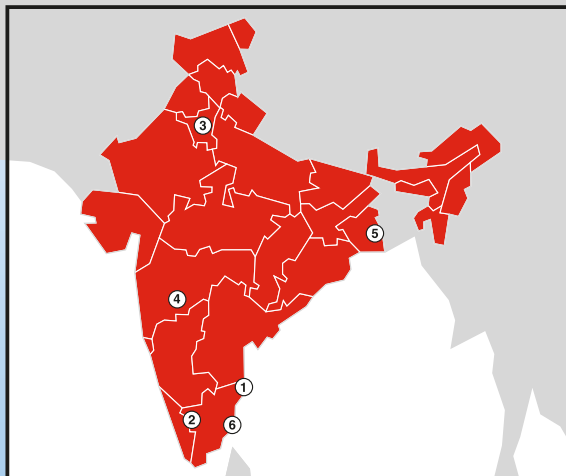
Weitere Informationen

www.henkel-india.com



LOCTITE

Teroson



Chennai/Ambattur	①
Coimbatore	②
Gurgaon	③
Jejuri	④
Kalkutta	⑤
Karaikal	⑥



Qualität von Henkel

Persil und Schwarzkopf gehören zum vierten Mal in Folge zu den „vertrauenswürdigen Marken“ in Deutschland und Österreich. Die Ergebnisse beruhen auf Verbraucher-Umfragen, die jährlich die Zeitschrift Reader's Digest in 14 Ländern in Europa durchführt.

Konsumentenprodukten eingesetzt werden. Andere Stoffe unterliegen strikten Henkel-internen Auflagen und Beschränkungen.

► Bewertung der Produkte

Das formulierte Produkt wird noch einmal einer Bewertung unterzogen. Die Eigenschaften der Einzelbestandteile, ihre Konzentration im Produkt und dessen Anwendungsbedingungen werden dabei beurteilt. Produkte, die für die Anwendung am Menschen bestimmt sind, werden zusätzlich dermatologisch geprüft. Je nachdem, ob es sich um ein Endverbraucherprodukt oder um ein von Fachkräften eingesetztes Industrieprodukt handelt, optimiert Henkel die erforderlichen Vorsorge- und Schutzmaßnahmen. Sie können von der Gestaltung der Verpackung über detaillierte Anwendungshinweise bis zum Austausch von Inhaltsstoffen eines Produkts reichen.

► Kontinuierliche Beobachtung

Produktentwickler und Experten für Produktsicherheit beobachten die Produkte von Henkel kontinuierlich im Markt und lassen die gesammelten Erfahrungen in die Bewertungen einfließen. Wichtige Informationen liefern insbesondere Verbraucherkontakte. Darüber hinaus finden neue wissenschaftliche Erkenntnisse Berücksichtigung. So können Vorsorge- und Schutzmaßnahmen bei Bedarf umgehend angepasst werden.

Kontrovers diskutierte Inhaltsstoffe

In der Öffentlichkeit kommt es immer wieder zu kontroversen Diskussionen über die Sicherheit chemischer Inhaltsstoffe in Produkten. Dabei werden die von den Stoffen ausgehenden Risiken von Wissenschaft und Öffentlichkeit häufig unterschiedlich beurteilt. Die Ursachen sind vielfältig: Oft wird von der Gefährdung, die von einem Stoff für Menschen und Umwelt ausgehen kann, direkt auf ein Risiko geschlossen, ohne die Exposition zu berücksichtigen. Darüber hinaus hängt die Wahrnehmung von Risiken stark von den Werten der Gesellschaft und den Gefühlen des Einzelnen ab.

Derartige Diskussionen sind für Henkel immer Anlass, die Bewertungen besonders sorgfältig zu prüfen. Dabei wird der Einsatz von Rohstoffen auf der Basis ihrer spezifischen Eigenschaften und des jeweiligen Anwendungsbereichs bewertet.

Ein Beispiel: In der öffentlichen Diskussion werden Phthalate in Bezug auf ihre möglichen schädlichen Wirkungen häufig als einheitliche Stoffgruppe gesehen, weil sie ähnliche chemische Strukturen haben. Die einzelnen Stoffe dieser Gruppe unterscheiden sich jedoch stark in der von ihnen ausgehenden Gefährdung und dem sich ergebenden Risiko. Für Diethyl-Phthalat (DEP) zum Beispiel, das Henkel in manchen Kosmetikprodukten als Vergällungsmittel für Ethanol oder als Bestandteil von Riechstoffen verwendet, zeigen die verfügbaren wissenschaftlichen Studien kein hiermit verbundenes Risiko. Diese Einschätzung wurde durch das für die Europäische Kommission als wissenschaftliches Beratergremium tätige „Scientific Committee on Consumer Products“ (SCCP) im Dezember 2003 bestätigt. 

Wasch- / Reinigungsmittel



Vereinte Vielfalt: hohe Leistung, niedrige Dosiermengen

Die Vorlieben der Verbraucher unterscheiden sich auch beim Waschen und sind vom Zeitgeist geprägt: Belgier, Franzosen, Italiener und US-Amerikaner kaufen besonders gerne Flüssigwaschmittel. In Griechenland, Italien, Spanien, Portugal und Russland dominieren die Normalwaschmittel, in den Niederlanden die kompakten. Und während beispielsweise Verbraucher in Frankreich stärker vor-dosierte Waschmittel verwenden, nehmen das insbesondere Italiener lieber selbst in die Hand.

Um die Umwelt zu entlasten, arbeitet Henkel kontinuierlich daran, die Leistung aller Waschmittel

zu steigern und die nötigen Dosiermengen zu reduzieren. Bei den Normalwaschmitteln hat Henkel die Standard-Dosierung im Jahr 2004 als erstes Unternehmen in Deutschland auf 100 Gramm gesenkt – ein Drittel weniger als noch 1993. Und auch die Dosierung der Persil Megaperls konnte um weitere 10 Prozent auf 67,5 Gramm pro Waschgang reduziert werden.

Die verbesserte Waschleistung führt aber nur zu einer Umweltentlastung, wenn richtig dosiert wird. Daher setzt Henkel auf gezielte Verbraucher-information. Dazu zählen in Europa zum Beispiel verständliche Dosierungsanleitungen auf der Verpackung, praktische Dosierhilfen, „TheoPrax“-Tipps rund ums Thema Wäsche waschen im Internet

Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Im Markt der Wasch- und Reinigungsmittel nimmt Henkel eine führende Position ein. Das Eingehen auf die Bedürfnisse der Verbraucher sowie die sichere und bequeme Anwendung der Produkte sind dafür Voraussetzung. Eines der Erfolgsrezepte sind regionale, auf die jeweiligen Verhältnisse abgestimmte Marken. Ein konzernweites Rezepturinformationssystem dient dem weltweiten Gesundheitsschutz und sorgt für Umweltverträglichkeit der Henkel-Produkte. Nur geprüfte Rohstoffe und genehmigte Rezepturen dürfen verwendet werden.

Im Sinne eines vorbeugenden Verbraucher- und Umweltschutzes erfüllt Henkel daher bereits jetzt die Vorgaben der im Oktober 2005 in Kraft tretenden Detergenzienverordnung der Euro-

päischen Union. So werden möglicherweise sensibilisierende Parfüminhaltsstoffe seit dem Sommer 2004 deklariert und die Forderungen zur biologischen Abbaubarkeit seit vielen Jahren erfüllt.

Ein vorrangiges Ziel der Produktentwicklung ist es, eine stets höhere Reinigungsleistung bei immer geringerer Dosierung und niedrigeren Temperaturen zu erzielen. Ökobilanzen über den Produktlebenszyklus sind dafür eine wichtige Grundlage. Jüngste Beispiele für nachhaltige Innovationen sind der Glasreiniger Sidolin auf Basis der Nanotechnologie und die weitere Reduzierung der Dosiermengen bei Universalwaschmitteln. Ein weiterer Baustein für noch bessere Kundenorientierung: die europaweite Harmonisierung der Verbraucherberatungen und Service-Hotlines.



sowie die europaweite Initiative „Washright“ des internationalen Waschmittelverbands (A.I.S.E.). 

Algerien: hohe Hygieneleistung

In vielen Schwellenländern sind die hygienischen Anforderungen an Wasch- und Reinigungsmittel andere als in den meisten europäischen Ländern. Die Produkte müssen leistungsstark und vielseitig einsetzbar sein.

Chlorbleiche ist ein kostengünstiges und effektives Reinigungs- und Desinfektionsmittel. Sie wird universell zur Reinigung in Küche und Bad, zum Bleichen weißer Wäsche, beim Geschirrspülen und häufig sogar zur Trinkwasserdesinfektion oder zum Reinigen von Obst und Gemüse verwendet. Das Problem: Chlorbleiche ist aufgrund von Verunreinigungen mit Schwermetallverbindungen relativ instabil, zersetzt sich während der Lagerung und verliert so ihre Wirksamkeit. Zusätzlich wird Chlorbleiche üblicherweise Dichromat zugesetzt, ein gelber Farbstoff, der Verwechslungen mit anderen farblosen Flüssigkeiten vorbeugen soll, aufgrund seiner krebserregenden Wirkung aber bedenklich ist.

Mit Bref Eau de Javel hat Henkel im Jahr 2003 eine Chlorbleiche in den algerischen Markt eingeführt, die mit einer neuen Filtertechnologie hergestellt wird und so frei von Verunreinigungen ist. Dadurch ist Bref Eau de Javel erheblich länger haltbar und besonders wirksam. Auch den bedenklichen Farbstoff setzt Henkel nicht ein und baut statt dessen auf die Signalwirkung der gelben Verpackung.

Mit überzeugender Qualität und moderner Verpackung hat Bref Eau de Javel neue Maßstäbe im algerischen Markt gesetzt und sich mit rund einem Drittel Marktanteil fest etabliert. Im Mai 2004 wurde Bref Eau de Javel auch in den tunesischen Markt eingeführt.

Länger sauber

Mit seinem neuen Glasreiniger Sidolin streifenfrei mit Glanz-Alkohol auf Basis der Nanotechnologie sorgt Henkel dafür, dass Scheiben länger sauber bleiben. Fein verteilte Nanoteilchen aus dem Reiniger ziehen auf das Glas auf und ordnen sich zu einer gleichmäßigen Struktur an. Weil sie chemisch ähnlich wie Glas sind, haften die nur rund zehn Millionstel Millimeter großen Teilchen besonders gut auf der Scheibe und bilden eine haltbare Schutzschicht aus wasserliebenden Nanoteilchen. Diese lässt zum Beispiel Regenwasser großflächiger und gleichmäßiger abfließen. So bleiben deutlich weniger Schmutz auf der Glasoberfläche haften und die Scheibe länger sauber und glänzend.

Außerdem halten die Nanoteilchen mehrere Wochen bis Monate auf der Scheibe und bieten so einen weiteren Vorteil: Badezimmerspiegel oder Windschutzscheiben im Auto beschlagen nicht mehr so stark.

Unter den Markennamen Sidolin, Istanet und Clin mit Nano-Protect wurde der Glasreiniger mit der Nanotechnologie in Deutschland, Belgien, Österreich, Ungarn, Polen und Rumänien eingeführt.

Kosmetik/Körperpflege



Haar wie Seide

Den Wunsch nach Haar, das wie Seide glänzt und sich ebenso geschmeidig und glatt anfühlt, haben viele Verbraucherinnen. Mit zunehmender Haarlänge wird das Haar stärker durch häufiges Waschen, Föhnen und UV-Strahlung belastet. Es verliert dabei wichtige Bestandteile, die für eine glatte Haaroberfläche verantwortlich sind.

Mit Liquid Silk, einer neuen Gliss Kur Pflegeserie, ist es gelungen, Hauptbestandteile natürlicher Seide – Fibroin und Sericin – zu verflüssigen und in Gliss Kur Produkte einzuarbeiten. Sie lagern sich an die Haarfasern an und füllen schadhafte Stellen aus. So wird die Haaroberfläche geglättet, das Haar kann leichter gekämmt werden und ist geschützt. Der seidige Effekt im Haar ist nicht nur fühlbar, sondern auch durch Untersuchungen des deutschen Wollforschungsinstituts belegt.

Gliss Kur Liquid Silk wurde im Jahr 2004 erfolgreich europaweit eingeführt.

Schöne Aussicht

Pickel und Mitesser sind nicht nur in der Pubertät ein Thema. Auch viele Frauen und Männer jenseits der 20 leiden darunter. Die Ursache hierin liegt oft in einem gestörten Gleichgewicht der Hautflora.

Speziell dafür hat Henkel zwei Pflegeserien nach dem Prinzip der Präbiotik entwickelt: Ein innovatives Wirksystem aus Tee und Ginseng-Extrakt unterstützt das Wachstum nützlicher Mikroorganismen und hemmt gleichzeitig die schädlichen. Die Hautflora stabilisiert sich und kann so ihre natürliche Schutzfunktion wieder wahrnehmen. Die Haut wird klarer und reiner.

Im Gegensatz zu herkömmlichen Produkten mit breiter antibakterieller Wirkung zur Behandlung

Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Nur gut verträgliche, anwendungssichere Kosmetika, die die Erwartungen der Kunden erfüllen, gewinnen auf Dauer ihr Vertrauen. Neben der Wirksamkeit stehen bei der Produktentwicklung immer der Gesundheitsschutz und die Umweltverträglichkeit im Vordergrund. Alle Kosmetika durchlaufen dazu ein umfangreiches Prüfprogramm, das kontinuierlich nach dem stets neuesten Stand der Wissenschaft und Technik weiterentwickelt wird.

Für die Untersuchung der Produktverträglichkeit setzt Henkel In-vitro-Tests an Zellkulturen und dermatologische Tests ein. Alternative Test-

methoden hat Henkel seit Anfang der 1980er Jahre gemeinsam mit externen Instituten entwickelt und optimiert. Dies ist auch zukünftig ein wichtiges Ziel des Unternehmens. Aktuell beteiligt sich Henkel an unternehmensübergreifenden Programmen, um noch effektiver an der Erforschung und Etablierung weiterer Testmethoden zu arbeiten.

Zum Grundverständnis von Henkel gehört es, über die Produkte hinaus umfassenden Service zu bieten: Über seine Verbraucherberatungen und die international ausgerichtete Akademie Schwarzkopf für Friseure steht Henkel weltweit mit Rat und Tat zur Seite.



unreiner Haut sind die präbiotischen Substanzen hautverträglicher und wirken gezielter auf die unerwünschten Mikroorganismen. Pickel und Mitesser werden rasch, dauerhaft und auf schonende Art zurückgedrängt, die Haut wird ausreichend mit Feuchtigkeit versorgt und in ihrer Schutzfunktion unterstützt.

Seit März 2004 ist Diadermine Purity mit Tee und Ginseng-Extrakt auf dem französischen Markt und im Juli 2004 wurde die Pflegeserie Aok Pur Balance, ebenfalls mit Tee und Ginseng-Extrakt, auf dem deutschen Markt eingeführt.

Europaweit neue Regelungen für Kosmetikprodukte

Auf noch mehr Informationen und Sicherheit für Verbraucher zielt die siebte Änderungsrichtlinie der Kosmetikrichtlinie der Europäischen Union. Sie wird im März 2005 gültig. Einer der wesentlichen Inhalte der geänderten Kosmetikrichtlinie ist die Angabe eines Haltbarkeitszeitraums nach dem Öffnen auf der Verpackung solcher Produkte, die eine Mindesthaltbarkeit von mehr als dreißig Monaten haben. Der Zeitraum wird durch ein Piktogramm angegeben: Es zeigt einen halb geöffneten Cremetiegel und eine Zahl neben dem Buchstaben „M“. Sie steht für die Anzahl der Monate, die das Produkt nach dem Öffnen ohne Schaden für den Verbraucher verwendet werden kann.

Eine weitere Neuregelung betrifft die Riechstoffe, die auf den Verpackungen bisher zusammengefasst als „Parfüm“ deklariert wurden. Mehrere tausend verschiedene Riechstoffe werden in Kosmetikprodukten eingesetzt. Erfahrungen in Hautkliniken haben das Augenmerk auf 26 Stoffe gerichtet, die

Sozialzentrum in Bolivien eingeweiht

Im November 2004 weihte die Schauma-Werbpartnerin Verona Pooth ein neues Sozialzentrum in dem von ihr maßgeblich mitfinanzierten SOS-Kinderdorf El Alto „Veronas Casitas“ in Bolivien ein. Im Rahmen der Jubiläumsaktion 100 Jahre Schwarzkopf Shampoo von September bis Dezember 2003 hatte Henkel pro Doppelpack des Familienshampoos Schauma 10 Cent für den Bau des Sozialzentrums gespendet. Insgesamt kamen so 250.000 Euro für den Bau zusammen.

Zur Zeit werden dort rund 140 Kinder ganztägig betreut, gesund ernährt, medizinisch versorgt und gefördert. Vor allem für Mütter mit kleinen Kindern ist das Sozialzentrum eine wichtige Anlaufstelle. In der Kindertagesstätte können sie ihre Kinder betreuen lassen, während die Mütter arbeiten und so zum Unterhalt der Familie beitragen.

bei besonders empfindlichen Personen allergische Reaktionen auslösen können. Sofern diese im Produkt oberhalb bestimmter Konzentrationen vorhanden sind, werden sie auf der Produktverpackung jetzt einzeln ausgewiesen. Das hilft insbesondere Allergikern, ein für sie geeignetes Produkt auszuwählen.

Darüber hinaus verpflichtet die neue Richtlinie der Europäischen Gemeinschaft die Hersteller auch, interessierten Verbrauchern weitergehende Produktangaben zur Verfügung zu stellen. Henkel hat sich vorbereitet, um Verbraucheranfragen in allen 25 Sprachen der Europäischen Union beantworten zu können.

Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker



Clevere Verstärkung – Power Pritt Gel

Der Power Pritt Stift hat Verstärkung bekommen: das Power Pritt Alleskleber Gel. Henkel erweitert damit sein Produktsortiment und steigert das Niveau bei Allesklebern. Die neuartige Gel-Konsistenz mit extra starker Kraftformel klebt verschiedenste Materialien wie Filz, Stoff, Papier, Leder, Styropor und Holz sowie viele Kunststoffe. Die Gel-Konsistenz ermöglicht sauberes und schnelles Arbeiten – ohne das bei flüssigen Allesklebern verbreitete Fädenziehen und Verlaufen.

Durch seine Kopfstandflasche und seine besondere Konsistenz ist der Kleber sofort verfügbar. So bleiben praktisch keine Reste in der Flasche zurück. Ein weiterer Vorteil der ergonomisch geformten Flasche: Mit dem einhändig verstellbaren Schieber am unteren Rand der Flasche lässt sich das Gel punktgenau oder flächig auftragen.

Wie alle Pritt-Produkte ist auch das Power Pritt Alleskleber Gel lösemittelfrei und geruchsneutral. Zudem ist es bei 60 Grad Celsius auswaschbar.

Power Pritt Alleskleber Gel ist bereits in 12 europäischen Ländern eingeführt. Bis Ende 2005 wird es auch in Chile und Mexiko sowie Australien und Neuseeland erhältlich sein.

Kontaktkleber in Mexiko

Im Oktober 2003 übernahm Henkel den mexikanischen Klebstoffhersteller Resistol. Dessen Kontaktklebstoffe enthalten zum Teil als Lösemittel Toluol, das zum Schnüffeln missbraucht werden kann. Nach Abschluss der Übernahme entwickelte Henkel umgehend eine auf den mexikanischen Markt zugeschnittene Strategie zum Ersatz von Toluol in den Rezepturen der Kontaktklebstoffe. Begleitet von umfangreicher Öffentlichkeitsarbeit stellte Henkel

Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Henkel ist bei Kleb- und Dichtstoffen weltweit führend, technologisch wie auch ökologisch. Freigesetzte Lösemittel sind eine der wesentlichen Umweltbelastungen beim Kleben. Henkel ersetzt seit Jahren lösemittelhaltige Klebstoffe konsequent durch leistungsfähige Produkte auf Wasserbasis. Wo technische Anforderungen oder Marktbedingungen dies erschweren, sucht Henkel nach alternativen Lösungen und legt langfristige Programme zum Austausch auf.

Zur Optimierung von Produkteigenschaften setzen die Klebstoffentwickler auf den Einsatz

erneuerbarer Ressourcen. Ein weltweit bekanntes Beispiel: der Pritt Stift. Seine Rezeptur wurde fast vollständig auf eine nachwachsende Rohstoffbasis umgestellt.

Grundlegend wichtig für nachhaltige Markterfolge der Henkel-Klebstoffe ist die leichte und sichere Anwendbarkeit. Aktuelle Beispiele sind das lösemittelfreie Power Pritt Alleskleber Gel sowie die Einführung der leichteren und ergiebigeren Easy Technologie bei Ceresit-Bodenausgleichsmassen.



Ende 2004 in einem ersten Schritt den Kontaktkleber für Konsumenten auf die neue Rezeptur um.

Entscheidend für den Erfolg ist es, die Veränderung an Konsumenten und Handwerker positiv zu kommunizieren. Um das Vertrauen in die Leistung der Produkte zu bewahren, müssen Rezepturen behutsam angepasst und erklärt werden. Nur gut kommunizierte Veränderungen, die klare Vorteile bieten, werden von den Kunden akzeptiert. In umfangreichen Untersuchungen erfasste Henkel die Leistungswünsche der Kunden. Darauf aufbauend wurde zunächst eine neue Rezeptur für eine mexikanische Kontaktklebervariante entwickelt. Dieser neue Klebstoff ist jetzt Toluol-frei und bietet deutlich kürzere Trocknungszeiten – überzeugende Vorteile gegenüber dem Vorgänger. Langfristig arbeitet Henkel daran, in Mexiko komplett auf den Einsatz von Toluol in Kontaktklebstoffen für Konsumenten und Handwerker zu verzichten.

Ceresit Easy Technologie: leichter und besser

Mit der Ceresit Easy Technologie etablierte Henkel eine neue Generation von effizienten und leistungsstarken Fliesenklebern erfolgreich im europäischen Markt. Diese Technologie wurde nun auf andere Produktgruppen übertragen: Bereits im Jahr 2002 hat Henkel die Technologie bei zwei Fliesenklebern für Naturstein und Marmor sowie im Oktober 2004 auch bei einer Bodenausgleichsmasse eingeführt.

Durch den Einsatz von Leichtfüllstoffen aus Glas-Recyclat verringert sich das Gewicht der Ceresit Easy-Produkte deutlich. So ist ein 18 Kilogramm schwe-

rer Sack Fliesenkleber sieben Kilogramm leichter und dreißig Prozent ergiebiger als herkömmliche Produkte – bei besseren Verarbeitungsbedingungen.

Auch die Ceresit Bodenausgleichsmasse CN 75 EasyPlan überzeugt durch beste Leistungen: Sie ist leicht zu verarbeiten, kann schon nach kurzen Trocknungszeiten belegt werden und ist wie die anderen Easy-Produkte trotz geringen Gewichts deutlich ergiebiger als konventionelle Produkte. Das erleichtert Handwerkern die Arbeit und spart Ressourcen.

Die Vorteile der Easy Technologie überzeugen im Markt. Bereits im Jahr der Einführung 2002 wurde dreimal soviel verkauft wie geplant. Bis Ende 2004 konnte der Absatz nochmals verdoppelt werden.

Pritt und Duck – Partner der Behinderten

Mit seinen in der Türkei führenden Klebstoffmarken Pritt und Duck unterstützte Henkel Türk A.S. die Behindertenorganisation Tesyev in den letzten beiden Jahren mit rund 100.000 Euro. Tesyev setzt sich für die Chancengleichheit und Integration behinderter Menschen in der Türkei ein. Insbesondere durch die Beteiligung an sportlichen Aktivitäten sollen das Selbstvertrauen gestärkt und die Lebensqualität behinderter Menschen verbessert werden. Mit der Spende von Henkel konnten zum Beispiel ein Tennis-Einführungskurs und ein Fußball-Turnier für Rollstuhlfahrer sowie ein Orchester gefördert werden. Zusätzlich leisteten viele Mitarbeiter von Henkel Türk durch ihr persönliches Engagement bei der Organisation von Sportveranstaltungen einen wichtigen Beitrag.

Henkel Technologies



Solarzellen von der Rolle

Die Solarenergie gehört zu den wichtigsten erneuerbaren Energiequellen. Ihr Potenzial wird derzeit aber nur zu einem Bruchteil ausgeschöpft. Große Flächen in Ballungsräumen – die Flachdächer von Lagerhallen, Einkaufszentren, Schulen und Bürogebäuden – konnten bisher nicht genutzt werden, weil sie häufig nicht dafür ausgelegt sind, das Gewicht klassischer Solarzellen und ihrer Befestigungsvorrichtungen zu tragen.

Mit flexiblen und leichten Dünnschicht-Solarzellen auf Dachfolienbahnen bietet die Firma Solar Integrated Technologies (SIT) aus Kalifornien, USA, eine Lösung an, bei der Henkel als strategischer Part-

ner mit seinen industriellen Klebstoffen einen entscheidenden Beitrag leistet: Purmelt- und Macromelt-Schmelzklebstoffe verkleben die Solarzellen und ihre Anschlüsse sicher mit den Dachfolienbahnen und halten der Beanspruchung durch Witterungseinflüsse sowie ultraviolette Sonneneinstrahlung dauerhaft stand. So lassen sich die Solarzellen einfach von der Rolle auf den Flachdächern verlegen und mit beliebig vielen weiteren Elementen verbinden.

Ende 2003 wurde das erste Solardach mit der neuen Technologie im Süden Kaliforniens in Betrieb genommen; acht weitere folgten im Jahr 2004. Die Kunden sind überzeugt: Coca-Cola und der Schuldistrikt von San Diego in Kalifornien haben bereits weitere Projekte in Auftrag gegeben.

Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Henkel Technologies, Weltmarktführer für industrielle Kleb- und Dichtstoffe sowie Oberflächentechnik, vertreibt weltweit individuell zugeschnittene Systemlösungen. Im Dialog mit seinen industriellen Kunden nimmt Henkel Technologies Problemstellungen auf und entwickelt mit ihnen gemeinsam neue Verfahren. Häufig wird im Team mit Anlagenherstellern 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 Gesell-

schaft profitiert von diesen Innovationen, weil sie den Ressourcenverbrauch mindern und die Lebensdauer der Produkte verlängern. Beispiele sind chromfreie Verfahren zum Korrosionsschutz im Automobilbau, effizienzsteigernde Verpackungsklebstoffe auf lösemittelfreier Basis oder extrem temperaturbeständige Klebstoffe für die Luft- und Raumfahrtindustrie, die zur Gewichtsreduzierung beitragen.

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



Blaues Wunder – innovative Bandstahl-beschichtung

Produkten aus Bandstahl begegnen wir täglich. Von Fassadenverkleidungen über Automobilkarosserien bis hin zu den Gehäusen von Haushaltsgeräten und Computern – die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig. Um den Stahl vor Korrosion zu schützen, wird er üblicherweise nach einer Vorbehandlung grundiert und dann farbig lackiert. Dazu sind aufwändige Produktionsstraßen nötig, die allein in Europa jährlich fast sechs Millionen Tonnen Bandstahl beschichten.

Henkel-Forscher haben jetzt eine Serie von umweltverträglichen Beschichtungen entwickelt. Sie vereinfachen dieses Verfahren deutlich und benötigen dabei bis zu 70 Prozent weniger Energie. Novacoat 1600 UV verbindet Vorbehandlung und Grundierung zu einem einzigen Arbeitsschritt: Die lösemittel- und schwermetallfreie Beschichtung muss nur noch aufgetragen werden und härtet dann in Bruchteilen von einer Sekunde unter ultraviolett (UV) Licht aus.

Bisher mussten Beschichtungen in langen Ofenstraßen bei 250 Grad Celsius eingebrannt werden. Mit dem neuen „2in1“-Stahlbeschichtungsverfahren ist Henkel Technologies die Umsetzung eines innovativen, ressourcenschonenden Prozesskonzepts gelungen.

Nach erfolgreichen Tests in den Pilotanlagen mehrerer Stahlhersteller will Henkel nun einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil im hart umkämpften Markt erringen.



Fahrplan bleifrei

Elektronische Bauteile sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. In Mobiltelefonen und Computern, in Haushaltsgeräten und Autos speichern sie Informationen und steuern Abläufe. Um die einzelnen Elemente dieser Bauteile – Chips und Leiterplatten – elektrisch leitend miteinander zu verbinden, wird traditionell bleihaltiges Lot verwendet. Dessen Verwendung wird ab Juli 2006 durch zwei Richtlinien der Europäischen Union drastisch eingeschränkt: durch die Richtlinie „über Elektro- und Elektronik-Altgeräte“ sowie die Richtlinie „zur Beschränkung der Verwendung bestimmter gefährlicher Stoffe in Elektro- und Elektronikgeräten“.

In intensiver Zusammenarbeit mit seinen Partnern und Kunden hat Henkel frühzeitig Alternativen entwickelt, zum Beispiel das bleifreie Lot Multicore LF 320. Mit 229 Grad Celsius hat es eine 10 Grad Celsius niedrigere Anfangs-Löttemperatur als vergleichbare bleifreie Produkte.

Um die neuen bleifreien Lötprodukte im Markt zu etablieren, führte Henkel im Jahr 2004 weltweit zahlreiche Workshops in Zusammenarbeit mit Maschinenherstellern durch. Den Kunden wurde so die Technologie in Theorie und Praxis präsentiert. Schon für 2005 erwartet Henkel, dass ein Viertel der verkauften Lötpasten bleifrei sein werden.

Auszeichnung für Multicore



Von der renommierten Fachzeitschrift SMT Magazine wurde Henkel im Jahr 2004 für das bleifreie Lot Multicore LF 320 mit dem „Vision Award“ ausgezeichnet.

Gesellschaftliches Engagement

- ▶ **Henkel Smile: Corporate Citizenship bei Henkel**
- ▶ **MIT-Initiative: ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter**
- ▶ **Henkel Friendship Initiative: schnelle und unbürokratische Hilfe**

Das gesellschaftliche Engagement von Henkel ist in den Unternehmenswerten und auch in der Unternehmensgeschichte fest verankert. Im Rahmen ihres Selbstverständnisses als verantwortliche Mitglieder der Gesellschaft haben sich Firma und Familie Henkel sowie ihre Mitarbeiter stets in vielfältiger Weise für die Menschen eingesetzt.

Die verschiedenen Instrumente seiner Corporate Citizenship-Aktivitäten hat die Henkel-Gruppe jetzt unter dem Dach „Henkel Smile“ zusammengefasst:

- ▶ die Unterstützung von Projekten und Initiativen – Community Involvement,
- ▶ die Initiative „Miteinander im Team“ (MIT) – Corporate Volunteering,
- ▶ die Henkel Friendship Initiative und
- ▶ das Spenden-Management.

Zusätzlich will Henkel mit diesem Konzept seine Sponsoring-Aktivitäten stärker mit seinem gesellschaftlichen Engagement verbinden und auch seine Sponsoringpartner für die Unterstützung sozialer Projekte gewinnen.

Die Gesamtsumme der Fördermaßnahmen der Henkel-Gruppe im Corporate Citizenship-Programm betrug im Jahr 2004 rund fünf Millionen Euro.

Engagement vor Ort: Community Involvement

Das Community Involvement-Programm steht bei Henkel für gesellschaftliches Engagement vor allem an den Standorten der Henkel-Gruppe weltweit. Das Unternehmen fördert hier Projekte auf den Gebieten Schule, Bildung, Jugend- und Breitensport, Kunst, Kultur, Umwelt, Gesundheit und Wissenschaft. Zielgruppen sind die Mitarbeiter, deren Familien und Freunde sowie die Nachbarn an den Henkel-Stand-

orten. Diese Aktivitäten werden von dem gesellschaftlichen Engagement unserer Marken und Technologien ergänzt.

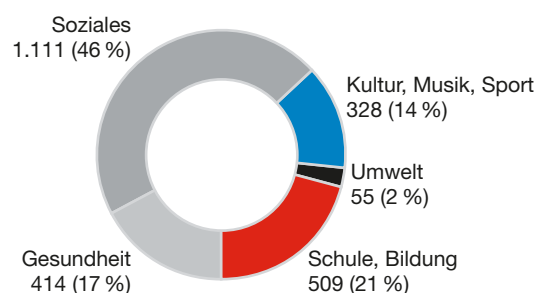
MIT-Initiative: ehrenamtlich engagiert

Seit 1998 unterstützt Henkel durch die MIT-Initiative gemeinnützige Projekte je nach Bedarf mit Sach- und Geldspenden oder auch durch Freistellung von Mitarbeitern. Mitarbeiter und Pensionäre engagieren sich hier ehrenamtlich und unentgeltlich für die Gesellschaft. Das freiwillige Engagement der Mitarbeiter spiegelt dabei in idealer Weise den Leitspruch des Unternehmens „A Brand like a Friend“ (Eine Marke wie ein Freund) wider. Insgesamt 598 MIT-Community-Projekte – betreut von Mitarbeitern und Pensionären aus 36 Henkel-Firmen weltweit – wurden im Jahr 2004 gefördert.

Im MIT-Netzwerk haben Mitarbeiter, die bereits durch die MIT-Initiative gefördert wurden, eigene

MIT-Initiative 1998 bis 2004

Projekte nach Themen



Gesamt 2.417 (100 %)



Eine Spende der Henkel Friendship Initiative half, im türkischen Saridalli, Anatolien, ein Schulgebäude zu bauen (Foto links). Jahrelang hatte der Unterricht in Containern stattgefunden. Mitte Oktober 2004 wurde die „Saridalli Henkel Primary School“ eröffnet.

Mitglieder des Düsseldorf-MIT-Netzwerks verpackten zum vierten Mal von Mitarbeitern gespendete Schuhe und Kleider für Bedürftige in Weißrussland (Foto rechts). 116 Paletten voller Sachspenden sind bei der Sammelaktion zusammen gekommen.



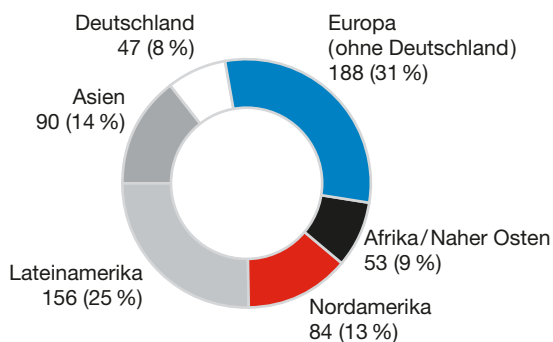
Initiativen gestartet. Zum Beispiel führte das MIT-Netzwerk in Düsseldorf zum vierten Mal in Folge eine Schuh- und Kleidersammlung für einen Hilfstransport nach Weißrussland durch. Mit einer eigenen MIT-Datenbank bietet das Netzwerk allen Mitarbeitern Informationen, Tipps und Ratschläge zum ehrenamtlichen Engagement. [i](#)

MIT-Kinderprojekte: weltweit aktiv

Seit 2001 unterstützt Henkel mit einer Million Euro pro Jahr die ehrenamtliche Arbeit seiner Mitarbeiter und Pensionäre für Kinderprojekte in aller Welt. Über 35.000 bedürftigen Kindern und Jugendlichen in mehr als 90 Ländern wurde bisher geholfen. 2004 konnten weitere 188 MIT-Kinderprojekte in 65 Ländern unterstützt werden. Der internationale Charakter dieser Projekte trägt entscheidend dazu bei, die MIT-Initiative weltweit in der Henkel-Gruppe zu etablieren.

MIT-Kinderprojekte 2001 bis 2004

Projekte nach Regionen



Gesamt 618 (100 %)

Schwerpunkte der MIT-Kinderprojekte liegen in der Arbeit mit Schulen, Ausbildungsstätten, Waisenhäusern und Kinderheimen, Krankenhäusern sowie Straßenkindern. Dabei ist das Engagement für HIV-infizierte Kinder besonders hervorzuheben.

Henkel Friendship Initiative: schnelle Hilfe

Für Menschen in Not in aller Welt ist besonders wichtig, dass Hilfe schnell und unbürokratisch geleistet wird. Mit der 2003 gegründeten „Henkel Friendship Initiative e.V.“ ist Henkel in der Lage, vor allem bei Katastrophenfällen auf direktem Weg finanzielle Hilfe oder Hilfsgüter an Ort und Stelle zu bringen. Ein erstes Beispiel war die Soforthilfe für die Erdbebenopfer vom Mai 2003 in Algerien. Im Jahr 2004 folgten Projekte unter anderem in Kenia, Nigeria und der Türkei. Im Dezember 2004 stellte die „Henkel Friendship Initiative e.V.“ umgehend Soforthilfe für die Tsunami Opfer bereit. Die Henkel Friendship Initiative ist die Weiterentwicklung des bereits 1991 gegründeten und regional tätigen „Henkel-Förderwerk Genthin e.V.“.

Spendenmanagement: gezielt fördern

Ergänzend zur Unterstützung durch das Community Involvement, die MIT-Initiative und die Henkel Friendship Initiative fördert Henkel – koordiniert durch ein zentrales Spenden-Management – weltweit gesellschaftliche Projekte. Schwerpunkte sind die Bereiche Soziales – vor allem Initiativen gegen Ausländerfeindlichkeit, Rassismus und Gewalt – Schule und Bildung, Wissenschaft, Kunst und Kultur, Gesundheit, Sport und Umwelt. Politische Parteien werden nicht unterstützt.

Mitarbeiter

- ▶ **Familie und Beruf: erstes Audit durchgeführt**
- ▶ **Unternehmenskultur: weltweite Führungskräfte-Befragung**
- ▶ **Europäisches Arbeitnehmergremium: Vertreter aus neuen EU-Ländern aufgenommen**

Durch wichtige Akquisitionen ist die Henkel-Gruppe 2004 noch internationaler geworden. Rund 79 Prozent der 51.200 Mitarbeiter arbeiten außerhalb Deutschlands. Weltweit sind rund 7.590 Mitarbeiter als Führungskräfte eingestuft. Der Anteil der Frauen im Management liegt bei rund 23 Prozent. Dieser Anteil konnte in den letzten Jahren bei Neueinstellungen deutlich gesteigert werden.

Aktuelle Schwerpunkte der Mitarbeiterorientierung sind die kontinuierliche Verbesserung der Unternehmenskultur auf Basis systematischer Mitarbeiterbefragungen, die Förderung der Mitarbeiter und die Steigerung der Führungsqualität. Dafür wurden im Jahr 2004 unter anderem der Code of Teamwork und Leadership überarbeitet und die Programme zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf weitergeführt.

Um langfristig seine Wettbewerbsfähigkeit zu stärken, kündigte Henkel im November 2004 ein neues Restrukturierungsprogramm an. Im Rahmen dieses Programms werden bis 2006 voraussichtlich 3.000 Stellen abgebaut. Die betrieblichen Vertretungen werden frühzeitig und partnerschaftlich eingebunden. Die betroffenen Mitarbeiter haben ein Recht auf eine soziale und verantwortungsvolle Behandlung, wie sie der Henkel-Kultur entspricht, so dass persönliche Härten weitgehend vermieden werden.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördern

Henkel will seine Mitarbeiter dabei unterstützen, ihr berufliches Engagement mit der persönlichen Lebensplanung in Einklang zu bringen. Um Erfahrungen zu sammeln, wie die Arbeit noch flexibler

Mitarbeiterorientierung

Die wichtigste Grundlage für den Erfolg eines Unternehmens sind die Mitarbeiter. Aus diesem Grund investiert Henkel in Wissen, Kreativität, soziale Kompetenz und Engagement seiner Mitarbeiter.

Eine offene Kommunikation und die Anerkennung individueller Leistungen erhöht die Identifikation mit den Zielen des Unternehmens. Um das persönliche Engagement der Mitarbeiter mit dem Erfolg der Henkel-Gruppe zu verknüpfen, setzt Henkel auf flache Hierarchien, eine zielorientierte Führung, leistungsorientierte Vergütung, regelmäßige Bewertung und kontinuierliches Lernen.

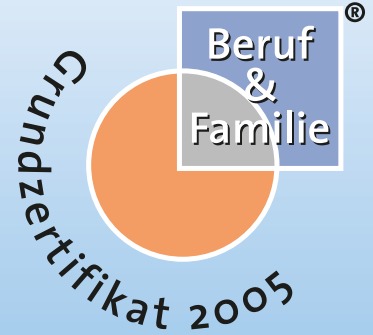
Die Achtung der Persönlichkeit jedes Einzelnen, der Grundsatz der Gleichbehandlung sowie die Förderung ehrenamtlichen Engagements sind als wichtige Aspekte der Mitarbeiterorientierung in unserem Code of Conduct verankert.

gestaltet werden kann und Mitarbeiter bei der Suche nach Lösungen für Betreuungsprobleme besser unterstützt werden können, hat der Arbeitskreis „Familie & Beruf“ in den letzten Jahren mehrere Pilotprojekte in der Düsseldorfer Konzernzentrale initiiert.

Auf Grundlage dieser Erfahrungen sollen nun erste Projekte der lokalen Situation entsprechend auch auf andere deutsche Standorte ausgeweitet werden. Beispielsweise wird die Nutzung der externen Beratung „Familienservice“ möglich sein.



Die Henkel KGaA wurde durch das deutsche Job- und Wirtschaftsmagazin „Junge Karriere“ mit dem Gütesiegel „Fair Company“ ausgezeichnet. Die Auszeichnung wird Firmen verliehen, die sich den fünf Regeln des „Fair Company“-Kodex verpflichten und keine Vollzeitstellen durch Praktikanten- oder Hospitantenstellen ersetzen. 



Diese bietet den Eltern eine individuelle Beratung bei der Suche nach Betreuungsmöglichkeiten für ihre Kinder oder andere Familienangehörige und vermittelt gegebenenfalls qualifiziertes Betreuungspersonal.

Audit „Beruf & Familie“

Zusammen mit dem unabhängigen Institut Beruf & Familie, einer Initiative der Hertie Stiftung, hat Henkel im Jahr 2004 in Düsseldorf-Holthausen ein Audit „Beruf & Familie“ durchgeführt. In einem Auditierungs-Workshop erarbeitete eine Projektgruppe umfangreiche Ziele und Maßnahmen, zum Beispiel zu flexiblen Arbeitszeiten oder der besseren Re-Integration von Mitarbeitern nach familienbedingter Abwesenheit. Daraus wurden konkrete Ziele für die kommenden drei Jahre abgeleitet und vom Unternehmen bestätigt. Auf dieser Grundlage wurde Henkel im Dezember 2004 das Grundzertifikat verliehen. Im Jahr 2007 wird in einem abschließenden Audit überprüft, ob die Ziele erreicht wurden. Bei erfolgreicher Umsetzung wird das Unternehmen mit dem Zertifikat „Beruf & Familie“ ausgezeichnet.

Weltweite Führungskräfte-Befragung

Im Oktober und November 2003 führte Henkel erstmals eine weltweite Führungskräfte-Befragung auf Basis der „Denison Culture Indicators“ durch. Rund 4.600 Henkel-Manager aus 60 Ländern beantworteten Fragen in zwölf Wertekategorien, die Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben. Mit den „Denison Culture Indicators“ kann Henkel die Ergebnisse erstmals auch mit anderen Unternehmen

vergleichen: Mehr als 500 Unternehmen in 80 Branchen nutzen dieses System.

Die im Februar 2004 präsentierte Auswertung der Befragung zeigte Stärken und Schwächen auf. Während Henkel zum Beispiel bei Fragen zur „lernenden Organisation“ eine führende Position einnimmt, wurden die Bereiche Strategie und Vision von den Mitarbeitern schwächer eingeschätzt. Die Ergebnisse wurden weltweit in Arbeitskreisen ausgewertet. Neu erarbeitete Aktionsprogramme gehen spezifische Probleme vor Ort an. Mehr als 400 Einzelprojekte wurden gestartet.

Eine zweite Umfragerunde im November 2004 überprüfte, ob die initiierten Projekte bereits zu einer Verbesserung der Unternehmenskultur geführt haben. Die Ergebnisse wurden im Februar 2005 präsentiert. Sie zeigen die Wirkung eingeleiteter Aktivitäten. Nicht nur die Rücklaufquote steigerte sich von 61 auf 80 Prozent – eine für elektronische Befragungen bemerkenswerte Zahl –, sondern auch die Ergebnisse zogen deutlich an.

Mit der regelmäßigen und systematischen Befragung zur Unternehmenskultur und darauf aufbauenden Aktionsprogrammen will Henkel langfristig die Grundlagen für Wachstum, Profitabilität, Innovation und Mitarbeiterzufriedenheit verbessern. Ziel ist es, in allen Dimensionen der Unternehmenskultur mindestens zu den besten 25 Prozent der Unternehmen zu gehören.

Europäisches Arbeitnehmergremium erweitert

Im Jahr 1995 hat Henkel als eines der ersten deutschen Unternehmen auf freiwilliger Basis das Europäische Arbeitnehmergremium (EAG) geschaf-



Das Europäische Arbeitnehmergremium (EAG) tagte Anfang Mai 2004 in Düsseldorf-Holthausen (links). Zum ersten Mal mit dabei waren die Vertreter der zehn neu hinzugekommenen EU-Länder.

Im Mai 2004 konnten alle Beschäftigten im Werk Düsseldorf-Holthausen ihr persönliches Diabetes-Risiko bestimmen lassen. Der Werksärztliche Dienst, die Betriebskrankenkasse Essanelle und der Deutsche Diabetiker Bund informieren darüber an Ständen.



fen, um die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Management und Arbeitnehmervertretern auf europäischer Ebene fortzusetzen. Anfang Mai 2004, nur wenige Tage nach der Aufnahme der neuen Mitgliedsländer in die Europäische Union, wurde das EAG um Vertreter aus diesen Ländern erweitert. Damit sind jetzt 16 Länder mit insgesamt 28 Mitgliedern im EAG vertreten.

Im EAG informiert Henkel die Vertreter aus seinen europäischen Unternehmen beispielsweise über die wirtschaftliche Lage, grenzüberschreitende Initiativen des Unternehmens wie Restrukturierungsprogramme oder Reorganisationen, Sicherheit, Gesundheit und Umwelt oder über Schulungs- und Entwicklungsprogramme. Bevor Entscheidungen getroffen werden, bindet Henkel die Arbeitnehmervertreter ein. Dies hilft Henkel zum einen, mögliche Probleme frühzeitig zu erkennen und Lösungsansätze zu entwickeln. Zum anderen stärkt dies die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen.

Gesundheitsvorsorge

Henkel hat 2004 wieder gezielte Programme durchgeführt, die die Erhaltung und Verbesserung der Gesundheit und die damit verbundene persönliche Leistungsfähigkeit für den einzelnen Mitarbeiter und das Unternehmen fördern. Bei der Ausgestaltung von Gesundheitsprogrammen setzten die Henkel-Gesellschaften je nach nationalen und kulturellen Gegebenheiten unterschiedliche Schwerpunkte. Die Programme reichten von Nichtraucherseminaren und Informationen zum Stressmanagement über Vorsorgeuntersuchungen bis hin zu Programmen zur AIDS-Prävention. 

Um die betriebliche Gesundheitsvorsorge kontinuierlich zu verbessern, findet jährlich ein Erfahrungsaustausch zwischen den Werksärzten aller deutschen Henkel-Unternehmen sowie innerhalb der Personalabteilungen statt. Die Erkenntnisse werden auch international den Standorten zur Verfügung gestellt.

Steigerung der individuellen Kompetenzen

Als Instrument zur Mitarbeiterbeurteilung setzt Henkel seit 1998 weltweit für alle Führungskräfte erfolgreich das „Management Competencies Assessment“ (MCA) ein. 2004 wurde das MCA grundlegend überarbeitet und von einem Zweijahres- auf einen Jahresrhythmus umgestellt – unter anderem um häufiger Feedbackgespräche anzuregen und somit die individuelle Entwicklung der Mitarbeiter kontinuierlich zu fördern.

Dabei wurden die Beurteilungskriterien mit den Kriterien der anderen bei Henkel eingesetzten Bewertungsinstrumente harmonisiert, zum Beispiel für Einstellungstests und „Assessment Centers“. Die zwölf Managementkompetenzen umfassen Aspekte des persönlichen Engagements, der Problemlösungskompetenz sowie der Teamfähigkeit. Das MCA hilft Vorgesetzten und Mitarbeitern, Anforderungen, Verhalten und Kompetenzen zu analysieren. Auf Basis der jeweiligen Stärken und Schwächen können notwendige Trainingsmaßnahmen definiert und Entwicklungsmöglichkeiten identifiziert werden. Um Bewertung und Training optimal miteinander zu verzahnen, wurden Kernelemente des Schulungsprogramms neu ausgerichtet und ebenfalls an den zwölf Dimensionen des MCA gespiegelt.

» Das Unternehmen als „guter Bürger“ und aktiver Teil der Gesellschaft.«



» Seine Rechte und Pflichten in den einzelnen Ländern wahrzunehmen ist die vielleicht größte Herausforderung für ein multinationales Unternehmen.

Als guter Bürger sollte ein Unternehmen nachhaltig, wettbewerbsfähig und gewinnbringend arbeiten und durch seine Aktivitäten zur sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung der Gesellschaft und zum Umweltschutz im jeweiligen Umfeld beitragen.

Bei der Wahrnehmung seiner Rechte als Unternehmen sollte Henkel seine führende Rolle unter Beweis stellen und Schwierigkeiten, die sich aus den institutionellen Gegebenheiten je nach Entwicklungsstand des jeweiligen Landes ergeben, rechtlich und ethisch einwandfrei überwinden. In Brasilien wären die Schwerpunkte wie folgt zu setzen:

- Stärkung des nationalen Kapitalmarktes;
- Festlegung hoher Standards für Lieferanten und Dienstleister; Entwicklung von Strategien, um allen Einkommensgruppen und Regionen mit Qualitätsprodukten zu erreichen.

In Erfüllung seiner Pflichten gegenüber der Gesellschaft sollte Henkel ein Maßnahmenpaket entwickeln, das zum Gemeinwohl beiträgt und gleichzeitig das Unternehmensprofil stärkt. In Brasilien könnte dies die folgenden Punkte betreffen:

- Information der Verbraucher über nachhaltige Verhaltensweisen,
- Einsatz erneuerbarer Ressourcen und Reduzierung des Wasserverbrauchs im Produktionsprozess,
- Unterstützung der Jugend – speziell in den besonders benachteiligten Stadtteilen – durch Ausbildungs- und Sportinitiativen sowie,
- strenge Sicherheitsmaßnahmen am Arbeitsplatz, im Transportwesen und bei der Produktanwendung und -entsorgung.«

Henrique B. Cavalcanti

Präsident von FUNATURA, Brasília, Brasilien
ehemaliger brasilianischer Minister für Umwelt und den Amazonas, Vorsitzender der 3. Sitzung der UN-Kommission für Nachhaltige Entwicklung 1995
www.funatura.org.br



Henkel in Brasilien

Mit der Gründung des Gemeinschaftsunternehmens Henkel do Brasil trat Henkel 1955 in den brasilianischen Markt ein. Die erste Produktionsstätte für P3-Produkte und Textil- sowie Lederhilfsmittel wurde 1958 eröffnet. Heute vertreibt und produziert die Henkel-Gruppe in Brasilien Kosmetik und Körperpflege, Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Klebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächentechnik für die Industrie. Die Aktivitäten in Brasilien, Chile und Argentinien werden heute über die Henkel Limitada gesteuert.

Standorte

Die Henkel-Gruppe betreibt vier Produktionsstandorte in São Paulo.

Mitarbeiter

In Brasilien beschäftigt die Henkel-Gruppe 651 Mitarbeiter.

Umsatz 2004

Im Jahr 2004 erzielte die Henkel-Gruppe in Brasilien einen Umsatz von 95 Millionen Euro.

Die wichtigsten Marken

► Kosmetik/Körperpflege:

Bonacure, Igora

► Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker:

Loctite, Pritt

► Henkel Technologies:

Loctite, Liofol, Optal, Technomelt, Teroson

Weitere Informationen

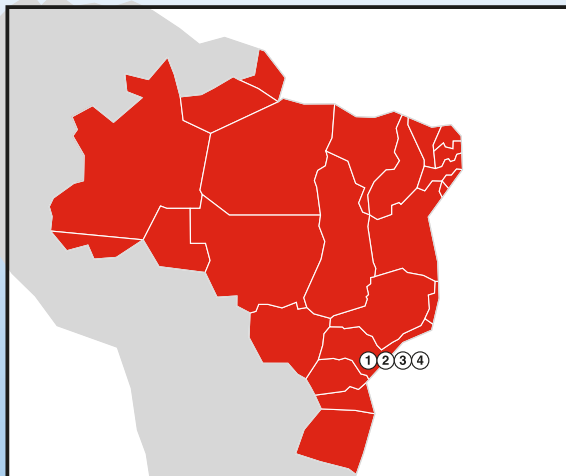
www.henkel.com.br

IGORA



LOCTITE

technomelt
supra



Diadema/São Paulo	①
Itapevi/São Paulo	②
Jacareí/São Paulo	③
Vinhedo/São Paulo	④

Regionen

- ▶ **Interne Audits: hoher Standard bestätigt**
- ▶ **Ausrichtung auf regionale Herausforderungen und lokale Bedürfnisse**
- ▶ **Weltweit: Projekte zur Verringerung der Kohlendioxid-Emissionen**

Weltweit verantwortlich

Henkel-Standorte in aller Welt arbeiten kontinuierlich an der Verbesserung von Sicherheit, Gesundheit und Umweltschutz, fördern ihre Mitarbeiter und übernehmen gesellschaftliche Verantwortung in ihrem Umfeld. 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 Regionenkarten auf den Seiten 28 bis 31 geben einen Überblick über die Produktionsstätten der Henkel-Gruppe, die regionalen Entwicklungen sowie die Auditergebnisse im Jahr 2004.

Um die konzernweiten Produktionsstrukturen noch effizienter zu gestalten, überprüfte Henkel auch im vergangenen Jahr die vorhandenen Kapazitäten und richtete einzelne Geschäfte neu aus. Ein Standort wurde im Berichtsjahr verkauft und drei wurden geschlossen. Durch mehrere Akquisitionen kamen 15 Standorte hinzu. Neu akquirierte Unternehmen werden – wo nötig – gezielt an die Standards der Henkel-Gruppe herangeführt.

Dualer Ansatz

In Ergänzung zum Konzernprogramm zur Vermeidung von Arbeitsunfällen haben auch die Unternehmensbereiche Programme aufgelegt und Maßnahmen eingeleitet, um das Bewusstsein der Mitarbeiter für die Arbeitssicherheit weiter zu verbessern und Unfallursachen zu beseitigen. So hat zum Beispiel der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel im Rahmen seines Programms „Go Accident Level

Zero“ (GOAL Zero) die Anzahl der Arbeitsunfälle an seinen Standorten von 1,4 Unfällen pro 200.000 Arbeitsstunden im Jahr 2003 auf 0,8 im Jahr 2004 sowie die Anzahl der Ausfalltage um 63 Prozent von rund 6000 auf 2200 verringern können. Entscheidend für den Erfolg war dabei die Kombination aus zentral gesteuerten und lokal initiierten Aktivitäten. Und im Jahr 2005 sollen die Unfälle noch einmal um 35 Prozent gesenkt werden. Im Rahmen eines internationalen Pilotprojekts prüft der Unternehmensbereich, ob eine Zertifizierung des Arbeitsschutzmanagements nach dem internationalen Standard OHSAS 18001 zu einer weiteren Verringerung beitragen kann. 

Lateinamerika: Mitarbeiterbefragung

Neu aufgestellt hat sich in den Jahren 2003 und 2004 die Henkel Limitada. Das ist die regionale Organisationsgesellschaft für die Henkel-Unternehmen in Brasilien, Chile und Argentinien. Im Zuge dieser Neuorganisation führte die Henkel Limitada eine Befragung der rund 850 Mitarbeiter in der Region durch. Ziel war es, das Arbeitsklima auf allen Ebenen und in allen drei Ländern detailliert zu erfassen, um so Verbesserungspotenziale zu erkennen. Neben der starken Unterstützung durch das Top-Management wurde die Befragung von einer breiten Kommunikationskampagne begleitet. Der Erfolg: Rund 90 Prozent der Mitarbeiter nahmen an der Befragung teil.

Die Ergebnisse wurden im Dezember 2004 an alle Mitarbeiter kommuniziert. Die Auswertung zeigte, dass beispielsweise die Bereiche Arbeitsplatzbedingungen und Glaubwürdigkeit des Unterneh-

Am Standort Avon im US-Bundesstaat Ohio produziert die Henkel Corporation Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker. Zum fünften Mal in Folge wurde das Werk mit dem „NorthCoast 99 Award“ als einer der beliebtesten Arbeitgeber ausgezeichnet. Bewertet werden die Unternehmen nach ihren Leistungen in den Kategorien Lohn- und Gehaltsniveau, Zusatzleistungen wie

Kranken- und Rentenversicherung, Gleichbehandlung der Mitarbeiter, Personalbeschaffung, Kommunikation, gesellschaftliches Engagement, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie Aus- und Weiterbildung. Henkel konnte sich trotz der bereits hohen Bewertung im Vorjahr nochmals in fünf der acht Kategorien verbessern, darunter Weiterbildung und Kommunikation. 



HONORING 99 OF THE BEST PLACES
TO WORK IN NORTHEAST OHIO

mens positiv von den Mitarbeitern bewertet wurden. In den Bereichen Führungsstil und Kommunikation ist allerdings Verbesserungspotenzial zu erkennen. Um die Stärken weiter auszubauen und Schwächen zu reduzieren, wird im nächsten Schritt eine interne Arbeitsgruppe aufgestellt. Darin werden Mitarbeiter aus allen Bereichen und Standorten gemeinsam Verbesserungsmaßnahmen entwickeln, die noch im Jahr 2005 implementiert werden sollen.

Brasilien: leichter lernen

Am Standort Diadema in Brasilien werden Mitarbeiter – insbesondere aus der Produktion – einmal wöchentlich in den Themen Sicherheit, Gesundheit, Umweltschutz und Qualität geschult. Mit Kurzfilmen werden die Inhalte leicht zugänglich vermittelt. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der landestypischen Aufbereitung und Präsentation der Themen. So werden mit dem neuen Schulungsprogramm auch Mitarbeiter erreicht, die sich von anderen Schulungsmethoden nicht angesprochen fühlen. Nachdem das Konzept bei den Mitarbeitern in Diadema breite Akzeptanz gefunden hat, wird es im Jahr 2005 auch an den anderen Standorten in Brasilien eingesetzt.

Weltweit: effizienter Energieeinsatz

Der Klimawandel ist eine der großen Herausforderungen unserer Zeit. Henkel verringert daher seit Jahren weltweit Kohlendioxid-Emissionen, die durch den Energieeinsatz der Standorte sowie in der Anwendungsphase der Produkte verursacht werden. An den Standorten trägt Henkel durch eine Verbesse-

rung der Energieeffizienz und die Substitution von Brennstoffen zu einer Verringerung seiner direkten und indirekten Kohlendioxid-Emissionen bei. Die in der Tabelle aufgeführten Maßnahmen stehen beispielhaft für aktuelle Projekte. Sie haben dazu beigetragen, dass die Henkel-Gruppe ihre Kohlendioxid-Emissionen pro Tonne Produktionsmenge in den Jahren 2000 bis 2004 um 12 Prozent senken konnte.

Projekte zur Verringerung der Kohlendioxid-Emission

Deutschland Düsseldorf- Holthausen	9 Prozent weniger Kohlendioxid-Emissionen durch Einsatz kohlendioxidneutraler Brennstoffe aus Produktionsrückständen.
Deutschland Krefeld	20 Prozent weniger Energieverbrauch durch Prozessoptimierungen, zum Beispiel durch den Umbau einer Wärmekammer.
Deutschland Wasser- trüdingen	65 Prozent weniger Kohlendioxid-Emissionen durch Umstellung der Heizungsanlage von Öl auf Gas.
Indien Karaikal	12 Prozent weniger Energieverbrauch durch verschiedene Prozessoptimierungen. Energie-Audits sollen weitere Einsparpotenziale identifizieren.
Polen Racibórz	22 Prozent weniger Kohlendioxid-Emissionen durch Modernisierung von Produktionsanlagen.
Russland Perm	13 Prozent weniger Energieverbrauch durch verschiedene Prozessoptimierungen.
Russland Tosno	20 Prozent weniger Energieverbrauch pro Tonne Produkt durch Modernisierung der Kompressorstation.

Soforthilfe für Tsunami-Opfer

Für die Opfer des Seebebens im indischen Ozean im Dezember 2004 stellte Henkel über die international operierende „Henkel Friendship Initiative e.V.“ umgehend 500.000 Euro sowie Sachspenden im



Satish Kumar (vierter von links), Geschäftsführer von Henkel India, und VR Veerappan (dritter von links), Leiter Technik, besuchten ein zerstörtes Dorf am Indischen Ozean, das in der Nähe des Werks Karaikal liegt. Henkel India unterstützte zusammen mit der Henkel-Gruppe Flutopfer unter anderem mit Essen, Kleidung und Zelten.

Außerdem beteiligt sich Henkel India am Wiederaufbau einer Grundschule im nahegelegenen Nagapattinam sowie am Bau eines multifunktionalen Schutzraums.

Wert von weiteren 500.000 Euro bereit. Die nationalen Henkel-Gesellschaften in den betroffenen Ländern organisierten schnell und unbürokratisch die Hilfe vor Ort. So haben sich zum Beispiel die Mitarbeiter im Werk Karaikal, einer der stark betroffenen indischen Städte, umgehend mit technischer Unterstützung sowie Material- und Geldspenden an den Hilfsmaßnahmen für die Bevölkerung beteiligt.

Zusätzlich werden Hilfsangebote der Henkel-Mitarbeiter und Pensionäre durch das Spendenmanagement im Rahmen der Henkel Friendship Initiative koordiniert. Henkel konzentriert sich insbesondere darauf, längerfristige Projekte zu fördern. So sollen in besonders schlimm verwüsteten Gebieten Projekte gefördert werden, die den Menschen helfen, sich eine neue Existenz aufzubauen.

Neuseeland: engagiert gespart

Die intensive Einbindung der 60 Mitarbeiter am Standort Auckland war die Basis für den Erfolg eines Abfallvermeidungs- und Recyclingprogramms: Zum einen wurde das Umweltbewusstsein der Mitarbeiter durch Schulungen gefördert, beispielsweise zum Erkennen und Sortieren von Abfällen. Zum anderen wurde das Thema in die regelmäßigen Versammlungen zu Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit integriert. Hinzu kamen eine vollständige Bestandsaufnahme der Abfallarten und -mengen sowie eine Analyse der Möglichkeiten zur Wiederverwertung oder optimalen Entsorgung. So konnten die Entsorgungskosten um 47 Prozent reduziert werden.

Zwei Beispiele: Für Altöl konnte als Abnehmer eine Firma gefunden werden, die das Altöl zu Heizöl aufbereitet. Und das örtliche Tierheim setzt nun das geschredderte Altpapier als Streugut ein.

USA: punkten für Sicherheit und Gesundheit

In Seabrook, New Hampshire, produziert die Henkel Corporation Kleb- und Dichtstoffe für die Flugzeug- und Elektronikindustrie sowie für medizintechnische Anwendungen. Zusätzlich zu den bisherigen Aktivitäten zur Förderung von Sicherheit und Gesundheit hat sich die Werksleitung etwas Neues einfallen lassen: Der persönliche Einsatz der Mitarbeiter für Sicherheit am Arbeitsplatz, Gesundheitsvorsorge, Vorschläge zur Verbesserung von Arbeitsabläufen sowie externes Engagement werden mit Punkten honoriert. So haben die Mitarbeiter mit der Teilnahme an Fitness- und Erste-Hilfe-Kursen, mit ihrem Engagement in örtlichen Jugendgruppen, beispielsweise als Sporttrainer, mit Blutspenden sowie weiteren werksinternen und sozialen Aktivitäten engagiert Punkte gesammelt. Diese können gegen Jacken, Mützen oder Pullover mit dem Firmenlogo eingelöst oder auch gegen Freistunden getauscht werden. Kein Wunder, dass sich alle Mitarbeiter an der Aktion rege beteiligen – im Durchschnitt pro Quartal viermal.

Algerien: Henkel ENAD unterzeichnet Umweltvertrag

Im März 2004 unterzeichneten Henkel ENAD und das algerische Ministerium für Umwelt und Städtebau einen Vertrag zur Fortführung der gemeinsamen Umweltschutzaktivitäten. Dabei verpflichtet sich Henkel ENAD auf freiwilliger Basis, seine Standorte in Chelghoum Laid, Reghaïa und Aïn Témouchent bis Ende 2006 nach der Umweltmanagement-Norm ISO 14001 zertifizieren zu lassen, die Staubemissio-



Henkel SPIC India wurde im Januar 2004 mit dem Umweltpreis 2002-2003 der Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI) ausgezeichnet. Der Präsident von Indien, Dr. A. P. J. Abdul Kalam (rechts), überreichte den Preis an den Aufsichtsratsvorsitzenden der Henkel India Ltd., Dr. A. C. Muthiah. 

nen und Abwasserfrachten zu verringern sowie die Arbeitsbedingungen in der Produktion, das Abfallmanagement und das Recycling weiter zu verbessern. Henkel informiert das Ministerium halbjährlich über seine Fortschritte, führt gemeinsam mit dem Ministerium einen Erfahrungsaustausch durch und unterstützt es bei der Umweltschutz-Kommunikation.

Spanien: Ideen für die Umwelt

Kreative Mitarbeiter mit innovativen Ideen sind eine der Grundlagen für die Wettbewerbsfähigkeit und den Geschäftserfolg von Henkel. Mit seinem betrieblichen Vorschlagswesen hat das Werk La Coruña dafür die besten Voraussetzungen geschaffen. Um die Erfahrungen und die Kreativität der 170 Mitarbeiter gezielter für die Verbesserung von Umwelt- und Gesundheitsschutz sowie Sicherheit zu nutzen, wurden im Jahr 2004 zusätzliche Schulungen durchgeführt und verschiedene Preise für neue Vorschläge ausgesetzt. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Die Mitarbeiter brachten rund 350 Ideen ein, wie zum Beispiel Energie gespart oder der Arbeitsschutz verbessert werden könnte. Besonders beeindruckend ist das Ergebnis eines Vorschlags: Durch den Einbau neuer Ventile konnte der Wasserverbrauch in der Produktion um 20 Prozent gesenkt werden.

Weltweit: Gesellschaftliches Engagement

Henkel-Firmen weltweit engagieren sich vor Ort auf vielfältige Weise für die Gesellschaft. Beispielhaft dafür stehen die in der Tabelle aufgeführten Projekte der Initiative „Henkel-Smile“, die Henkel-Unter-

Projekte „Henkel-Smile“

Brasilien	Kleidersammlung zur Versorgung Hilfsbedürftiger in Diadema, São Paulo
Chile	Unterstützung eines Projekts für Kinder in Santiago de Chile, die an der Stoffwechselstörung zystische Fibrose (Mukoviszidose) leiden
China	Aufbau des Henkel-Sunflower-Kindergartens für Waisen in Tianjin
Deutschland	Unterstützung des Behindertenverbands „Miteinander leben e.V.“ in Genthin
Indien	Schulung von Bauern in modernen landwirtschaftlichen Methoden in Karaikal
Polen	Unterstützung eines Projekts zur Förderung der Umweltbildung von Kindern in Racibórz
Russland	Medizinische Hilfe in Moskau und Berlin für schwerverletzte Kinder des Terroranschlags von Beslan
Südafrika	Unterstützung eines Heims für Waisenkinder in Alrode
Türkei	Aufbau einer Grundschule in Saridalli, Anatolien
Ungarn	Spende von 100 Ultraschall-Inhalatoren für Kinder mit Pseudo-Krupp in Budapest
USA	Förderung des Therapieprojekts „Trommeln statt Drogen“ für Kinder und Jugendliche in Cromwell, Connecticut

nehmen gefördert und seine Mitarbeiter mit ihrem Engagement im Jahr 2004 unterstützt haben.

Großbritannien: stark im Team

Henkel Loctite Adhesives produziert im Werk Winsford in Großbritannien mit rund 400 Mitarbeitern Konsumentenklebstoffe. Um den steigenden Kundenanforderungen gerecht zu werden, die Effizienz zu verbessern und flexibler auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter eingehen zu können, organisierte Henkel im Jahr 1998 die Produktion neu und setzte

Die Henkel KGaA in Düsseldorf-Holthausen erhielt im Februar 2004 den INTEGRATIO-Preis der Diakonie und der Stadtsparkasse Düsseldorf für „die vorbildliche Integration von Behinderten am Arbeitsplatz“. Die Auszubildende Katja Fellenberg – sie ist aufgrund einer Muskelschwäche auf den Rollstuhl angewiesen – hatte Henkel für den Preis vorgeschlagen.



dabei auf Arbeitsteams. Zeitgleich wurde ein umfangreiches Trainingsprogramm entwickelt, das die erfolgreiche Umsetzung der Arbeit in Teams sicherstellen sollte. Für alle Mitarbeiter wurden dabei gemeinsam mit ihren Vorgesetzten individuelle Personalentwicklungspläne aufgestellt. Zum einen erforderte die neue Organisation eigenverantwortliche und qualifizierte Mitarbeiter. Zum anderen sollten den Mitarbeitern auch neue Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung geboten werden: Die staatlich anerkannten Zusatzqualifikationen können von Mitarbeitern flexibel durch Schulungen vor Ort oder Zuhause am PC erworben werden.

Für Weiterbildungsmaßnahmen seiner Mitarbeiter erhielt Henkel in Großbritannien in den letzten fünf Jahren aus öffentlichen Programmen Fördermittel in Höhe von 450.000 Euro. Mehr als 85 Prozent der Mitarbeitern haben ihr Fachwissen durch Schulungen erhöht und staatlich anerkannte Zusatzqualifikationen erworben. Der Erfolg des Programms wird Henkel von allen Seiten bestätigt: Der Dachverband der britischen Gewerkschaften, der „British Trades Union Congress“, präsentierte Henkel auf seiner jährlichen Tagung im September 2004 als Unternehmen, das vorbildlich in seine Mitarbeiter investiert.

Weltweite Gesundheitsförderung

Unter Berücksichtigung der nationalen Gegebenheiten und der lokalen Bedürfnisse fördern Henkel-Unternehmen in allen Regionen der Welt die Gesundheit ihrer Mitarbeiter. Die in der Tabelle aufgeführten Aktivitäten geben einen Überblick über die Vielfalt der Gesundheitsförderung:

Aktivitäten zur Gesundheitsförderung

Brasilien Diadema/ São Paulo	Gymnastik am Arbeitsplatz; Sensibilisierung der Mitarbeiter für Gesundheitsthemen
Deutschland Genthin	Arbeitsgemeinschaft „Gesundheit“; verschiedene Präventivmaßnahmen, zum Beispiel Krebsvorsorge und Rückenschule
Deutschland Hamburg	Augendruckmessungen für alle Mitarbeiter
Deutschland Genthin, Krefeld, Hamburg, Heidelberg, Viersen-Dülken und Wassertrüdingen	Anschaffung Automatischer Externer Defibrillatoren (AED) für den Einsatz gegen den plötzlichen Herztod und Schulung der Ersthelfer im Umgang mit den Geräten
Indien Karaikal	Kostenloser Gesundheitscheck für die Mitarbeiter
Indonesien Cimanggis/ Jakarta	Gesundheitsforum für Mitarbeiter mit dem Thema „Stress am Arbeitsplatz“; Fortführung des Forums zu anderen Themen
Kanada Brampton, Ontario	Anschaffung eines zweiten Automatischen Externen Defibrillators (AED) und Schulung der Ersthelfer im Umgang mit dem Gerät
Libanon Beirut	Nichtraucher-Initiative
Polen Wrząca	Gesundheits- und Arbeitssicherheitstrainings für Verwaltungsmitarbeiter
Südafrika Alrode/ Johannesburg	Schulungen zur Förderung des Mitarbeiterbewusstseins zum Thema HIV/AIDS und Vorsorgemaßnahmen
Ungarn Barcs, Körösladány, Szolnok, Vác	Krankenversicherung für alle Mitarbeiter; Gründung betriebseigener Sportclubs
USA Avon, Ohio	Anschaffung eines zweiten Automatischen Externen Defibrillators (AED)
USA Seabrook West, New Hampshire	Kostenlose Grippeimpfungen sowie regelmäßige Überprüfung des Blutdrucks und der Cholesterinwerte

Europa



● Länder mit Produktionsstandorten

Europa ist traditionell der größte Markt für die Henkel-Gruppe. Um die Märkte in Osteuropa besser bedienen zu können, wurde in der Ukraine eine neue Fabrik für bautechnische Produkte in Betrieb genommen.

Mit der Akquisition von Sovereign Specialty Chemicals übernahm Henkel in Europa einen Produktionsstandort für Kleb- und Dichtstoffe. Und mit der Akquisition von Concorde einen Produktions-

standort für die Herstellung von Produkten zur industriellen Wasserbehandlung.

Im Jahr 2004 wurden 20 Produktionsstandorte auditiert, davon 17 bereits zum zweiten Mal. Viele der Standorte wiesen vorbildliche Ergebnisse auf. An einem Standort entsprach das Managementsystem für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt jedoch noch nicht den Vorgaben von Henkel. Und die Lagerung von Gefahrstoffen konnte an einigen Werken noch weiter verbessert werden.

Produktionsstandorte in Europa

Deutschland		Griechenland		Polen	
Bopfingen	■ ■ ■ ■	Kato Kifissia/Athen	■ ■ ■ ■	Ciechanów	■ ■ ■ ■ ■
Düsseldorf-Flingern	■ ■ ■ ■ ■ ■	Metamorfossi/Athen	■ ■ ■ ■	Dzierżoniów	■ ■ ■ ■ ■
Düsseldorf-Holthausen	■ ■ ■ ■ ■ ■			Racibórz	■ ■ ■ ■ ■ ■
Genthin	■ ■ ■ ■ ■ ■	Großbritannien		Stąporków	■ ■ ■ ■ ■ ■
Hannover	■ ■ ■ ■ ■ ■	Belvedere	■ ■ ■ ■ ■ ■	Wrząca	■ ■ ■ ■ ■ ■
Heidelberg	■ ■ ■ ■ ■ ■	Birmingham			
Heidenau	■ ■ ■ ■ ■ ■	Dunstable	■ ■ ■ ■	Portugal	
Herborn-Schönbach	■ ■ ■ ■ ■ ■	Hemel Hempstead	■ ■ ■ ■ ■ ■	Alverca	■ ■ ■ ■ ■ ■
Krefeld	■ ■ ■ ■ ■ ■	Newark			
Paderborn	■ ■ ■ ■ ■ ■	Winsford	■ ■ ■ ■ ■ ■	Rumänien	
Porta Westfalica-Neesen	■ ■ ■ ■ ■ ■			Bukarest	■ ■ ■ ■
Sankt Augustin	■ ■ ■ ■ ■ ■	Irland			
Unna	■ ■ ■ ■ ■ ■	Ballyfermot/Dublin	■ ■ ■ ■ ■ ■	Russland	
Viersen-Dülken	■ ■ ■ ■ ■ ■	Tallaght/Dublin	■ ■ ■ ■ ■ ■	Engels	■ ■ ■ ■ ■
Wassertrüdingen	■ ■ ■ ■ ■ ■			Kolomna	■ ■ ■ ■ ■
		Italien		Perm	■ ■ ■ ■ ■
Estland		Caleppio di Settala	■ ■ ■ ■ ■ ■	Syzran	■ ■ ■ ■ ■
Pärnu	■ ■ ■ ■	Casarile/Mailand	■ ■ ■ ■ ■ ■	Tosno	■ ■ ■ ■ ■
		Cerano	■ ■ ■ ■ ■		
Finnland		Ferentino	■ ■ ■ ■ ■ ■	Schweden	
Oitti	■ ■ ■ ■	Lomazzo	■ ■ ■ ■ ■ ■	Göteborg	■ ■ ■ ■ ■
Valkeakoski	■ ■ ■ ■ ■	Parma	■ ■ ■ ■ ■	Mölnålar	■ ■ ■ ■ ■
		Zingonia/Bergamo	■ ■ ■ ■ ■ ■		
Frankreich				Schweiz	
Arnage	■ ■ ■ ■ ■ ■	Luxemburg		Erlinsbach	■ ■ ■ ■ ■
Châlons-en-Champagne	■ ■ ■ ■ ■ ■	Foetz	■ ■ ■ ■ ■ ■		
Cosne-sur-Loire	■ ■ ■ ■ ■			Serbien-Montenegro	
Louviers	■ ■ ■ ■ ■ ■	Österreich		Krusevac	■ ■ ■ ■ ■
Nemours	■ ■ ■ ■ ■ ■	Wien	■ ■ ■ ■ ■ ■		
Reims	■ ■ ■ ■ ■ ■				
Royaucourt-et-Chailvet	■ ■ ■ ■ ■				

Afrika/Naher Osten



In der Region Afrika/Naher Osten ist die Henkel-Gruppe schwerpunktmäßig im Mittelmeerraum tätig. Die in den letzten Jahren akquirierten Produktionsstandorte wurden weiter modernisiert und ausgebaut.

Im Jahr 2004 wurden dort vier Standorte auditiert, einer davon erstmalig. An dem erstmals auditierten Standort war der Aufbau des Manage-

mentsystems für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt noch nicht abgeschlossen, und die Wartung an Anlagen entsprach nicht den Henkel-Vorgaben. In einem anderen Werk stellten die Auditoren Handlungsbedarf beim Umgang mit einem Gefahrstoff sowie unzureichende Arbeitsschutzmaßnahmen bei Montagearbeiten fest. Entsprechende Verbesserungsmaßnahmen wurden umgehend eingeleitet.

Produktionsstandorte in der Region Afrika/Naher Osten

Slowenien

Maribor

Spanien

Abrera/Barcelona

La Coruña

Malgrat

Montornés

San Adrián

Santa Perpétua

Alcalá de Guadaira/Sevilla

Türkei

Cayırova

Izmir

Tuzla

Ukraine

Balaklija

Vyshgorod/Kiew

Ungarn

Barcs

Körösladány

Szolnok

Vác

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

Saudi-Arabien

Jeddah

Riad Central

Riad Industrial City

Südafrika

Alrode/Johannesburg

Syrien

Aleppo

Tunesien

Sfax

Tunis/Mornag

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

Asien / Pazifik



● Länder mit Produktionsstandorten

In den asiatisch-pazifischen Wachstumsmärkten hat die Henkel-Gruppe ihre Position im Klebstoff- und Technologiegeschäft durch Akquisitionen in Australien und in China weiter ausgebaut. Im Geschäft mit Wasch- und Reinigungsmitteln übernahm Henkel einen Produktionsstandort in Korea.

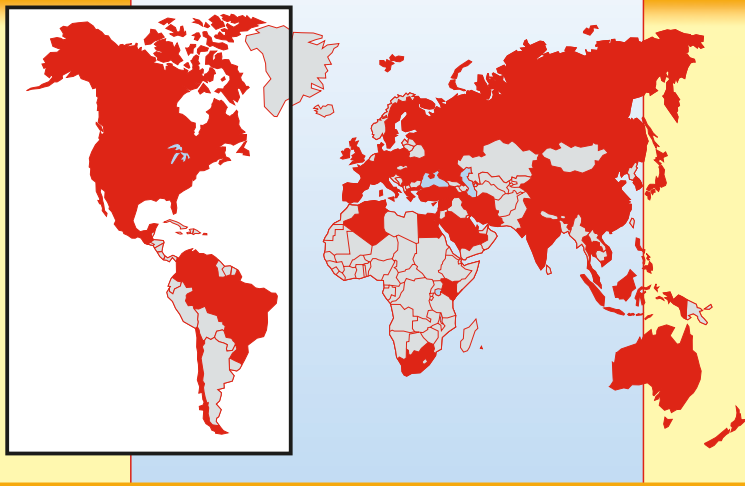
Im Jahr 2004 wurden insgesamt zwölf Produktionsstandorte auditiert, davon elf bereits zum zweiten Mal. Die Wiederholungsaudits zeigten einen

vorbildlichen Standard bei Sicherheit, Gesundheits- und Umweltschutz. Die Auditoren stellten Handlungsbedarf bei drei Standorten beim Umgang mit Gefahrstoffen fest; Maßnahmen zur Verbesserung wurden umgehend eingeleitet. Bei einem weiteren Audit ergab sich dringender Handlungsbedarf, da Mitarbeiter von externen Firmen unzureichend in ihre Arbeiten eingewiesen und kontrolliert wurden.

Produktionsstandorte in der Region Asien/Pazifik

Australien		Indien		Neuseeland	
Campbellfield		Chennai/Ambattur	□	East Tamaki/Auckland	■ □ □
Dandenong/Melbourne	□	Coimbatore	□	New Lynn/Auckland	■ □
Kilsyth/Melbourne	■ □ □ □	Gurgaon	■ □ □		
West Heidelberg/Melbourne	■ □ □	Jejuri	■ □ □ □	Philippinen	
		Kalkutta	■ □ □ □	Binan/Laguna	■ □
		Karaikal	■ □ □ □		
China				Thailand	
Changchun	■ □ □	Indonesien		Bangpakong/Bangkok	■ □ □ □
Guangzhou	■ □ □ □	Cimanggis/Jakarta	■ □ □ □	Chon Buri	
Peking	■ □ □				
Shanghai/Nanhui	■ □ □ □	Japan		Vietnam	
Shanghai/Yangpu	■ □ □	Kinuura	■	Viet Huong	□ □ □
Shantou	■ □ □ □	Osaka	■ □		
Tianjin	■ □ □ □				
Xian		Korea			
Xuzhou	■ □ □ □	Icheon	■ □ □		
Yantai/Shandong	■ □ □ □	Jincheon-Kun/Hapmonk	□		
		Jincheon-Kun/Shinchuk	■ □ □		
		Kyung-Ju	■ □ □		
		Seoul			
		Malaysia			
		Ipoh	■ □ □ □		
		Shah Alam/Selangor	■ □ □ □		

Amerika



In Nord- und Südamerika war die Henkel-Gruppe bis 2003 überwiegend im Klebstoff- und Technologie-Geschäft aktiv. Durch den Erwerb der DIAL Corporation, Advanced Research Laboratories (ARL) und Sovereign Specialty Chemicals hat die Henkel-Gruppe in den USA ihre Geschäfte mit Wasch-/Reinigungsmitteln, Kosmetik/Körperpflege sowie Kleb- und Dichtstoffen für Heim- und Handwerker neu aufgestellt sowie den Industriebereich ergänzt.

Drei Produktionsstandorte wurden im Jahr 2004 auditiert. In einem Werk zeigte sich deutlicher Verbesserungsbedarf, unter anderem bei der Lagerung von Gefahrstoffen. In einem weiteren Werk gab es hervorragende „Best Practice“-Beispiele. Ein erstmalig auditiertes Werk erfüllte bereits die Henkel-Standards.

Produktionsstandorte in Amerika

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

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

Kennzahlen

- ▶ **Weltweit erhoben: Daten von 141 Standorten**
- ▶ **Offene Information: Unfälle und Betriebsstörungen**
- ▶ **Positive Entwicklung: Verringerung der Arbeitsunfälle um 56 Prozent**

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 141 Werken der Henkel-Gruppe in 51 Ländern ermittelt. Diese Standorte sind unter anderem nach dem Produktionsvolumen sowie nach Art und Höhe des Ressourcenverbrauchs und der Emissionen ausgewählt. Sie repräsentieren 81 Prozent der weltweiten Produktion. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Erfassungsgrad damit deutlich niedriger. Der Grund hierfür ist insbesondere die Akquisition der Dial Corporation im Jahr 2004, deren Standorte noch nicht in die Erfassung der Umweltdaten aufgenommen wurden. In der Regel werden sie zwei Jahre nach der Akquisition erfasst. Die Arbeitsunfälle werden über ein weltweit einheitliches Berichtssystem erhoben. 93 Prozent der Henkel-Mitarbeiter wurden erfasst. Die Angaben zu den schweren Arbeitsunfällen und den Betriebsstörungen beziehen sich auf die gesamte Henkel-Gruppe.

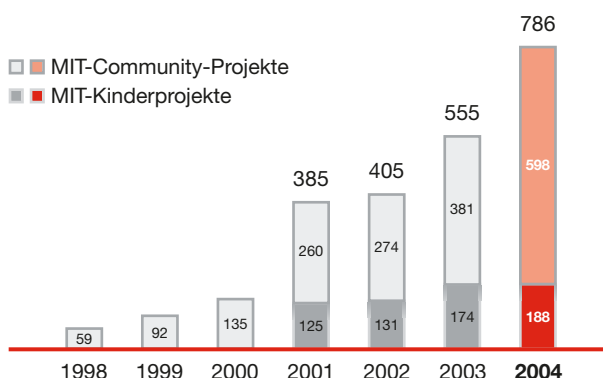
Mitarbeiter nach Regionen

	2003	2004	in %
Deutschland (mit Auszubildenden *)	11.245	10.802	21,1 %
Europa (ohne Deutschland)	17.772	17.736	34,6 %
Afrika/Naher Osten	5.172	5.154	10,1 %
Nordamerika	4.181	6.772	13,2 %
Lateinamerika	3.946	4.325	8,5 %
Asien/Pazifik	6.312	6.411	12,5 %
Henkel-Gruppe	48.628	51.200	100,0 %

Durch Akquisitionen stieg die Zahl der Beschäftigten um rund 4.100 an. Maßgeblich dazu beigetragen hat der Erwerb von Dial, ARL und Indola. Ohne die Akquisitionen hätte sich die Zahl der Mitarbeiter um 3,1 Prozent auf rund 47.100 verringert. Weltweit sind rund 7.590 Mitarbeiter als Führungskräfte eingestuft. Der Anteil der Frauen im Management liegt bei rund 23 Prozent.

* Ende 2004 hatte Henkel in Deutschland 465 Auszubildende.

Zahl der geförderten MIT-Projekte



Vergleichbare Basis

Der Henkel Konzern wächst und mit ihm die Zahl der in die Erfassung der Umweltdaten einbezogenen Standorte – von 96 im Jahr 2000 auf 141 im Jahr 2004. Da der Zuwachs nicht gleichmäßig erfolgt, ergeben sich Sprünge in der Datenentwicklung.

» Gesellschaftliche Herausforderungen als Motor für nachhaltige Produktinnovationen erkennen und nutzen.«



» Unternehmen wie Henkel werden in Zukunft von ihren Anspruchsgruppen in Europa stärker an ihrem Beitrag zum Erreichen globaler Ziele einer nachhaltigen Entwicklung gemessen. Wir sehen dabei prioritäre Aufgaben:

► Chancen und Risiken einer nachhaltigen Entwicklung sind mit neuen Bewertungsverfahren routinemäßig in die Portfolioanalyse und Produktentwicklung zu integrieren. Sie sind die Voraussetzung für Innovationen, die eine nachhaltige Entwicklung in den Absatzmärkten fördern und gleichzeitig den langfristigen unternehmerischen Erfolg sichern.

► In Schwellen- und Entwicklungsländern sollte Henkel neue Koalitionen mit internationalen Institutionen und öffentlichen Einrichtungen suchen, um mit ihren Produkten und Dienstleistungen im Sinn der „Millenium Development Goals“ der Vereinten Nationen* gleichzeitig Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten zu können.

► Über Initiativen zum nachhaltigen Konsum sehen wir in den Märkten der Europäischen Union und anderer Industrienationen große Potenziale, um die Kunden zu sensibilisieren und mit nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen erfolgreich zu sein.

► Mit Blick auf globalisierte Wertschöpfungsketten hat Henkel die Verantwortung, hohe Umwelt- und Sozialstandards bei den Zulieferern zu fördern, auch um die Nachhaltigkeitsperformance der Henkel-Produkte ganzheitlich zu optimieren. Die Zulieferer sind dafür systematisch zu bewerten, auszuwählen und zu qualifizieren. «

Christian Hochfeld,
Stellvertretender Geschäftsführer, Öko-Institut e.V.,
Büro Berlin
www.oeko.de

* www.un.org/millenniumgoals

Henkel in Deutschland

Fritz Henkel gründete 1876 die Waschmittel-Firma Henkel & Cie in Aachen. Zwei Jahre später verlegte er den Firmensitz nach Düsseldorf. 1907 führte Henkel Persil als das erste selbsttätige Waschmittel ein. Aufbauend auf diesem dauerhaften Erfolg erweiterte das Unternehmen in seiner mehr als 128-jährigen Geschichte das Geschäft um die Bereiche Klebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächentechnik sowie um Kosmetik und Körperpflege. Heute ist Düsseldorf-Holthausen der Sitz der Henkel KGaA.

Standorte

Die Henkel-Gruppe betreibt 14 Produktionsstandorte in Deutschland.

Mitarbeiter

In Deutschland arbeiten für die Henkel-Gruppe 10.802 Mitarbeiter.

Umsatz 2004

Im Jahr 2004 erzielte die Henkel-Gruppe in Deutschland einen Umsatz von 2.129 Millionen Euro.

Die wichtigsten Marken

► Wasch-/Reinigungsmittel:

Bref, Persil, Pril, Somat, Spee

► Kosmetik/Körperpflege:

Bonacure, Diadermine, Fa, Gliss Kur, Igora, Poly Brillance, Poly Color, Schauma, Taft

► Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker:

Ceresit, Metylan, Pattex, Ponal, Pritt, Sista, Tangit, Thomsit

► Henkel Technologies:

Liofol, Loctite, P3, Technomelt, Teroson

Weitere Informationen

www.henkel.de

Persil

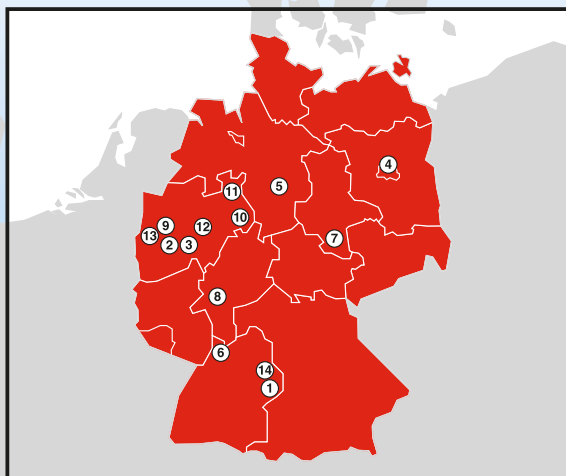
schauma

Somat

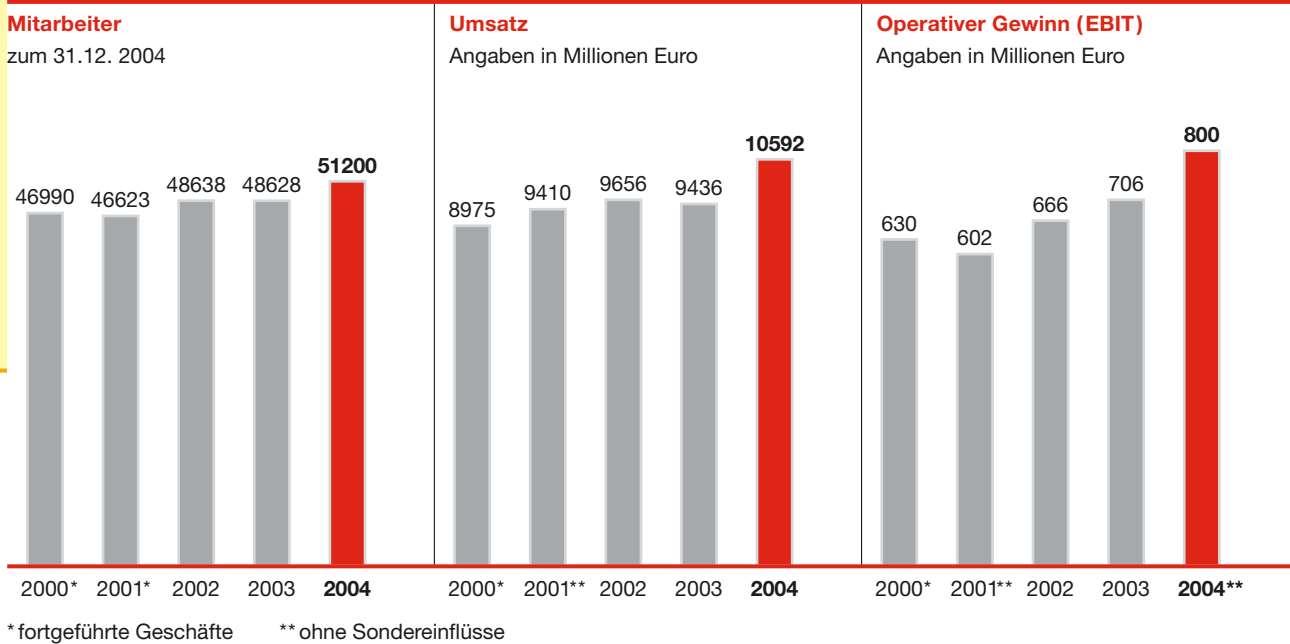
IGORA



LOCTITE

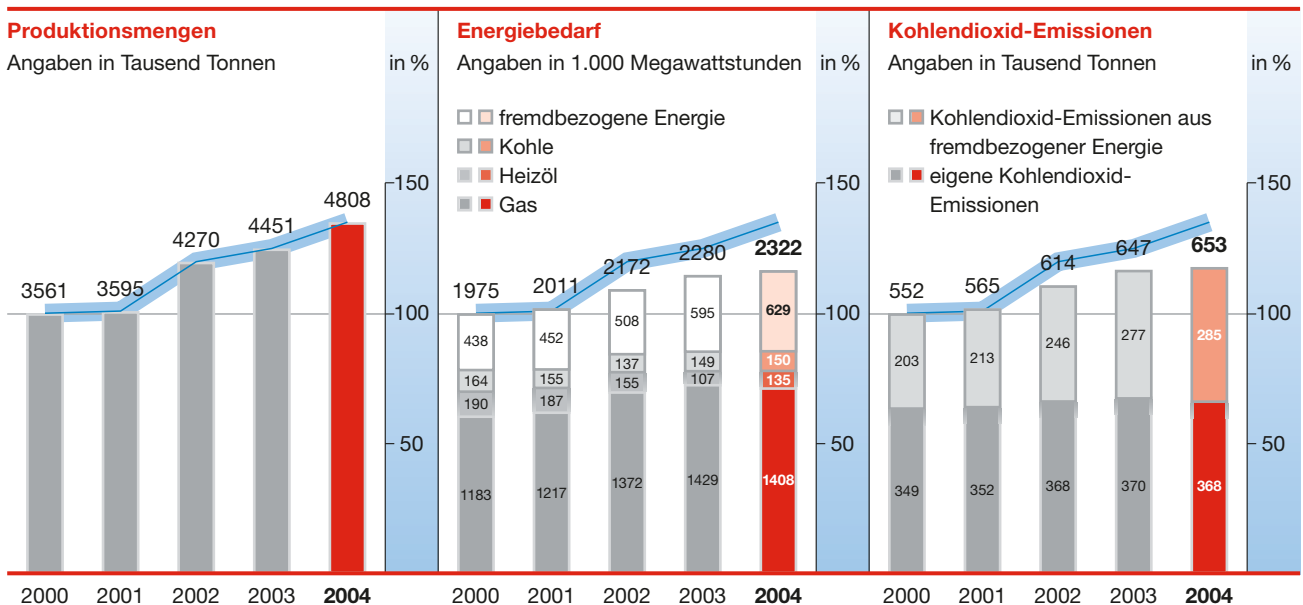


Bopfingen	①
Düsseldorf-Flingern	②
Düsseldorf-Holthausen	③
Genthin	④
Hannover	⑤
Heidelberg	⑥
Heidenau	⑦
Herborn-Schönbach	⑧
Krefeld	⑨
Paderborn	⑩
Porta Westfalica-Neesen	⑪
Unna	⑫
Viersen-Dülken	⑬
Wassertrüdingen	⑭



Als Referenzgröße ist daher auf den Grafiken die Produktionsmenge der erfassten Standorte als Index in Prozent angegeben. Basis für die Kurve (=100 Prozent) ist das Jahr 2000.

Die Kennzahlen der Jahre 2000 und 2001 wurden auf Basis der fortgeführten Geschäfte ohne die im Jahr 2001 verkaufte Chemieprodukte-Tochter Cognis und die ebenfalls 2001 veräußerte Beteiligung am Joint Venture Henkel-Ecolab ermittelt.



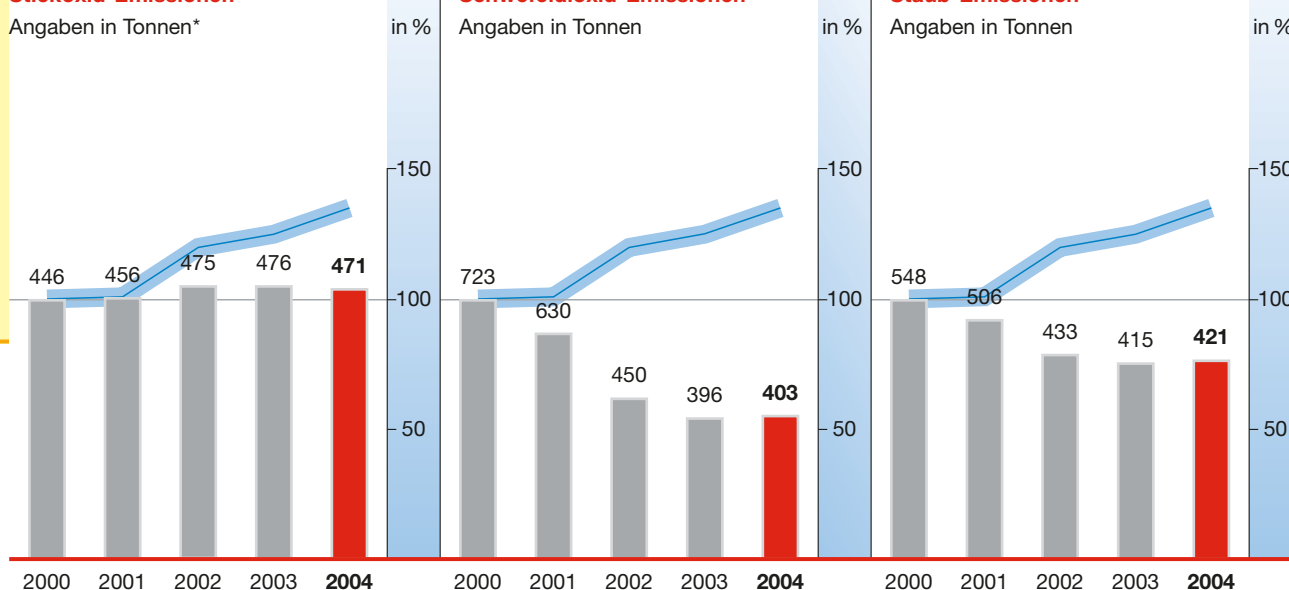
Indexierung für die Angaben in Prozent:
Jahr 2000=100 %
Die Indexkurve Produktionsmenge ist auf den anderen Grafiken als Vergleich übertragen. Sie stellt die Produktionsmengen der in die Datenerfassung einbezogenen Konzernstandorte (2004: 141 Standorte) dar.

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

Das durch die Aktivitäten der Henkel-Gruppe 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.

Stickoxid-Emissionen

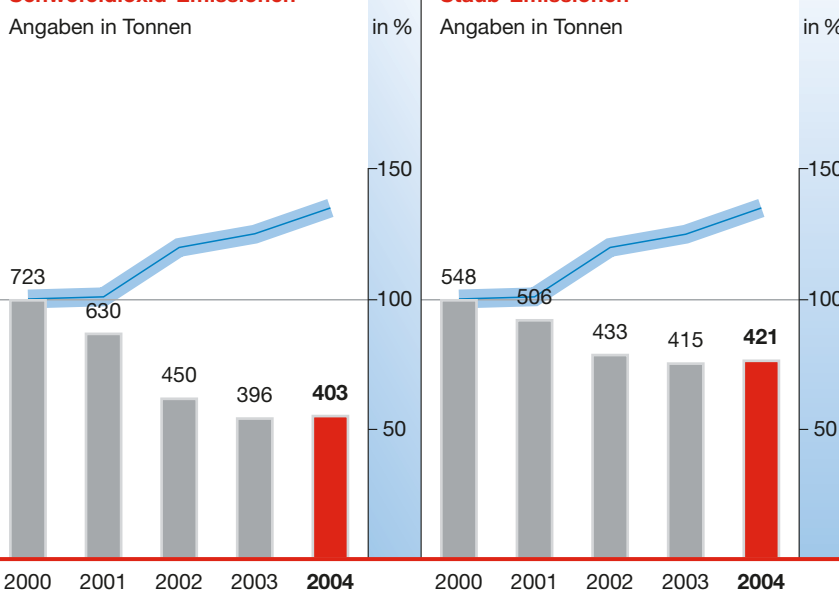
Angaben in Tonnen*



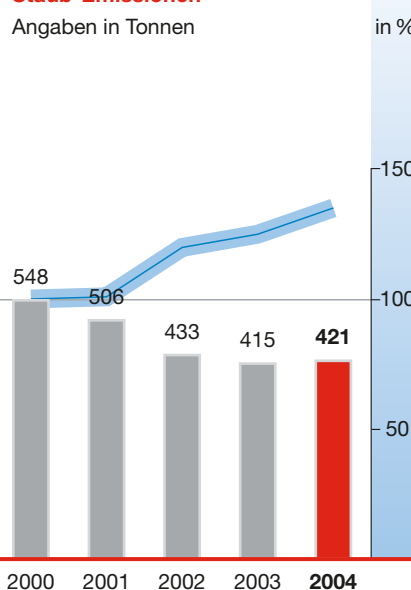
* berechnet als Stickstoffdioxid

Schwefeldioxid-Emissionen

Angaben in Tonnen

**Staub-Emissionen**

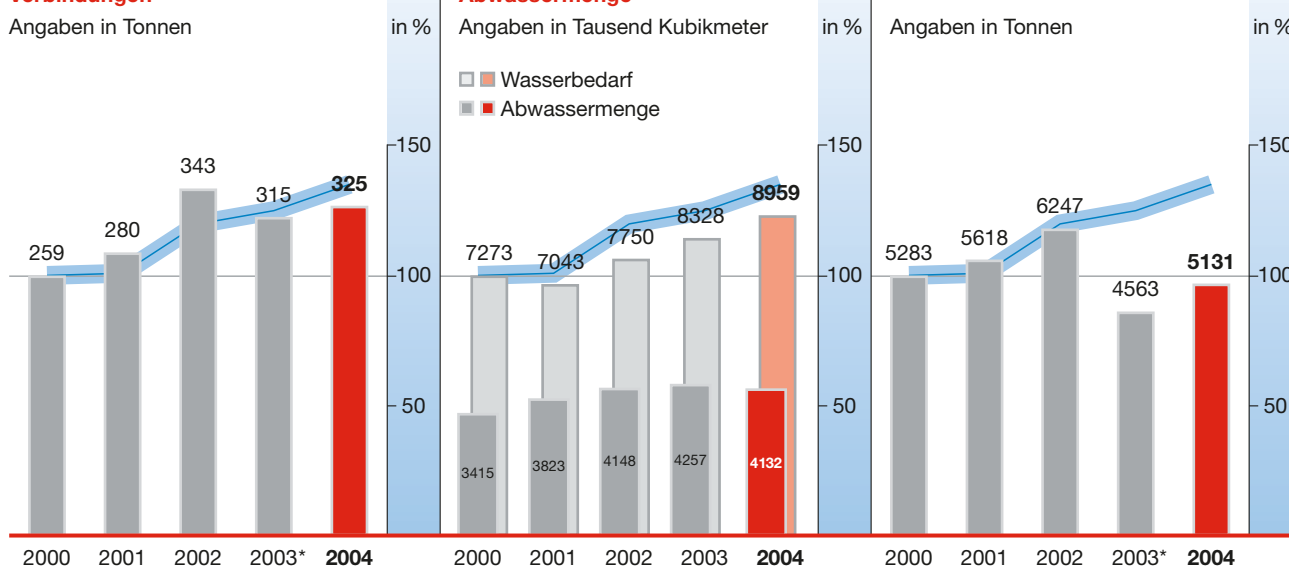
Angaben in Tonnen



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

Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen

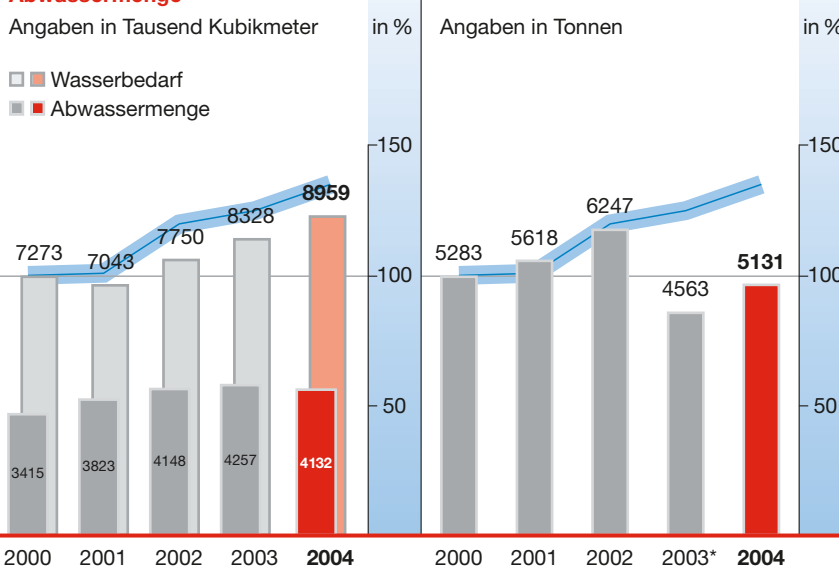
Angaben in Tonnen



* Im Rahmen der Datenvalidierung wurde ein Fehler bei der Berechnung von Emissionen aus einer diffusen Quelle identifiziert; die Daten wurden rückwirkend korrigiert.

Wasserbedarf und Abwassermenge

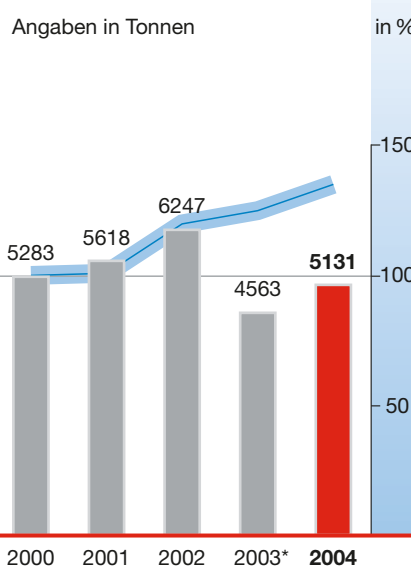
Angaben in Tausend Kubikmeter



Die Werte beinhalten fremdbezogenes und selbst gefördertes 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



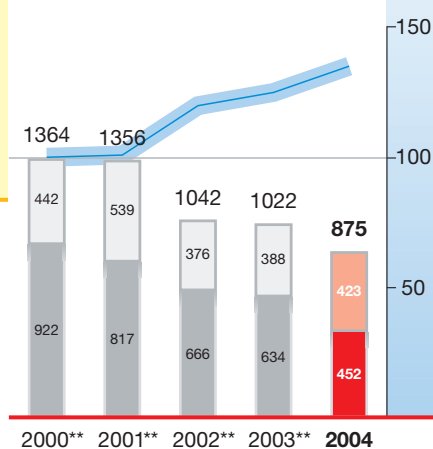
* Der Wert für 2003 musste aufgrund eines Übertragungsfehlers korrigiert werden.

Chemischer Sauerstoffbedarf (CSB): Maß für die Belastung von Abwässern mit organischen Stoffen.

Emissions of heavy metals to wastewater

In kilograms

Lead, chromium, copper, nickel*
Zinc



As zinc is usually less harmful than other heavy metals in terms of its effects on the environment, the zinc load is shown separately.

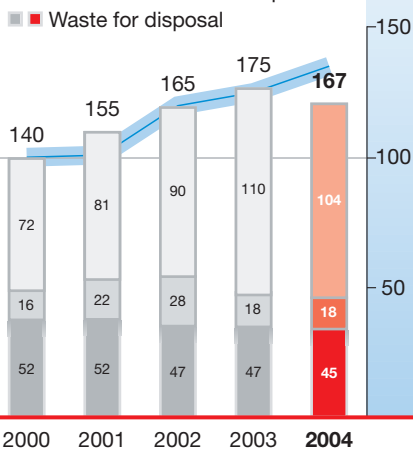
* Particularly hazardous heavy metals, such as mercury and cadmium, are not relevant.

** In the course of data validation, errors in the calculation of heavy metal emissions were identified at two sites. The data have been corrected retroactively.

Waste for recycling and disposal

In thousand metric tons

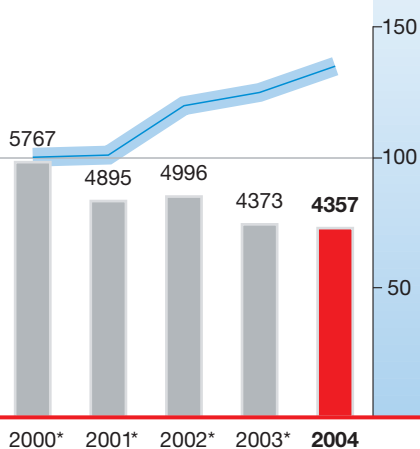
Waste for recycling
Hazardous waste for disposal
Waste for disposal



"Hazardous waste for disposal" includes all kinds of waste that are classified as hazardous under the laws of the respective countries and the hazardous wastes listed in the Basel Convention of 1989. Because individual countries continue to extend their list of hazardous wastes, it is possible for the volume of hazardous waste to increase without any change having occurred in the waste situation in the Henkel Group.

Consumption of chlorinated hydrocarbons

In metric tons



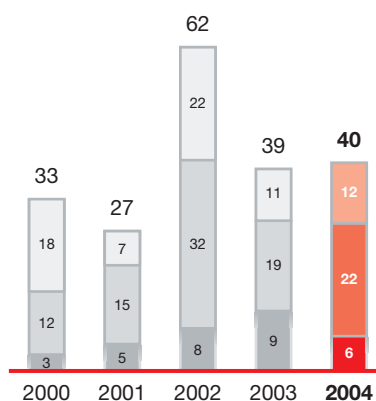
* In the course of data validation an error was identified in the calculation of the quantities of chlorinated hydrocarbons used. The data have been corrected retroactively.

Methylene chloride, which is used in Great Britain in paint strippers, accounts for most of Henkel's consumption of chlorinated hydrocarbons.

Complaints from neighbors

Number of complaints

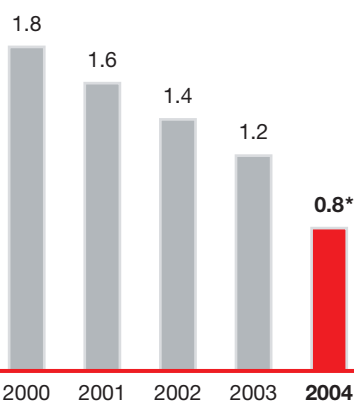
Odor
Noise
Dust



The number of sites covered increased from 96 in 2000 to 141 in 2004.

Occupational accidents per 200,000 hours worked

At least one day lost*



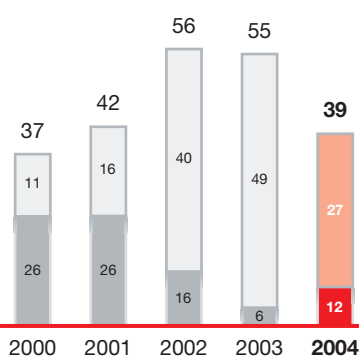
* Excluding commuting accidents

93 percent of Henkel employees were covered (excluding employees of contractors).

Serious occupational accidents

More than 50 days lost

Accidents during typical production activities
Accidents while walking or moving around (e.g. stumbling)



Until 2001, data on serious accidents were only gathered from production sites. In 2002, a standardized worldwide reporting system was introduced for the entire Group. Considerably more employees are therefore now covered.

Schwere Unfälle und Betriebsstörungen

Ort	Unfall/Betriebsstörung	Maßnahmen
Tosno, Russland, 24.3.2004	Ein Mitarbeiter einer von Henkel ERA beauftragten Firma stürzte bei Montagearbeiten aus vier Metern Höhe und erlitt dabei tödliche Verletzungen. Entgegen der erteilten Anweisungen und Vorschriften, die die Nutzung einer bereitstehenden Sicherheitsbühne vorsahen, hatte er eine noch nicht fertiggestellte Zwischendecke betreten, die dann einbrach.	Alle Standorte wurden über den Unfall informiert und angewiesen, Mitarbeiter beauftragter Firmen noch eingehender über Sicherheitsrisiken und Sicherheitsvorgaben zu informieren, deren Verantwortliche noch stärker zur Einhaltung der Sicherheitsstandards aufzufordern und dies intensiv zu überwachen.
Port Said, Ägypten, 11.7.2004	Der Lkw-Beifahrer einer von Henkel beauftragten Spedition wurde tödlich verletzt, als er von dem Lkw überrollt wurde. Der Beifahrer hatte trotz eindeutigen Verbots im Schatten unter dem Fahrzeug gelegen. Der Unfall passierte, obwohl der Standort umfassend auf die Gefahren hingewiesen und der Fahrer die Einhaltung schriftlich bestätigt hatte.	Alle Standorte wurden angewiesen, Lkw-Fahrer schriftlich über die geltenden Sicherheitsvorschriften zu informieren und deren Einhaltung strikt zu kontrollieren.
Montornés, Spanien, 5.8.2004	Ein erfahrener Mitarbeiter einer von Henkel Ibérica beauftragten Elektro-Fachfirma, mit der Henkel seit mehreren Jahren zusammenarbeitet, starb, nachdem er bei Wartungsarbeiten an einem Kühlsystem einen elektrischen Schock erlitten hatte. Er hatte zwar einen Teil der Stromversorgung abgeschaltet, aus unerklärlichen Gründen jedoch nicht die des Motors, an dem er gearbeitet hatte.	Alle Standorte wurden über den Unfall informiert und auf die notwendigen Sicherheitsvorkehrungen für Arbeiten an elektrischen Anlagen hingewiesen. Sie wurden angewiesen, Mitarbeiter beauftragter Firmen bei deren Arbeiten genauer zu überwachen.
Toluca, Mexiko 7.9.2004	Ein Feuer im Lagerbereich der Waschmittelproduktion beschädigte die Fiberglasfassade des Gebäudes. Den Mitarbeitern des Standorts gelang es, das Feuer schnell zu löschen.	Das schnelle Eingreifen der Mitarbeiter hat den Schaden auf den Lagerraum und die Fassade begrenzt. Das für die Fassade verwendete Fiberglas wurde durch ein feuerhemmendes Material ersetzt.
Aleppo, Syrien, 24.9.2004	Ein Henkel-Mitarbeiter starb, nachdem er einen elektrischen Schock erlitten hatte. Beim Versuch, eine Verpackungsmaschine zu verschieben – ohne diese zuvor auszuschalten –, hatte ein defektes Kabel das Gehäuse unter Strom gesetzt.	Als Reaktion auf den Unfall wurde umgehend eine Überprüfung der elektrischen Einrichtungen an allen Produktionsstandorten eingeleitet. Zusätzlich wurde ein umfassendes internationales Schulungsprogramm zum sicheren Umgang mit Elektrizität aufgelegt.
Nieuwegein, Niederlande, 9.12.2004	Ein Henkel-Mitarbeiter wurde bei einem Verkehrsunfall auf dem Weg zu einem Kunden tödlich verletzt. An einem Stauende auf der Autobahn hatte ein Lkw seinen Pkw auf einen vor ihm stehenden Lkw geschoben.	

Schwere Unfälle und Betriebsstörungen

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. Zusätzlich haben auch die Unternehmensbereiche Programme aufgelegt und umfangreiche Maßnahmen eingeleitet. Damit konnte die Zahl der Arbeitsunfälle bis jetzt um 56 Prozent gesenkt werden. Bedauerlicherweise ereigneten sich trotz dieser insgesamt positiven Entwicklung im Jahr 2004 fünf tödliche Arbeitsunfälle (siehe Tabelle oben). Drei davon waren Mitarbeiter von externen Firmen, die an Standorten für Henkel-Firmen gearbeitet hatten, und zwei waren Henkel-Mitarbeiter. Die Unfälle zeigen, dass weiter erheb-

liche Anstrengungen notwendig sind, um die Einhaltung von Sicherheitsvorschriften zu gewährleisten.

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.

» Nationale Herausforderungen annehmen und dadurch in der Gesellschaft Vertrauen aufbauen.«



» Auf seinem schwierigen Weg zur Demokratie und Marktwirtschaft steht Russland vor einigen sozialen und umweltbezogenen Herausforderungen, die die gesamte russische Gesellschaft gefährden könnten. Ausländische Unternehmen, die in Russland tätig sind, müssen sich daher mit einer Reihe wichtiger Fragen zur Nachhaltigkeit auseinandersetzen:

► Armut stellt wohl die größte Herausforderung für die russische Gesellschaft dar. Unternehmen sollten sichere Arbeitsplätze bieten und für das Wohlergehen ihrer Mitarbeiter sorgen. Eine gut entwickelte Unternehmenspolitik der sozialen Verantwortung, die sich der Bedürftigen, und insbesondere der Kinder, in den verschiedenen russischen Regionen annimmt, wird öffentliche Anerkennung finden.

► Es fehlt an Investitionsbereitschaft in den Branchen, die nicht im Zusammenhang mit der Gewinnung von Bodenschätzen stehen. Der Transfer moderner und energiesparender Technologien in diese Branchen ist von entscheidender Bedeutung.

► Die starken Unterschiede in der regionalen Entwicklung sind eine der größten Bedrohungen für die Einheit Russlands. Die gezielte Ansiedlung von Produktionsbetrieben könnte ausgleichend wirken und zu einer dynamischeren Entwicklung in stagnierenden Regionen beitragen.

► Der Kampf gegen Klimaveränderungen wird in den kommenden Jahrzehnten immer wichtiger werden. Positive Trends im Umweltschutz sollten durch die Einführung fortschrittlicher Umweltmanagementverfahren gefestigt werden. Unternehmen sollten sich im Rahmen von „Joint Implementation Projects“ verstärkt um die Reduzierung der Kohlendioxid-Emissionen bemühen.«

Dr. Mikhail Kozeltsev,
Executive Director,
Russian Regional Environmental Center (RREC),
Moskau, Russland
www.rusrec.ru



Henkel in Russland

Durch ein 1990 abgeschlossenes Joint Venture mit dem Faserkombinat Chimvolokno wurde Henkel zum ersten westlichen Unternehmen, das in Russland hergestellte Waschmittelprodukte anbieten konnte. Im Jahr 2000 übernahm Henkel den zweitgrößten russischen Waschmittelhersteller Pemos und erreichte so eine marktführende Position. Die Henkel-Gruppe vertreibt in Russland außerdem Kosmetik und Körperpflegemittel, Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie Klebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächentechnik für die Industrie.

Standorte

Die Henkel-Gruppe betreibt fünf Produktionsstandorte in Russland.

Mitarbeiter

In Russland beschäftigt die Henkel-Gruppe 1.972 Mitarbeiter.

Umsatz 2004

Im Jahr 2004 erzielte die Henkel-Gruppe in Russland einen Umsatz von 336 Millionen Euro.

Die wichtigsten Marken

► Wasch-/Reinigungsmittel:

Laska, Losk, Pemolux, Persil

► Kosmetik/Körperpflege:

Bonacure, Fa, Gliss Kur, Igora, Palette, Poly Brillance, Schauma, Taft

► Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker:

Ceresit, Makroflex, Moment

► Henkel Technologies:

Gerolub, Liofol, Loctite, P3, Technomelt, Teroson

Weitere Informationen

www.henkel-cee.com

Persil

LOSK

taft

IGORA

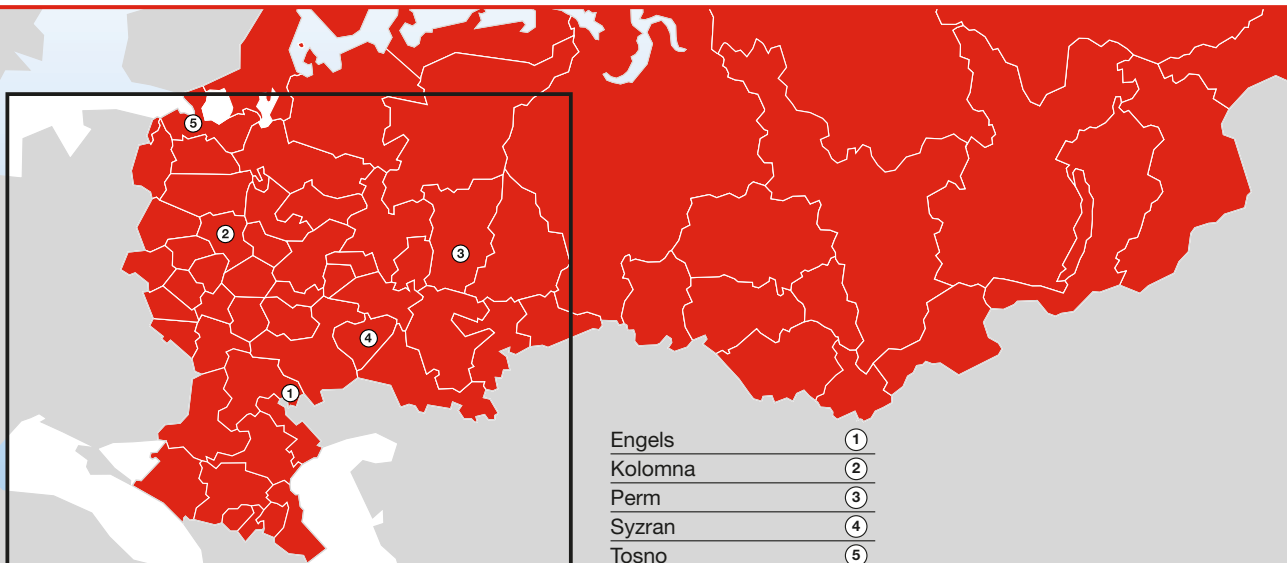
Ceresit

MOMENT

MAKROFLEX

LOCTITE

P3



Ziele

- **Im Fokus: Konzernziele von Henkel**
- **Innovative Entwicklungen: Ziele der Unternehmensbereiche**
- **Weltweit initiativ: Standortziele im Internet**

Unternehmensziele

Durch anspruchsvolle Ziele sowie die ständige Verbesserung der Geschäftsprozesse erhöht Henkel den Unternehmenserfolg und trägt in allen Ländern, in denen die Henkel-Gruppe tätig ist, kontinuierlich zu einer nachhaltigen Entwicklung bei. Die Konzern-

ziele hierzu sind auf dieser Seite zusammengefasst. Weltweit gültige Nachhaltigkeitsziele der Unternehmensbereiche finden Sie auf den Folgeseiten. Auch die Produktionsstätten veröffentlichen eigene Ziele. Im Jahr 2004 waren es 128. Über alle Ziele – und deren Umsetzungsstand – informiert Henkel im Internet. [!\[\]\(74d4806277d7e73349d8e8c0897931e9_img.jpg\)](#)

Henkel-Gruppe

Ziele

Status

Weiterentwicklung des konzernweiten Managements für Sicherheit, Gesundheit, Umwelt und Qualität zu einem Managementsystem für Nachhaltigkeit bis Ende 2004 (Standards, Audits, Reporting)

Verlängert bis Ende 2005: Entwurf für Nachhaltigkeitsstandards vorgelegt und Anfang 2004 in einer Pilotstudie getestet. Verantwortlichkeiten, Umsetzungszeiträume und einzelne Kriterien werden abschließend festgelegt

Langfristiges Ziel: Null Arbeitsunfälle.
Zwischenziel bis Ende 2005: Reduzierung um 45 Prozent (Basisjahr 2000: 1,8 Arbeitsunfälle pro 200.000 Arbeitsstunden)

Zwischenziel erreicht: 0,8 Unfälle pro 200.000 Arbeitsstunden (siehe Seite 35). Die außerordentlich erfreuliche Verbesserung der Unfallrate ist auf die Wirkung der seit dem Jahr 2000 initiierten Programme zurückzuführen

Neu: 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.
Zwischenziel für die Führungskräfte-Befragung 2004: Steigerung der Teilnahmequote von 61 Prozent auf über 75 Prozent

Basierend auf den Ergebnissen einer weltweiten Führungskräfte-Befragung im Herbst 2003 Aktionsprogramme zur Strategie und Vision im Jahr 2004 aufgelegt. Führungskräfte-Umfrage wurde im Herbst 2004 wiederholt und Zwischenziel erreicht: Beteiligung auf 80 Prozent gesteigert

Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Audit „Beruf & Familie“ am Standort Düsseldorf durchgeführt und Grundzertifikat erhalten (siehe Seite 21)

Internationaler Roll-out der Mitarbeiter-Initiative „Miteinander im Team“ (MIT) bis Ende 2005

Henkel-Mitarbeiter in mehr als 36 Unternehmen der Henkel-Gruppe betreuen 786 lokale und internationale MIT-Projekte

Entwicklung einheitlicher Nachhaltigkeitskriterien zur Integration in die konzernweiten Beschaffungsprozesse bis Ende 2004

Verlängert bis Ende 2005: Einkaufsrichtlinien wurden überarbeitet und weltweit an Einkaufsfunktionen verteilt. Die Nachhaltigkeitskriterien werden im Jahr 2005 umgesetzt.

Vorbereitung 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

Wasch- / Reinigungsmittel**Ziele****Status**

Weltweite Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme nach internationalen Standards

23 Standorte in Europa, Afrika/Naher Osten und Asien zertifiziert, weitere in Vorbereitung

Kontinuierliche Innovationen im Hinblick auf leichtere Anwendung, höhere Leistung und geringere Dosiermengen

Ständiges Ziel: siehe Beispiele auf Seite 10

Entwicklung eines Nachhaltigkeits-Checks für neue Produktkategorien

Kriterienentwicklung wurde zurückgestellt, um die Ergebnisse einer Pilotstudie der Stiftung Warentest in Deutschland zur Bewertung der Corporate Social Responsibility (CSR) von Produkten in die weitere Entwicklung einfließen zu lassen

Europaweite Koordination aller Verbraucherberatungen bis Ende 2004

Erreicht: Gemeinsame Software zur Bearbeitung von Verbraucheranfragen als Basis für länderübergreifende Optimierungen eingeführt und Verantwortlichkeiten europaweit definiert

Neu: Europäischer Roll-out des Internetportals „TheoPrax“, um der interessierten Öffentlichkeit und Fachleuten fundierte Informationen rund um die Themen Waschen, Spülen und Reinigen zu bieten

Konzept für die Umsetzung in mehreren europäischen Ländern entwickelt und verantwortliches Projektteam benannt

Kosmetik / Körperpflege**Ziele****Status**

Verwendung nachwachsender Rohstoffe auf bevorzugt pflanzlicher Basis

Ständiges Ziel; siehe Beispiel auf Seite 12

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

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

Neu: Kontinuierliche Weiterentwicklung von Hautmodellen zur Wirksamkeitsprüfung für die Erhöhung des Verbrauchernutzens

Produktinnovationen bei Gesichtspflege erfolgreich im Markt eingeführt

Neu: Ressourcen- und umweltschonende Produktion durch Umsetzung der neuesten technischen Verfahren

Ständiges Ziel: An einigen Standorten Energieversorgung modernisiert und Abwassermenge reduziert

Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker

Ziele

Status

Weltweite Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme nach internationalen Standards

15 Standorte in Europa und Amerika zertifiziert; weitere in Vorbereitung

Kontinuierliche Optimierung der gesamten Produktpalette nach Sicherheits-, Gesundheits- und Umweltaspekten

Ständiges Ziel: siehe Beispiele auf den Seiten 14 und 15

Steigerung des Anteils „sehr emissionsarmer“ Dispersionsklebstoffe für Bodenbelag mit Gütesiegel EMICODE EC1 auf 90 Prozent bis Ende 2005

Anteil der Produkte mit EMICODE EC1 Gütesiegel in schwierigem Marktumfeld mit 70 Prozent konstant gehalten

Neu: Ersatz stark lösemittelhaltiger Parkettklebstoffe durch emissionsarme Alternativen

Zwei Parkettklebstoffe auf innovativer Silanbasis, Thomsit P685 und Thomsit P690, wurden eingeführt. Sie emittieren im Vergleich zu herkömmlichen lösemittelhaltigen Klebstoffen kaum noch

Einsatz nachwachsender Rohstoffe zur ganzheitlichen Optimierung von Produkteigenschaften

Erreicht: Nachwachsende Rohstoffe in den Produktgruppen Tapetenkleister und Klebestifte als zentrale Bestandteile fest etabliert

Ausweitung des Marktes für besonders leichte und ergiebige Fliesenkleber und Übertragung der Technologie auf andere Produktgruppen

Technologie auch bei Bodenausgleichsmassen in Deutschland eingeführt. Roll-out in weitere Länder sowie Technologietransfer auf weitere Produktgruppen in Arbeit

Henkel Technologies

Ziele

Status

Weltweite Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme nach internationalen Standards

64 Standorte weltweit zertifiziert; weitere in Vorbereitung

Ausweitung des Marktes für lösemittelfreie Kaschier- und Beschichtungsklebstoffe gemeinsam mit den Kunden

Erreicht: Lösemittelfreie Produkttechnologien in allen Regionen etabliert; führende Marktposition weiter ausgebaut

Entwicklung PVC-freier Beschichtungs- und Dichtsysteme für Automobilkarosserien

Langzeitversuche gemeinsam mit Kunden in Arbeit; zusätzlicher Fokus auf lärmdämpfende Eigenschaften

Elimination von Nickel aus Spülwässern bei der Karosserievorbehandlung in der Automobilindustrie

Erste Produktionsanlagen in Europa umgestellt; erfolgreiche Durchführung von Machbarkeitsstudien mit Pilotanlagen bei verschiedenen europäischen Automobilherstellern

Entwicklung von hochreinen Kleb- und Dichtstoffen für Brennstoffzellen

Anforderungsprofile mit Brennstoffzellenherstellern erstellt; erste Prototypen bei potenziellen Kunden im Test

Entwicklung innovativer Leichtbau-Verbundwerkstoffe für die Luftfahrtindustrie

Die ersten Verbundwerkstoffe sind entwickelt und werden von potenziellen Kunden getestet

Eliminierung von bleihaltigen Lötpasten in der Elektronikindustrie

Die ersten bleifreien Lötpasten werden von einem Hersteller von Mobiltelefonen weltweit eingesetzt. Die nächste Produktgeneration wird bereits getestet

Neu: Entwicklung und Vermarktung biologisch abbaubarer Wasserbehandlungsprodukte für Kühl- und Prozesswasserkreisläufe in Kraftwerken und Raffinerien

Produkte wurden entwickelt und in ersten Kühlwasserkreisläufen von Kraftwerken und Raffinerien erfolgreich getestet

Neu: Entwicklung von maßgeschneiderten Systemlösungen für Technologien zur Nutzung erneuerbarer Ressourcen

Kleb- und Dichtstoffe für flexible Photovoltaikmodule eingeführt. Dichtstoffe für Windturbinen erfolgreich im Markt etabliert

Dialog

- ▶ **Global Compact: Projektbeispiel veröffentlicht**
- ▶ **WWF-Initiative: Dialog fortgesetzt**
- ▶ **Vor Ort: gute Nachbarschaft**

Die Ausrichtung auf Nachhaltigkeit lebt vom Dialog mit allen gesellschaftlichen Gruppen. Henkel nutzt dazu neue wie traditionelle Kommunikationsmöglichkeiten und sucht aktiv das Gespräch mit Kunden, Mitarbeitern, Nachbarn, interessierten Fachgruppen und der breiten Öffentlichkeit.

Ein Schwerpunkt im Jahr 2004 lag auf Kommunikationsaktivitäten in den einzelnen Ländern. So erschien der Nachhaltigkeitsbericht zusätzlich zur deutschen und englischen Version wieder auch auf Chinesisch. Erstmals auf einer eigenen Pressekonferenz präsentiert wurde der italienische „Raporto Sustenibile“. Er umfasst die wichtigsten Inhalte des Konzernberichts sowie umfangreiche landesspezifische Informationen.

Im Fokus standen auch Nachhaltigkeitsanalysten und Investoren. So präsentierte sich Henkel auf dem Europäischen Forum für verantwortliches Investment in Paris.

Dialog im Rahmen des Global Compact

Henkel sieht den Global Compact der Vereinten Nationen als Netzwerk, in dem Erfahrungen und Instrumente zum nachhaltigen Wirtschaften ausgetauscht werden und die Partner voneinander lernen. So hat Henkel seit dem Beitritt zum Global Compact im Juli 2003 zusätzlich zum Fortschrittsbericht auch ein Projektbeispiel im „Lernforum“ des Global Compact veröffentlicht, und zwar über das Aus- und Weiterbildungssystem der Akademie Schwarzkopf. Auf nationaler Ebene bringt sich Henkel in das deutsche Global Compact Netzwerk ein. Dabei sollen auch Projekte gemeinsam initiiert und der Austausch mit den anderen Unternehmen intensiviert werden. 

Forum Barcelona

Als einer der Hauptsponsoren unterstützte Henkel das „Forum Barcelona 2004“ in Spanien. Ziel des Forums war es, den internationalen Dialog über die zentralen und globalen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts anzustoßen. Die Veranstaltung wurde unter den drei Kernthemen „kulturelle Vielfalt“, „nachhaltige Entwicklung“ und „Friedenssicherung“ zusammengefasst. In diesem Rahmen präsentierte Henkel den Besuchern Beispiele, wie das Unternehmen zu einer „besseren Welt“ beitragen will. Die Zahl von mehr als drei Millionen Besuchern spiegelt den Erfolg der Ausstellungen, Konferenzen und Dokumentationen wider. 

Gute Nachbarschaft

Im Jahr 2004 suchten Henkel-Unternehmen aktiv den Dialog vor Ort und engagierten sich in verschiedenen Fachgremien. So veranstaltete das Werk in Herborn-Schönbach, Deutschland, eine Diskussionsrunde mit Geschäftsleuten, Kommunalpolitikern und interessierten Bürgern über lokale wirtschaftliche Entwicklungen. In Heidelberg unterstützt Henkel Teroson in Zusammenarbeit mit anderen Firmen und dem städtischen Umweltamt mehrere mittelständische Betriebe in einem regionalen Pilotprojekt zum nachhaltigen Wirtschaften. Und in Chile, Deutschland, Malaysia, Österreich sowie in den USA kooperierten Henkel-Unternehmen mit Schulen, um praxisnah Einblicke und Erfahrungen zu vermitteln.

Global Reporting Initiative (GRI)

Im Rahmen eines Pilotprojekts hat Henkel bereits im Jahr 1999 den Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI) evaluiert. Seitdem engagiert sich Henkel kontinuierlich im konstruktiven und kritischen Dialog mit der GRI, um die Qualität der Berichterstattung zu verbessern sowie die Praktikabilität des Leitfadens zu erhöhen. Dazu bringt Henkel seine Erfahrungen und Erkenntnisse aus dem Dialog mit seinen Stakeholdern in die Workshops und Feedback-Prozesse der GRI ein. 

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. Dazu hat Henkel auch im Jahr 2004 am internationalen „Runden Tisch zur nachhaltigen Palmölbewirtschaftung“ teilgenommen. Henkel bringt seine Erfahrungen und sein Fachwissen in diesen Dialogprozess ein und hat seine Mitarbeit an der Ausarbeitung verschiedener konkreter Fragestellungen angeboten. Auch auf nationaler Ebene hat Henkel den konstruktiven Dialog fortgesetzt: Im August 2004 diskutierten Henkel und der deutsche WWF in einem Spitzengespräch ausführlich über die Initiative. 

Impressum

Herausgeber: Henkel KGaA, 40191 Düsseldorf
© 2005 Henkel KGaA

Redaktion und Koordination: R & D and Sustainability Communications: Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Wolfgang Zengerling; Corporate Sustainability Management: Dr. Michael Bahn, Uwe Bergmann, Christine Schneider, Marta Zak

Design: Kuhn, Kammann & Kuhn AG, Köln

Satz: workstation gmbh, Köln

Fotos: Oktay Ardos, Marat Baltabev, Andreas Fechner, Marc Garten/UN DPI, Getty Images/Pascal Crapet, Steffen Hauser, Phillip Hymppendahl, Tom Maelsa, Andy Rumball, Brian Smith, Wilfried Wolter

Herstellung: Stürtz GmbH, Würzburg

PR: 03 05 17.000, ISBN: 3-923324-97-9

Der Nachhaltigkeitsbericht ist gedruckt auf RePrint-Papier der Firma Dalum. Das Papier ist aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. Es besteht aus mindestens 17,5 Prozent zertifizierter Holzfaser, welche aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammt und nach den Regeln des Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert ist. Buchbinderische Verarbeitung recyclinggerecht mit Purmelt 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.

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 ähnliche 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

Corporate Sustainability Management

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)211-797-4191

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

E-Mail: michael-rolf.fischer@henkel.com

Henkel im Internet

www.henkel.de

www.sd.henkel.de

www.ir.henkel.de

www.citizenship.henkel.de

