



Henkel

A Brand Like a Friend

Inhalt

Nachhaltigkeitsbilanz 1998 bis 2002		
Umweltkennzahlen pro Tonnen Output*		
Flüchtige organische Verbindungen	+ 2 %	→
Abfall	– 7 %	↓
Abwasserbelastung	– 8 %	↓
Kohlendioxid	– 23 %	↓
Energie	– 25 %	↓
Wasser	– 40 %	↓
Arbeitsunfälle*	– 44 %	↓
Schwermetalle	– 50 %	↓
Schwefeldioxid	– 73 %	↓
Dargestellt ist die Entwicklung der Umweltkennzahlen und Arbeitsunfälle in der Henkel-Gruppe (Geschäftsentwicklung siehe Seite 2).		

* Arbeitsunfälle pro 200.000 Arbeitsstunden, ohne Cognis und Henkel-Ecolab

Nachhaltigkeitsbericht
Seit 1992 veröffentlicht Henkel jährlich einen Umweltbericht. Er wurde kontinuierlich um die Bereiche Sicherheit und Gesundheitsschutz sowie gesellschaftliches Engagement erweitert bis hin zum Nachhaltigkeitsbericht.

Zum Titelfoto

Die Verantwortung über die Generationen hinweg ist ein zentraler Gedanke der nachhaltigen Entwicklung (Sustainable Development). Dies symbolisiert das Titelfoto des diesjährigen Berichts.

Zu den Kundenstatements

Der erste Unternehmenswert lautet: „Wir sind kundenorientiert“. Für den diesjährigen Bericht wurden Henkel-Kunden gebeten, in einem Statement zu skizzieren, warum nachhaltiges Wirtschaften wichtig für ihre Geschäftsbeziehungen mit Henkel ist.

Vorwort	1
Henkel kurz gefasst	2
Vision Nachhaltigkeit	3
Schwerpunkte der Nachhaltigkeit	5
Märkte für morgen	6
Wasch-/Reinigungsmittel	8
Kosmetik/Körperpflege	10
Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker	12
Henkel Technologies	14
Management	16
Externe Bewertungen	18
Mitarbeiter	19
Gesundheitsvorsorge	21
Gesellschaftliches Engagement	22
Produktion	24
Asien/Pazifik	27
Afrika/Naher Osten	28
Europa	29
Amerika	30
Kennzahlen	31
Ziele	37
Dialog	40

Weiterführende Information im Internet

An vielen Stellen des vorliegenden Berichts weist das Symbol ⓘ auf vertiefende Informationen im Internet hin. Auf folgender Internet-Seite sind alle Links aus dem Nachhaltigkeitsbericht 2002 zusammengefasst:

www.sd.henkel.de

Die Zukunft im Blick



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

Nachhaltigkeit ist Zukunftsfähigkeit. Henkel möchte mit Marken und Technologien, die das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen, zur Schaffung und Absicherung der wirtschaftlichen Grundlage der Gesellschaft beitragen. Gefordert ist dazu eine offene Partnerschaft für eine ökonomisch notwendige, sozial gerechte und ökologisch gesunde Entwicklung. Nachhaltigkeit fängt im Makrosystem an – unserem Wirtschaftssystem, unserer Sozialordnung – und geht über die Wirtschaftsunternehmen als „Corporate Citizen“ bis zu jedem einzelnen.

Im Fokus aller unserer Aktivitäten stehen unsere Kunden und die Verbraucher. Dazu haben wir systematisch die gesamte Prozesskette – angefangen bei der Forschung und Entwicklung – ausgerichtet auf unsere Märkte, auf innovative Produkte und Technologien.

Die Handlungsfelder der Nachhaltigkeit spiegeln sich in unseren Unternehmenswerten wider. Daraus haben wir konkrete Programme und Projekte für das gesamte Unternehmen abgeleitet. So be-

rücksichtigen zum Beispiel unsere Wissenschaftler bereits beim Beginn von Forschungsprojekten und Produktentwicklungen die Grundsätze des nachhaltigen Wirtschaftens. Und: Durch verbindlich formulierte, konzernweit geltende Nachhaltigkeitsstandards gewährleisten wir Produktions- und Produktsicherheit, Gesundheits- und Umweltschutz sowie Qualität. Die Umsetzung überprüfen wir weltweit durch unsere Audits. Die auch im letzten Jahr erzielten Fortschritte bestätigen uns, dass wir weiterhin auf dem richtigen Weg sind. Wir sind stolz darauf, dass unsere Bemühungen auch durch externe Auszeichnungen bestätigt werden.

Seit jeher wissen wir, dass unsere Mitarbeiter unser wichtigstes Kapital für den Erfolg des Unternehmens sind. Und es sind die Menschen bei Henkel, ihre Arbeit und ihre Ideen, durch die das Unternehmen so gut gerüstet ist für den Wettbewerb, für kontinuierliche Fortschritte beim nachhaltigen Wirtschaften und damit für einen spürbaren Wertbeitrag für die Gesellschaft. Wir alle haben die Zukunft immer im Blick.

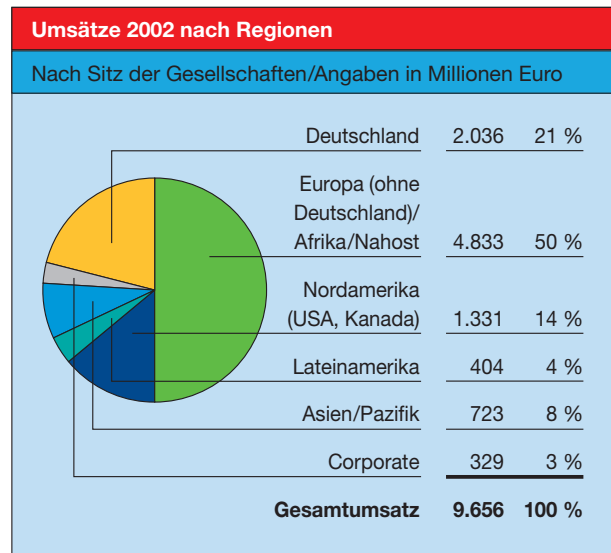
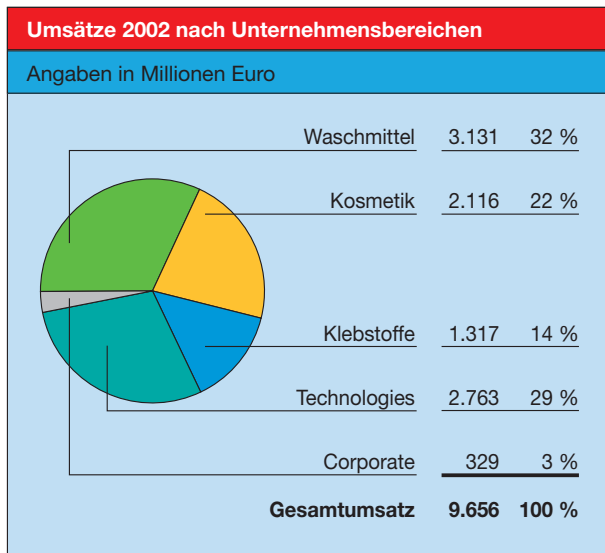
Prof. Dr. Ulrich Lehner

Vorsitzender der Geschäftsführung

Dr. Wolfgang Gawrisch

Ressortleiter Forschung/Technologie
Vorsitzender Sustainability Council

Henkel kurz gefasst



Marken und Technologien

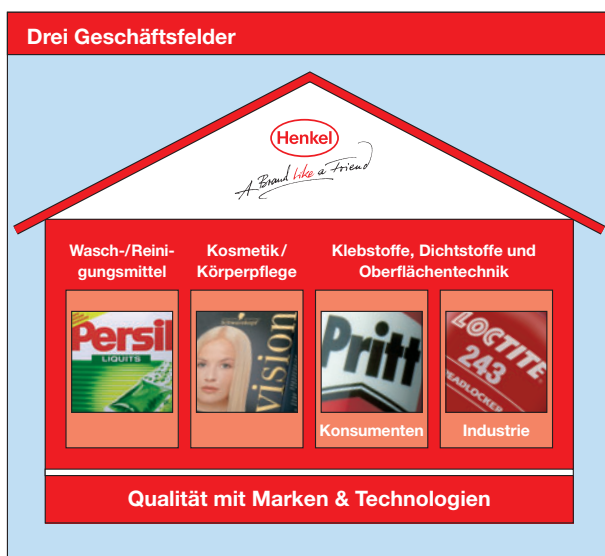
Die Henkel-Gruppe ist führend mit Markenartikeln und Technologien. Sie ist in drei strategischen Geschäftsfeldern aktiv: Wasch-/Reinigungsmittel, Kosmetik/Körperpflege sowie Klebstoffe, Dichtstoffe und Oberflächentechnik.

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.

Das Unternehmen ist in mehr als 75 Ländern tätig. Im Geschäftsjahr 2002 erzielte die Henkel-Gruppe einen Umsatz von 9.656 Millionen Euro, davon 23 Prozent in Deutschland und 77 Prozent international. 68 Prozent des Umsatzes kommen aus dem Markenartikelgeschäft und 29 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 48.638 Mitarbeiter, davon 37.276 außerhalb Deutschlands. Hier arbeiten 11.362 Mitarbeiter (23 Prozent).



Qualität von Henkel

Konsequent baut Henkel die eigenen Stärken aus. Dazu gehören an erster Stelle permanente Investitionen in die Markenartikel – sowohl in Form von intensiver Forschung und Entwicklung als auch in Form wirkungsvoller Marketingaktivitäten. 2002 hat Henkel eine große Qualitätsoffensive gestartet, die in sämtlichen Medien durch die Aussage „Qualität von Henkel“ kommuniziert wird. Dieses Qualitätsversprechen gilt selbstverständlich auch für unsere innovativen Technologien, Hightech-Systeme und Dienstleistungen im Geschäft mit den Industriekunden.

Guido Wagner,
Friseurmeister und Leiter zweier
Top-Salons in Düsseldorf sowie
Partner von Schwarzkopf Professional
www.guido-wagner.de

„Unsere Kunden sind in der letzten Zeit deutlich kritischer geworden; es ist wichtiger denn je, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt – in allen Beziehungen: Die Faktoren Qualität, Umweltverträglichkeit, Gesundheit und Leistung müssen auch für den Friseur-Kunden messbar sein. Nur mit einem

professionellen Partner wie Schwarzkopf Professional, der dies beherzigt und sich innovativ für den Markt von morgen rüstet, werden wir unsere Erfolge weiter ausbauen können.“

Vision Nachhaltigkeit

- ▶ Die Vision: Das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen
- ▶ Handlungsfelder der Nachhaltigkeit
- ▶ Blick nach vorn: Schwerpunkte der Nachhaltigkeit

Vision

Henkel hat die Vision, führend mit Marken und Technologien zu sein, die das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen. Ausgehend von dieser Vision, die auf den Firmengründer Fritz Henkel zurückgeht, leitet Henkel zehn grundlegende Werte ab.

Um die Tätigkeit von Henkel kontinuierlich am Leitbild der nachhaltigen Entwicklung auszurichten, orientieren sich das Unternehmen und seine Mitarbeiter an der Vision und den Werten.

Werte

- 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.

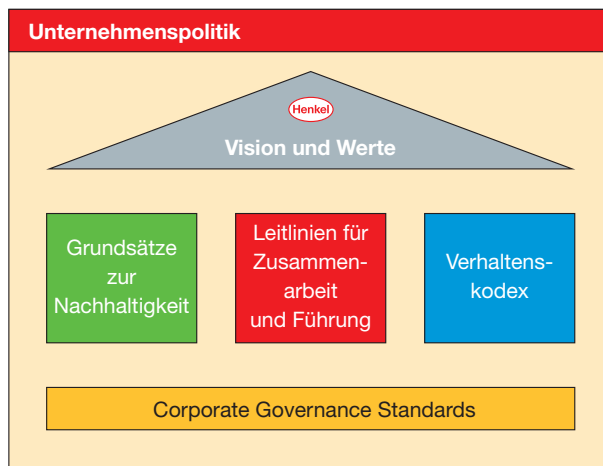
- Wir wirtschaften nachhaltig und gesellschaftlich verantwortlich.
- Wir verfolgen eine aktive und offene Informationspolitik.
- Wir wahren die Tradition einer offenen Familiengesellschaft.

Unternehmenspolitik

Das Schaubild rechts zeigt die für die Henkel-Gruppe weltweit verbindlichen Vorgaben der Unternehmenspolitik.

Folgende Ziele will das Unternehmen damit erreichen:

- verantwortungsbewusste und motivierte Mitarbeiter,
- effiziente, sichere und wirtschaftliche Prozesse,
- Wettbewerbsvorteile durch nachhaltige Produkte. ⓘ



Blick nach vorn

Das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung stets im Blick, verbessert Henkel Schritt für Schritt seine Geschäftsprozesse. Auf sechs Schwerpunkte ist in den kommenden Jahren ein besonderes Augenmerk gerichtet.

Handlungsfelder der Nachhaltigkeit bei Henkel



Nachhaltiges Wirtschaften bezieht die ökonomischen, die ökologischen und sozialen Aspekte gleichermaßen ein. Henkel strebt eine Ausgewogenheit an, damit die Wettbewerbsfähigkeit auf den globalisierten Märkten weiter gefestigt und ausgebaut werden kann. Nur ein wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen kann wirksamen Umweltschutz und sozialen Ausgleich erreichen.

- | | | | |
|------------------------------------|---------------------------|------------------------|--------------------------------|
| • Achten gesellschaftlicher Normen | • Innovationssicherung | • Produktverantwortung | • Umweltverträglichkeit |
| • Aus- und Weiterbildung | • Marktführerschaft | • Prozessoptimierung | • Verbraucherschutz |
| • Corporate Governance | • Menschenrechte | • Ressourcen schonen | • Vorsorgeprinzip |
| • Erfolgsbeteiligung | • Nachwachsende Rohstoffe | • Shareholder Value | • Zukunftsfähige Arbeitsplätze |
| • Gesundheitsschutz | • Offener Dialog | • Sicherheit | |
| • Gleichbehandlung | • Ökobilanzen | • Soziales Engagement | |
| | | • Technologietransfer | |

Schwerpunkte der Nachhaltigkeit

Managementsysteme für Nachhaltigkeit

Zur Umsetzung unserer „Grundsätze zur Nachhaltigkeit“ legen wir konzernweit verbindliche, detaillierte „Sustainability-Standards“ fest. Alle Standorte müssen diese bis Ende 2004 in die bestehenden Managementsysteme für Sicherheit, Gesundheit, Umwelt und Qualität integrieren. Die Einhaltung der Standards überprüfen wir durch unser weltweites Auditprogramm.

Null Arbeitsunfälle

Jeder Unfall ist vermeidbar. Henkel hat dazu ein langfristiges Programm aufgelegt, um Arbeitsunfälle zu reduzieren. Als Zwischenziel wollen wir die Zahl der Arbeitsunfälle bis zum Jahr 2005 um 25 Prozent senken (Basisjahr 2000). Unzufrieden sind wir mit schweren Arbeitsunfällen, die bei von Henkel beauftragten externen Firmen auftraten. Sie werden ab sofort in vollem Umfang in unser konzernweites Sicherheitsprogramm einbezogen. Fachleute der Henkel-Zentrale bewerten die Unfallursachen und legen erforderliche Verbesserungsmaßnahmen fest.

Lieferanten und Vertragsfirmen

Wir fordern von unseren Lieferanten und Dienstleistern weltweit ein einwandfreies Geschäftsverhalten. Unsere weltweiten Verfahren zur Auswahl und Bewertung von Zulieferern enthalten jedoch noch keine einheitlichen Nachhaltigkeitskriterien. Bis Ende 2004 wollen wir die vorhandenen ökologischen und sozialen Bewertungskriterien prüfen, daraus relevante lokal beziehungsweise global gültige Standards ableiten und diese in die konzernweiten Beschaffungsprozesse integrieren.

Nachhaltig forschen

Innovation ist der Schlüssel zur Nachhaltigkeit. Die konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse unserer Kunden und die frühzeitige Berücksichtigung

von Nachhaltigkeitsaspekten in unserer Forschungsstrategie geben uns technischen Vorsprung und Vorteile im Wettbewerb. Genutzt werden sowohl interne als auch externe Kompetenzen, um das Produktportfolio zu stärken und auszubauen sowie neue Märkte zu erschließen.

In der Zentralen Forschung entwickelt Henkel in den Bereichen Biologie, Chemie und Technologie innovative Basistechnologien für neue Produkte. Diese Innovationen fließen in die Unternehmensbereiche ein und eröffnen neue Märkte zur Portfolio-Erweiterung. Neben den internen Aktivitäten hält Henkel Beteiligungen an Forschungsgesellschaften. Hier arbeitet Henkel mit Universitätsprofessoren auf den Gebieten Biotechnologie, Zellphysiologie, Nanotechnologie und Funktionspolymere zusammen.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Henkel ist erfolgreich durch seine Mitarbeiter. Wir möchten die besten Talente gewinnen, ihre Fähigkeiten weiter entwickeln und sie langfristig an uns binden. Dabei helfen wir unseren Mitarbeitern, ihr Engagement im Beruf mit ihrer individuellen Lebensplanung in Einklang zu bringen. Henkel will dazu die vorhandenen Möglichkeiten der Arbeitsgestaltung noch flexibler nutzen und junge Familien bei der Suche nach Betreuungsangeboten für ihre Kinder gezielt unterstützen. Die dafür konzipierten, an den lokalen Bedürfnissen ausgerichteten Programme entwickeln wir stetig weiter.

Gesellschaftliches Engagement

Henkel unterstützt das gesellschaftliche Engagement seiner Mitarbeiter, die sich in ihrer Freizeit in gemeinnützigen Projekten sozial, karitativ oder kulturell engagieren. Mittlerweile beteiligen sich Henkel-Unternehmen in 14 Ländern an der Initiative „Miteinander im Team“ (MIT). Bis zum Jahr 2005 sollen in allen Regionen der Welt lokale MIT-Initiativen eingerichtet sein und die ehrenamtlich tätigen Mitarbeiter dezentral betreut werden.

Märkte für morgen

- ▶ **Fit für die Zukunft: innovative Basistechnologien**
- ▶ **Marktorientiert: Ausrichtung auf Nachhaltigkeit**
- ▶ **Systematisch: Optimierung über den Produktlebenszyklus**

Im Rahmen seiner Unternehmensstrategie will Henkel Kunden- und Verbraucherwünsche frühzeitig erkennen und erfüllen. Bereits in der Frühphase der Forschung und Entwicklung versucht Henkel, langfristige gesellschaftliche Prioritäten zu berücksichtigen und die Zukunft mit zu gestalten.

Mit kontinuierlichen Innovationen will das Unternehmen seine führende Position in bestehenden Märkten ausbauen und neue Geschäftsfelder erschließen.

Die Zukunft beginnt heute

Die Henkel-Gruppe hat ihre Forschungsstrategie auf zukunftsfähige Basistechnologien fokussiert. Damit prägt Henkel die Märkte von morgen. Für nachhaltige Entwicklungsmöglichkeiten in allen Geschäften sind drei Arbeitsschwerpunkte von besonderer Bedeutung:

- Hygiene-Konzepte auf biologischer Basis,
- leistungsstarke Wirkstoffe,
- neue Materialien und Technologien.

Pia Gaßmann,
Präsidentin Deutscher Hausfrauen-
Bund e.V., der Berufsverband der
Haushaltsführenden in Deutschland
www.hausfrauenbund.de



„Die Verbraucher wollen umfassend über den Einsatz von Produkten im Haushalt aufgeklärt werden. Durch innovative und anwendungsfreundliche Wasch- und Reinigungsmittel hat Henkel maßgeblich dazu beigetragen, dass die Arbeit im Haushalt erleichtert und die Umwelt geschützt werden. Ich er-



warte, dass Henkel als weltweit tätiges Unternehmen diese Produkt- und Informationspolitik auch in anderen Regionen der Welt umsetzt.“

Die Umsetzung dieser Forschungsschwerpunkte ermöglicht neuartige Produktkonzeptionen, die höhere Leistung, bessere Umweltverträglichkeit und einen größeren Nutzen für die Gesellschaft miteinander kombinieren. Das Ziel: mit innovativen Produkten auch in Zukunft das Leben der Menschen leichter, besser und schöner zu machen.

Natürlich wirksam

Für die noch schonendere Reinigung in Haushalt und Industrie arbeitet Henkel an grundlegend neuen Hygienekonzepten. Das Prinzip: Schädliche Keime werden nicht mehr mit Hilfe aggressiver Inhaltsstoffe abgetötet, sondern auf natürliche Weise in harmlose Formen umgewandelt. Damit könnte beispielsweise beim Waschen bei niedrigen Temperaturen die Übertragung von Krankheitserregern verhindert werden – ohne den Einsatz von Bioziden. Auch der Belags- und Geruchsbildung in Bad und WC kann so vorgebeugt werden. Optimierte Beschichtungen und Produktzusätze eröffnen ebenfalls für industrielle Anwendungen neue Perspektiven für Henkel und seine Kunden.

Starke Leistung

Innovative Wirkstoffe sind der Schlüssel zu höheren Produktleistungen und besseren Verträglichkeiten. Henkel arbeitet beispielsweise an neuen Enzymen für Waschmittel, die eine verbesserte Fleckenentfernung und Pflege bei deutlich geringerem Ressourcenverbrauch ermöglichen sollen. Das Leitbild: mehr Leistung bei weiter sinkender Dosierung.

Auch in der Kosmetikforschung setzt Henkel auf innovative und dabei besonders hautverträgliche Rezepturen. Mit einem künstlichen Hautmodell können neue Wirkstoffe besonders schnell und effizient getestet werden. In Verbindung mit einem speziell entwickelten DNA-Chip ist es weiterhin gelungen, den Prozess der Alterung von Haut messbar zu machen – eine zentrale Voraussetzung für Kosmetikprodukte von morgen, die den Alterungsprozess der Haut verlangsamen und aufhalten sollen.

Kleine Teilchen, große Wirkung

Je winziger Festkörper sind, desto reaktiver, mobiler und damit wirksamer werden sie. Henkel setzt dazu bei der Erforschung neuer Materialien gezielt auf so genannte Nanopartikel, die eine deutlich gesteigerte Effizienz und völlig neue Anwendungsgebiete ermöglichen.

Beispielsweise hat Henkel in Kooperation mit der Forschungsgesellschaft SusTech Darmstadt einen zahnverwandten Wirkstoff (Nanit®aktiv) entwickelt, mit dem von Grund auf neue Generationen von Zahnpflegeprodukten möglich werden. Winzig kleine Wirkstoffpartikel sorgen für einen naturidentischen Schutzfilm auf der Zahnoberfläche, der die Schmerzempfindlichkeit der Zähne deutlich verringert. Daneben ist Nanit®aktiv für eine Reihe weiterer Anwendungen denkbar und eröffnet neue Geschäftsmöglichkeiten.

Weitere Potentiale für nachhaltige Zukunftsmärkte auf Basis der Nanotechnologie: Haushaltsreiniger, die Oberflächen schmutzabweisend ausrüsten oder „schaltbare“ Klebeverbindungen, die sortenreines Recycling ermöglichen.

Systematisches Vorgehen

Die Ausrichtung der Produktpolitik auf Nachhaltigkeit muss System haben. Dies bedeutet: Die Maßnahmen zur Optimierung des Produktportfolios müssen dort ansetzen, wo – bezogen auf den Produktlebenszyklus – die größten Verbesserungen möglich sind. Ökobilanzdaten und Stoffbewertungen sind die Basis dafür. Für jedes neue Produkt und Verfahren wird eine Risikobewertung durchgeführt. Sie wird aktualisiert, sobald neue wissenschaftliche Daten verfügbar sind. Die Nachhaltigkeitspolitik wird von den Unternehmensbereichen auf Basis der Marktanforderungen umgesetzt. Wie innovative Produkte und Technologien zum nachhaltigen Wirtschaften beitragen, zeigen die Beispiele auf den folgenden Seiten.

Wasch-/Reinigungsmittel

Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Im hart umkämpften 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 sorgt für weltweiten Gesundheitsschutz und Umweltverträglichkeit der Henkel-Produkte. Nur geprüfte Rohstoffe und genehmigte Rezepturen dürfen verwendet werden.

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 die Innovationskraft sind die Rezepturverbesserung für Waschmittel und eine in maschinellen Geschirrspülmitteln eingesetzte Schutzkomponente. Sie schonen das jeweilige Reinigungsgut noch besser, erhalten seinen Wert und machen es langlebiger.

Im Trend

Die Waschgewohnheiten ändern sich. In Westeuropa beispielsweise macht Buntwäsche inzwischen mehr als die Hälfte des Waschguts aus. Moderne Waschmaschinen sind sparsam und verbrauchen nur noch 10 Liter Wasser pro Kilogramm Wäsche. Vor einigen Jahren waren es noch mehr als 30 Liter.

Die europäische Waschmittelindustrie und hier insbesondere Henkel haben bereits in den vergangenen Jahren dazu vielfältige ökologische Beiträge geleistet. Eine herausragende Initiative in diesem Zusammenhang ist der Code zum umweltgerechten Handeln des Verbands der europäischen Waschmittelhersteller, AISE. Diese Selbstverpflichtung enthält einen Maßnahmen-Katalog, zu dem Henkel durch Entwicklungs- und Vermarktungsunter-

stützung entscheidend beiträgt. Es ging dabei um die zehnprozentige Verminderung des Pro-Kopf-Verbrauchs der Waschmittel, die zehnprozentige Reduktion des Anteils an schwer abbaubaren organischen Inhaltsstoffen und um die ebenfalls zehnprozentige Verringerung des Verpackungsmaterials. Die Verbraucher sind zusätzlich aufgefordert, ihren Energieverbrauch



beim Waschen um fünf Prozent zu reduzieren. Alle Angaben beziehen sich auf einen Zeitraum von fünf Jahren, in denen diese Veränderungen stattfinden sollten. Im Rahmen dieser Aktivitäten hat Henkel im abgelaufenen Geschäftsjahr eine weitere Dosierungsreduktion bei den Pulverwaschmitteln im Markt umgesetzt. Durch die nochmalige grundsätzliche Überarbeitung und Waschkraftverstärkung der Rezepturen konnten so zusätzlich zehn Gewichtsprozent Waschmittel pro Waschgang eingespart werden. Wo vor zehn Jahren noch 150 Gramm der traditionellen Pulverprodukte notwendig waren, sind es jetzt nach dem



jüngsten Konzentrierungsschritt nur noch 109 Gramm – und dies bei weiter gestiegener Produktleistung. Die Umstellung der Rezepturen in den europäischen Märkten wurde bis Ende 2002 weitgehend abgeschlossen. Henkel vollzieht damit einen weiteren Schritt zur ganzheitlichen Optimierung seiner Waschmittel – zum Vorteil für Kunden und Umwelt. Eine gute Voraussetzung, um die führenden Positionen im Wettbewerb weiter auszubauen.

Glanzleistung

Häufiges Spülen in der Geschirrspülmaschine geht an Gläsern nicht immer spurlos vorüber. Lange Spülzeiten und hohe Temperaturen können die Glas-

oberfläche angreifen und Trübungen erzeugen – die Gläser „laugen aus“. Dieses Problem haben die Reinigungsfachleute von Henkel mit einer neu entwickelten Somat-Rezeptur in den Griff bekommen: Sie ist mit einem Langzeit-Glasschutz ausgerüstet. Somat 3 in 1



Tabs hilft, den Wert der Gläser zu erhalten und verlängert die Gebrauchsdauer. Besondere Spülgänge für Gläser

oder das schonendere Spülen von Hand entfallen.

In Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich und der Schweiz ist das neue Somat bereits im Handel. Für Osteuropa und die Türkei ist die Umstellung im Jahr 2003 geplant.

Produktionslogistik

Flüssige Wasch- und Reinigungsmittel stehen in Europa bei den Verbrauchern hoch im Kurs. Mehrere hundert Millionen Kunststoffflaschen befüllt Henkel jährlich in ganz Europa. Ein Großteil der dafür benötigten Kunststoffflaschen wird bereits direkt an den Produktionsstandorten von Henkel hergestellt – zumeist durch einen darauf spezialisierten Lieferanten. Das hilft, die Produktionslogistik zu optimieren



und spart unnötige Transporte ein. Statt leerer Flaschen – mit viel Luft – wird nur noch das bis zu 20-fach kompaktere Rohmaterial angeliefert.

Die Bedeutung der Vor-Ort-Produktion zeigt sich an zwei aktuellen Umstellungsprojekten im deutschen Genthin und im französischen Nemours. Für das Werk in Nemours entfallen rund 3.000 Lkw-Transporte pro Jahr. Bei einer Entfernung von rund 250 Kilometern bedeutet das: Fast 500.000 Liter Dieselkraftstoff werden gespart. Knapp 250.000 Liter und 3.600 Lkw-Fahrten sind es für das Waschmit-

telwerk Genthin. Damit verbunden sind eine Entlastung der Straßen, deutlich verringerte Abgasbelastungen sowie eine Kosteneinsparung für Henkel und seinen Verpackungspartner. Auch so kann nachhaltiges Wirtschaften umgesetzt werden.

Branchen-Studie Nachhaltigkeit

Unter aktiver Mitwirkung von Henkel beauftragte der Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V. (IKW) die Universität Oldenburg mit einer Branchen-Studie zur Bewertung der Nachhaltigkeit des Wirtschaftens und zur Festlegung nächster Schritte. Im Dialog mit Meinungsbildnern aus verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen ermittelten die Forscher in ihrer Untersuchung zehn Handlungsfelder, die die Waschmittelindustrie auf ihrem Weg zur Nachhaltigkeit schwerpunktmäßig verfolgen sollte:

- Senkung der Waschtemperatur,
- geringere Gewässerbelastung,
- Ressourcenschonung,
- Wirtschaftlichkeit,
- Innovationsfähigkeit,
- Erleichterung der Hausarbeit,
- Werterhaltung des Waschguts,
- Rollenverteilung im Haushalt,
- sichere Herstellung und Anwendung der Produkte sowie
- hohe Hygieneleistung.

In einem nächsten Schritt werden – unter Einbeziehung aller interessierten Gruppen – die Prioritäten zukünftigen Handelns im Hinblick auf bereits erbrachte Leistungen bewertet. Dazu wurden für jeden Bereich Indikatoren vorgeschlagen, mit denen branchenbezogen die erzielten Fortschritte messbar gemacht werden können.

Auch der europäische Waschmittelverband AISE arbeitet an einer zukunftsweisenden Initiative: Für das Jahr 2003 hat er eine branchenweite „Erklärung zur Nachhaltigkeit“ angekündigt. 

Kosmetik/Körperpflege

Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Wenn die Kosmetikfachleute von Henkel ein neues Produkt entwickeln, stehen neben der Wirksamkeit zwei weitere Kriterien im Vordergrund: der Gesundheitsschutz und die Umweltverträglichkeit. Denn alle Produkte werden unmittelbar am Körper angewendet – und gelangen danach in die Umwelt. Und nur gut verträgliche und anwendungssichere Kosmetika gewinnen auf Dauer das Vertrauen der Kunden.

Aus diesem Grund wird bei der Entwicklung von Kosmetika hoher Wert auf die kontinuierliche Verbesserung der Verträglichkeit und der ökologischen Abbaubarkeit gelegt. Alle Kosmetika durchlaufen dazu ein umfangreiches Prüfprogramm, das laufend nach dem neuesten Stand der Technik weiterentwickelt wird. Ein weiterer Entwicklungsfokus liegt auf dem Einsatz neuer Technologien. Aktuelles Beispiel: die Arbeit an neuartigen Zahnpflegeprodukten auf Basis der Nanotechnologie.

Für die Untersuchung der Hautverträglichkeit setzt Henkel in-vitro-Tests an Zellkulturen und dermatologische Tests ein, die ohne Tierversuche auskommen. Dazu hat Henkel seit Anfang der 1980er Jahre gemeinsam mit externen Instituten alternative Testmethoden entwickelt und optimiert. Tierversuchsfreie Prüfmethode weiterzuentwickeln ist auch zukünftig ein wichtiges Ziel des Unternehmens.

Der Natur abgeschaut

Schwarzkopf & Henkel ist im Markt der Hautpflegeprodukte mit der Marke Diadermine einer der führenden Anbieter in Europa. Eines haben alle Produkte der Pflege-Serie gemeinsam: Sie beruhen auf einem naturnahen Wirkprinzip, das die biologischen Prozesse der Haut nachahmt und unterstützt.

Ein Beispiel dafür ist die neue Anti-Falten-Creme Diadermine Lift+. Ein gezielt eingesetzter Aktivator stimuliert die Haut, körpereigenes, straffendes

Kollagen zu produzieren. Die Haut wird sozusagen von „innen“ geglättet. Von Anfang an setzen die Kosmetikfachleute dabei bevorzugt auf pflanzlich basierte Rohstoffe. Sie schonen die Umwelt und tragen „von Natur aus“ zu einer besseren Hautverträglichkeit bei. Bei bereits über 90 Prozent liegt ihr Anteil in der Diadermine-Serie – das in der Rezeptur enthaltene Wasser nicht berücksichtigt.



Dieser hohe Anteil ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass Schwarzkopf & Henkel ein neues Emulgatorsystem für Kosmetika auf rein pflanzlicher Basis entwickelt und im Markt eingeführt hat. Davon profitieren nicht nur die Diadermine-Produkte: Auch in den Pflegeprodukten Aok Milch Aktiv-Creme und Aok Pflegende Milch Aktiv-Maske wird das neue System mittlerweile eingesetzt.



Stets kompetent

In allen Regionen der Welt übernehmen von Schwarzkopf & Henkel eingerichtete Verbraucherberatungen die fundierte Bearbeitung von Kundenfragen. Allein in Deutschland werden jährlich rund 70.000 Anfragen entgegengenommen, in einer Datenbank erfasst und



beantwortet. Fragen beispielsweise zur Anwendung der Produkte, zu ihrer Herstellung und Verpackung, zur Verfügbarkeit und zu Bezugsquellen sowie gesundheitlichen Aspekten werden kompetent und mit hohem Standard bearbeitet.

Allen Kundenanfragen wird systematisch auf den Grund gegangen; und bei Reklamationen versucht Henkel, gezielt Abhilfe zu schaffen. Mit Hilfe von Datenbanken werden die Informationen ausgewertet und der Produktentwicklung und dem Marketing zur Verfügung gestellt.

Die bisher in Deutschland, Belgien und den Niederlanden eingesetzte Verbraucherservice-Software hat sich dabei so gut bewährt, dass sie nun europaweit eingeführt wird. Zielsetzung: Bis Ende 2003 sollen alle verfügbaren Informationen zentral ausgewertet werden, um sie auch länderübergreifend für die Optimierung des Kundennutzens einzusetzen.

Das nächste Ziel ist die weltweit einheitliche Erfassung und Auswertung. Datenschutzrechtliche Bestimmungen werden dabei selbstverständlich beachtet.

Marktbeobachtung

Wenn einzelne Verbraucher über Hautreizungen oder allergische Reaktionen berichten, die sie auf Produkte von Schwarzkopf & Henkel zurückführen, nehmen Experten von Schwarzkopf & Henkel mit diesen Kunden direkten Kontakt auf und versuchen, gemeinsam mit ihnen die Ursachen zu finden. Die Kunden helfen mit, indem sie die angebrochene Produktpackung einschicken und einen spezialisierten Arzt aufsuchen. Ein Dermatologe von Schwarzkopf & Henkel sowie ein international arbeitendes Institut mit unabhängigen Hautärzten unterstützen die koordinierte Suche nach dem Auslöser der Beschwerden. Bearbeitet werden diese Beschwerden nach weltweit einheitlichen Richtlinien.

Die durch dieses gezielte Vorgehen gewonnenen Erkenntnisse werden bei der Produktentwicklung genauso wie zum Beispiel bei der Verpackungstextgestaltung berücksichtigt.

Schonend sauber

Bei der Entwicklung von Zahncreme haben die Wissenschaftler von Schwarzkopf & Henkel ein besonderes Ziel vor Augen: eine optimale Reinigungsleistung bei gleichzeitig geringem Abrieb von Zahnschmelz. Besonders gut gelungen ist Henkel dies bei der speziell für Raucher- und Teetrinker-Zähne entwickelten Zahncreme Theramed Naturweiss.



Dies bestätigte auch die Stiftung Warentest im Januar 2001: Unter dreizehn getesteten Weißmacher-Zahnpasten war Theramed Naturweiss die einzige mit geringem Abrieb. Alle anderen Zahncremes der Theramed-Reihe profitieren ebenfalls vom Einsatz besonders schonender Putzkörper: Im Vergleich zum Marktdurchschnitt zeichnen sie sich durch deutlich niedrigere Abriebwerte aus.

Einfach perfekt

In fast allen Ländern der Europäischen Union ist die neue Zahncreme Theramed Perfect inzwischen eingeführt. So erfolgreich, dass sie beispielsweise in Spanien unter dem Namen Licor del Polo vom Handel zur besten Neueinführung des Jahres 2001 gewählt wurde. Ihre Besonderheit: Durch einen neuartigen Membranverschluss lässt sie sich besonders einfach und hygienisch sauber dosieren. Damit nicht genug: Im Jahr 2002 erhielt Theramed Perfect den internationalen „WorldStar Award“ für innovative Verpackungen.



Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker

Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Henkel hält bei Kleb- und Dichtstoffen eine führende Position, auch technologisch und ökologisch. Freigesetzte Lösemittel sind eine der wesentlichen Umweltbelastungen beim Kleben und gleichzeitig bedeutsam für den Gesundheitsschutz. Henkel ersetzt seit Jahren lösemittelhaltige Kleber konsequent durch leistungsfähige Produkte auf Wasserbasis.

Die Beispiele auf diesen zwei Seiten stehen stellvertretend für eine Vielzahl von Produktoptimierungen, die erfolgreich am Markt umgesetzt wurden.

Weiterhin setzen die Klebstoffentwickler auf den Einsatz erneuerbarer Ressourcen zur Optimierung von Produkteigenschaften. Ein weltweit bekanntes Beispiel: der Pritt-Stift. Seine Rezeptur wurde nahezu vollständig auf eine nachwachsende Rohstoffbasis umgestellt.

Grundlegend wichtig für weitere Markterfolge der Henkel-Klebstoffe ist die leichte, gezielte und sichere Anwendbarkeit. Einen aktuellen Ansatzpunkt zeigt die EasyFlex-Technologie der neu eingeführten Fliesenkleber.

Treibgasfreier Montageschaum

Beim Einsetzen eines Türrahmens ins Mauerwerk benötigt der Handwerker Montageschaum. Zweikomponenten-Schäume mit klimaschädlichen Treibgasen schienen dafür lange Zeit nicht ersetzbar zu sein. Bis Henkel den treibgasfreien Expansionsklebstoff Ponal Rapido auf den Markt brachte, der auch noch besonders leistungsfähig ist: Ponal Rapido tropft nicht und kann sauber in die Mauerfuge dosiert werden; ein mühsames Hantieren mit Montagestreifen entfällt. Bereits im Jahr der Einführung 1998 war das treibgasfreie Ponal Rapido so erfolgreich, dass dadurch umgerechnet 2.500 Tonnen des Treibhausgases Kohlendioxid eingespart werden konnten.

Seitdem wurde der Markterfolg der Henkel-Innovation stetig fortgeschrieben. Durch die Weiterentwicklung der Verpackung kann Ponal Rapido jetzt mit jeder handelsüblichen Profi-Kartuschenpistole verarbeitet werden. Auch die Einsatzmöglichkeiten des treibgasfreien Montageschaums wurden ausgeweitet – vom Brandschutzschaum bis zu Spezialprodukten für den Rohrleitungsbau.

Der Nachhaltigkeitserfolg in Zahlen: Mittlerweile hat sich der Absatz auf das Vierfache

erhöht; das entspricht Einsparungen beim Treibhauseffekt von fast 10.000 Tonnen Kohlendioxid.

Zukünftige Einsatzbereiche werden derzeit geprüft, um weitere Märkte erschließen zu können.



Lösemittelfrei von der Rolle

Kontinuierlich steigert Henkel seit 1997 den Anteil „sehr emissionsarmer“ Fußbodenklebstoffe; im Jahr 2002 von 60 auf 70 Prozent. Bis zum Jahr 2005 sollen 90 Prozent erreicht werden.

Unbefriedigend war lange, dass bei der Verlegung von Bodenbelägen auf Treppen und Podesten auf hoch lösemittelhaltige Neoprenkleber nicht verzichtet werden konnte. Nun gibt es Thomsit T 2001 FreeTack

„von der Rolle“: ein lösemittelfreier Klebefilm, der auf einem stabilisierenden Trägerband aufgebracht ist. Das Klebeband wird einfach ausgelegt; das zeitraubende Auftragen des flüssigen Klebstoffs entfällt. Der Bodenbelag haftet augenblicklich und ist sofort belastbar. In den nächsten Jahren ist geplant, Thomsit FreeTack neben Chile und Deutschland entsprechend der jeweiligen Vermarktungsmöglichkeiten auch in West- und Osteuropa zu vertreiben.



Leichter, schneller, weiter

Eine völlig neue Generation von Fliesenklebern hat die Henkel Bautechnik auf den Markt gebracht: Ceresit CM 18 EasyFlex hat ein erheblich geringeres Gewicht bei gesteigerter Ergiebigkeit und besseren Verarbeitungsbedingungen. Durch den Einsatz von

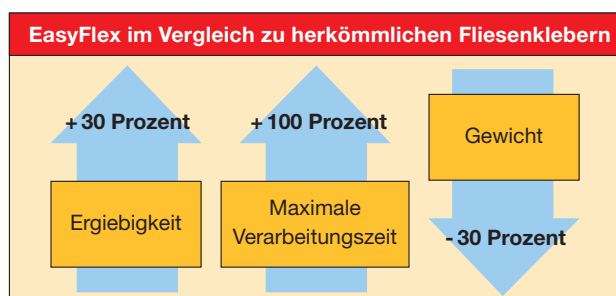


Leichtfüllstoffen aus Glas-Recyclat müssen Handwerker bei der Verlegung keramischer Fliesen und Platten nicht länger herkömmliche 25

Kilogramm schwere Säcke schleppen. Nur 18 Kilogramm wiegen die neuen Gebinde und reichen für die gleiche Fläche.

Weitere Vorteile: Ceresit CM 18 EasyFlex lässt sich leichter anrühren; und auch das Verlegen der Fliesen wird spürbar einfacher. Die maximale Verarbeitungszeit des Fliesenklebers ist jetzt doppelt so lang. Das heißt, mehr Fliesen pro Arbeitsgang können nun im gleichen Zeitraum verklebt werden.

Kein Wunder also, dass Ceresit CM 18 EasyFlex von Beginn an bei den Hand- und Heimwerkern gut ankam: Bereits im Jahr der Einführung kauften sie die dreifache Menge der zunächst eingeplanten Produktion. Bis 2005 soll der Absatz verdreifacht werden. Die wichtigsten Ansatzpunkte für weitere Geschäftspotentiale: die Erschließung neuer Märkte mit Schwerpunkt in Osteuropa und die Übertragung der EasyFlex-Technologie auf weitere Produktgruppen.



Kraftvolle Knete

Mit Pattex Power-Knete hat Henkel eine innovative Klebstoff-Knetmasse entwickelt, die äußerst vielseitig zum Reparieren, Montieren und Kleben von fast allen Materialien eingesetzt werden kann. Ein Dübelloch ist zu groß geraten, ein Griff ist defekt und muss rekonstruiert oder das Leck im Abflussrohr muss geschlossen werden: Überall hilft die Zwei-Komponenten-Klebe-



masse innerhalb weniger Minuten. Sie ist nach kurzem Kneten einsatzbereit und extrem widerstandsfähig – sogar unter Wasser.

Bislang war die formbare Power-Knete zum Schutz der Haut mit beigelegten Plastikhandschuhen zu verarbeiten. Durch Umstellung der Rezeptur auf nicht reizende Bestandteile kann die Knetmasse jetzt auch ohne Handschuhe problemlos verarbeitet werden. Das wird den internationalen Markterfolg des innovativen Produkts weiter beschleunigen.

Bis Ende 2004 soll das Produkt in mehr als 50 Ländern weltweit angeboten werden.

Ausgezeichneter Service

Im Juni 2002 erhielten die Fachleute des Unternehmensbereichs Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker von Henkel in Belgien den „Best-Service-Award“. Der Preis wird jährlich auf Vorschlag der beiden großen „Do it Yourself“-Vereinigungen in Belgien vergeben. Darin sind Händler und Hersteller von Heimwerkerbedarf vertreten. Von insgesamt fünf nominierten Anbietern wurde Henkel auf Platz 1 gewählt. Die Auszeichnung bestärkt die Verpflichtung von Henkel, auch in Zukunft den Kundenservice kontinuierlich zu verbessern.

Henkel Technologies

Ausrichtung auf Nachhaltigkeit

Henkel Technologies vertreibt weltweit individuell zugeschnittene Systemlösungen, nimmt im Dialog mit den industriellen Kunden die 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.

Die Gesellschaft profitiert von diesen Innovationen, weil sie den Ressourcenverbrauch mindern und die Lebensdauer der Produkte verlängern. Beispiele sind innovative Verfahren zum Korrosionsschutz von Fahrzeugkarosserien, lösemittelfreie Klebstoffe für die Verpackung von Nahrungsmitteln oder extrem temperaturbeständige Klebstoffe für die Luft- und Raumfahrtindustrie.

Ein sich deutlich verstärkender Trend: Henkel Technologies übernimmt für seine Kunden komplette Problemlösungen vor Ort und ermöglicht ihnen dadurch, sich auf ihre eigenen Kernkompetenzen zu konzentrieren.

werden. Außerdem können die Wundnarben in vielen Fällen schöner verheilen als mit klassischen Methoden.

Mit Indermil ist Henkel Loctite einer der drei führenden Anbieter für Wundklebstoffe. Indermil wird in mehr als 40 Ländern weltweit vermarktet. Henkel Loctite ist damit gut in diesem Zukunftsmarkt positioniert.

Im September 2002 hat die US-amerikanische Food & Drug Administration den Vertrieb von Indermil in den USA zugelassen. Damit kann Indermil auch in dem weltweit größten Gesundheitsmarkt für Wundkebestoffe vermarktet werden, der jährlich um 30 Prozent wächst.

Energie der Zukunft

Brennstoffzellen sind die emissionsarme und universell einsetzbare Energiequelle der Zukunft. Sie ersetzen schwere Nickel-Cadmium Batterien in tragbaren Computern oder den abgasintensiven Verbrennungsmotor im Automobil. In Zusammenarbeit mit führenden Herstellern von Brennstoffzellen, Fahrzeugen und tragbaren Anwendungen entwickeln Forschungsteams von Henkel Technologies hochreine Kleb- und Dichtstoffe. Erst sie ermöglichen die umweltfreundliche Energieerzeugung auf kleinstem Raum. Die Vision: Energie für nachhaltige Mobilität.

Weltmarkt für Wundklebstoff

Mit Indermil prägt Henkel Loctite den medizinischen Fortschritt beim Wundverschluss. Statt mit Klammer oder Faden können Ärzte Hautwunden mit dem



Zellgewebekleber verschließen – einfach und Zeit sparend. Das bietet eine Reihe von Vorteilen: Indermil wirkt wie eine Versiegelung

über die gesamte Wunde und kann daher das Risiko von Infektionen verringern. Nach ungefähr zehn Tagen löst sich der Wundkleber von der Haut von selbst ab. Es müssen keine Fäden mehr gezogen

Gesundheitsschutz verbessert

Schmelzklebstoffe aus Polyurethan sind aus der industriellen Fertigung nicht mehr wegzudenken. Ihre hohe Festigkeit bei gezielt einstellbarer Elastizität macht sie für Fahrzeugbauer, Buchbinder und Möbelhersteller unverzichtbar. Allerdings entstehen bei der Verarbeitung gesundheitsschädliche Isocyanatdämpfe. Die Anwender müssen deshalb strenge Schutzvorkehrungen für ihre Mitarbeiter treffen. Henkel Technologies hat eine neue Generation von Polyurethan-Schmelzklebstoffen entwickelt, die den Gesundheitsschutz deutlich verbessern: Bis zu 90 Prozent weniger Isocyanatdämpfe werden

bei der Anwendung freigesetzt, ohne Abstriche bei der Klebeleistung. Die neuen Rezepturen sind nicht



mehr als gesundheitsschädlich eingestuft und verbessern deutlich den technischen Standard im Arbeits- und Umweltschutz. Ein

markanter Fortschritt, um die führende Marktposition von Henkel Technologies in Zusammenarbeit mit den Kunden weiter zu stärken.

Stabiler Schaum

Leichter, sicherer und sparsamer im Verbrauch – drei zentrale Anforderungen im modernen Automobilbau. Wie diese drei Ansprüche mit einem einzigen Produkt gelöst werden können, zeigt der



Strukturschaum Terocore von Henkel Technologies: Gezielt eingesetzt, verstärkt er Hohlraumstrukturen und versteift große

Flächen gegen Einbeulungen – gerade wenn es bei einem Unfall darauf ankommt.

Da die Strukturschäume sehr leicht sind, kann im Vergleich zu einer konventionellen Stahllösung bis zu 50 Prozent Gewicht eingespart werden.

Terocore unterstützt damit den Trend zur Leichtbauweise. Auch wenn pro Fahrzeug nur wenige Kilogramm Strukturschaum eingesetzt werden, hilft dies Energie zu sparen: Pro 100 Kilogramm Gewichtsreduzierung sinkt der Kraftstoffverbrauch um etwa 0,3 Liter pro 100 Kilometer. Gute Gründe also für die Automobilindustrie, immer mehr Fahrzeuge mit Terocore auszurüsten.

Bislang wurden etwa 11 Millionen Autos mit Terocore ausgestattet, und täglich werden es mehr. Henkel Technologies arbeitet mit nahezu allen Automobilherstellern zusammen und ist damit bestens im Wettbewerb positioniert.

Stoßdämpfer

Manche Elektronikbauteile müssen ordentlich etwas aushalten; beispielsweise die elektronische Motorsteuerung in einem Automobil oder das Innenleben von nicht immer sanft behandelten Mobiltelefonen. Mit Spezialklebstoffen von Henkel Loctite – so genannten Underfills – können die empfindlichen Bauteile stoß- und vibrationsfest auf den Leiterplatten befestigt werden. Allerdings gilt: Was einmal fest geklebt ist, lässt sich auch nicht mehr ohne Schaden lösen. Das kann zu teuren Materialverlusten führen. Stellt man beispielsweise im Produktionsprozess oder bei der Endprüfung eine defekte Komponente fest, muss das gesamte hochwertige Bauteil entsorgt werden. Die Klebstoffspezialisten von Henkel Loctite schafften Abhilfe und entwickelten ein Underfill mit Thermoschalter. Im Alltagsbetrieb schützt es die Elektronik bei Stürzen und Erschütterungen. Beim Erwärmen über die „Schalttemperatur“ gibt es jedoch den Chip zum Auswechseln frei. Das hilft den Kunden von Henkel Loctite, Produktionskosten zu sparen, und ermöglicht zukünftige Reparaturen hochwertiger Elektronikgeräte in der Gebrauchsphase.

Maßgeschneidert

Im französischen Toyota-Werk in Valenciennes wird seit 2001 der Kleinwagen vom Typ Yaris produziert – mittlerweile mehr als 1.000 Autos pro Tag. Von Anfang an setzte das Werk auf sehr hohe Standards beim Umweltschutz. Dazu wurde Henkel Technologies tiefgreifend in die Produktionsplanung eingebunden: Die Henkel-Fachleute stimmten die Reiniger und Korrosionsschutzmittel individuell auf die von Toyota eingesetzten Materialien ab. Auf diese Weise konnte die Arbeitstemperatur der Behandlungsbäder um 15 Grad Celsius gesenkt werden. Das spart Energie, Kosten und schont die Umwelt. Fast 800 Tonnen Kohlendioxid werden pro Jahr eingespart; und auch die Stickoxidbelastung ist deutlich verringert.

Management

- ▶ **Konzernweite Organisation für Nachhaltigkeit**
- ▶ **Corporate Governance Kodex erfüllt**
- ▶ **Führend in internationalen Nachhaltigkeitsratings**

Standards für Nachhaltigkeit

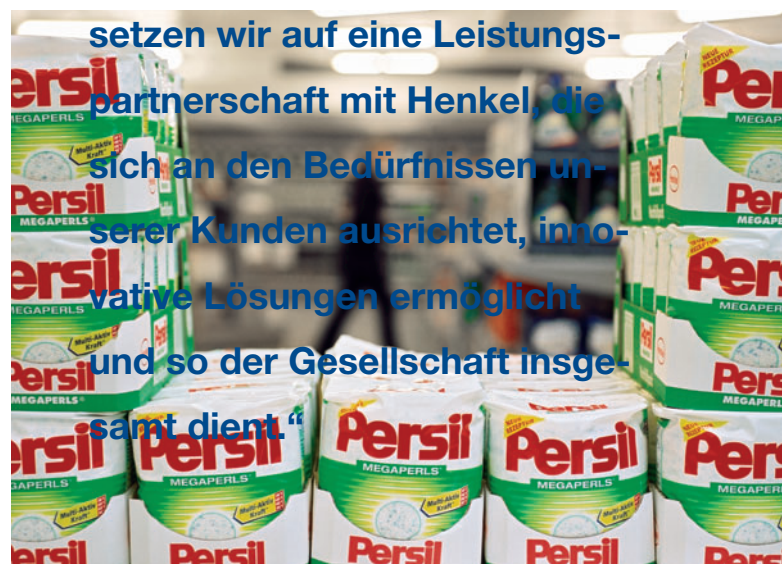
Henkel führt alle konzernweit gültigen Anforderungen zum nachhaltigen Wirtschaften in Sustainability-Standards zusammen. Eine unternehmensübergreifende Arbeitsgruppe hat die Aufgabe, die bestehenden Standards zu überprüfen, um Vorgaben zur gesellschaftlichen Verantwortung zu ergänzen und in die bestehenden Managementsysteme für Sicherheit, Gesundheit, Umwelt und Qualität zu integrieren. Die Arbeiten orientieren sich an international anerkannten Vereinbarungen wie

- der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen (UN),
- dem Standard „Social Accountability 8000“ (SA 8000) von Social Accountability International,
- den Leitlinien für multinationale Unternehmen der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD),
- der UN-Initiative „Global Compact“ sowie
- den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO).

Zygmunt Mierdorf,
Personal- und Logistik-Vorstand des
weltweit tätigen Handelskonzerns
Metro Group
www.metrogroup.de



„Nachhaltiges Handeln muss über die gesamte Wertschöpfungskette praktiziert werden. In unseren Anstrengungen binden wir gezielt unsere Lieferanten ein, da wir nur gemeinsam langfristig erfolgreich sein können. Dabei



setzen wir auf eine Leistungspartnerschaft mit Henkel, die sich an den Bedürfnissen unserer Kunden ausrichtet, innovative Lösungen ermöglicht und so der Gesellschaft insgesamt dient.“

Die für Henkel relevanten Anforderungen werden dabei unternehmensspezifisch an die Geschäftsaktivitäten angepasst.

Ende 2002 wurde ein erster Entwurf vorgelegt, der zur Zeit Henkel-intern diskutiert und bearbeitet wird. Diese Standards werden im Laufe des Jahres 2003 von der Geschäftsführung verabschiedet und im Jahr 2004 konzernweit eingeführt. Parallel dazu werden die vorhandenen Auditsysteme auf die neuen Vorgaben ausgeweitet.

Corporate Governance

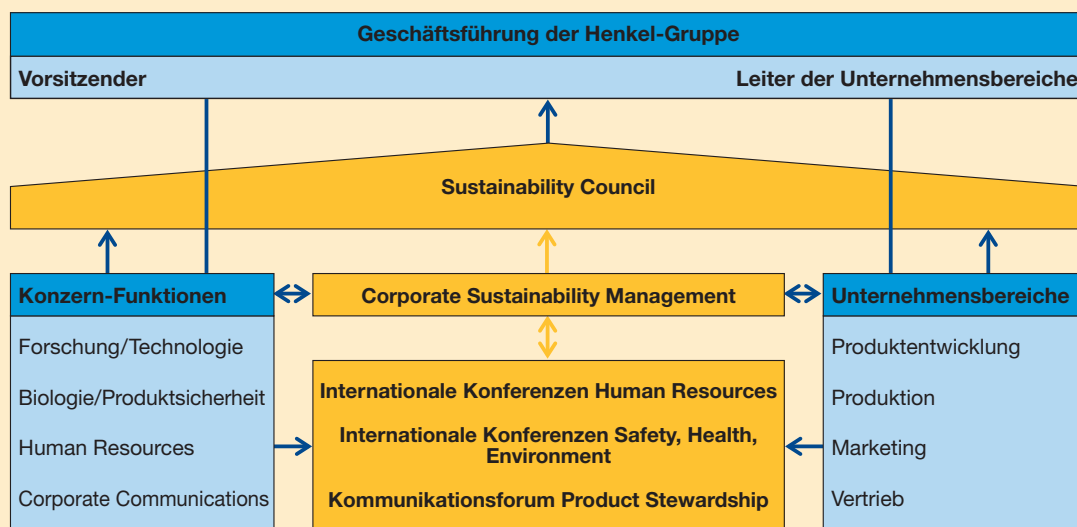
Eine verantwortungsbewusste und auf langfristige Wertsteigerung ausgerichtete Unternehmensführung und -kontrolle ist für Henkel seit jeher Teil sei-

ner Identität und wird zum Wohl des Unternehmens und seiner Aktionäre gelebt. Mit seiner Ausrichtung auf Nachhaltigkeit verpflichtet sich Henkel dabei auch zu einer gesellschaftlich verantwortungsvollen Unternehmensführung.

Darüber hinaus sind die vertrauensvolle und effiziente Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Gesellschaftsorganen und Gremien, die Wahrung der Aktionärsinteressen sowie eine offene und transparente Kommunikation Grundlage unserer Corporate Governance.

Henkel begrüßt den Deutschen Corporate Governance Kodex und erfüllt grundsätzlich dessen Anforderungen. Der genaue Wortlaut der Entsprechenserklärung sowie unternehmensspezifische Besonderheiten sind im Internet veröffentlicht. 

Organisation für nachhaltiges Wirtschaften



Die Henkel-Geschäftsführung trägt die Gesamtverantwortung für die Nachhaltigkeitspolitik. Ein unternehmensweit besetzter Sustainability Council hat die globale Steuerung inne, in Zusammenarbeit mit den Unternehmensbereichen und den zentralen Funktionen. 

Zur Umsetzung der Henkel-Nachhaltigkeitspolitik setzt Henkel integrierte Managementsysteme ein. Die Systeme basieren auf weltweit einheitlichen Standards für Sicherheit, Gesundheit, Umweltschutz und Qualität.

Die Umsetzung der konzernweiten Standards wird durch interne Audits regelmäßig überprüft (2002: 43 Standorte). Zusätzlich lassen Henkel-Unternehmen ihre Managementsysteme extern zertifizieren, wenn sie dadurch Wettbewerbsvorteile erzielen. Ende 2002 waren 72 Produktionsstätten nach der weltweiten Umweltmanagement-Norm ISO 14001 zertifiziert. Sie stehen für mehr als 60 Prozent der Henkel-Produktion. Rund 80 Prozent sind nach internationalen Qualitätsmanagementnormen zertifiziert. 

Externe Bewertungen

Führend in weltweiten Ratings

Internationale Ratingagenturen und Nachhaltigkeitsanalysten bestätigten Henkel auch im Jahr 2002 eine führende Rolle im nachhaltigen Wirtschaften. Durch den Dialog mit den Analysten werden wichtige Impulse ins Unternehmen getragen.

Bestätigt im FTSE4Good Ethik-Index



London: Henkel wurde im September 2002 erneut im internationalen Ethik-Index FTSE4Good bestätigt, den die Financial Times und die Londoner Börse im Jahr 2001 eingeführt haben.

Neu im Ethical Index Global

Mailand: Im November 2002 wurde Henkel in den Ethical Index Global des italienischen Finanzdienstleisters E. Capital Partners aufgenommen.

Erster Platz im Oekom Rating

München: Im April 2002 setzte die Ratingagentur Oekom Research die Henkel-Gruppe auf den ersten Platz im Nachhaltigkeitsranking von 16 internationalen Chemieunternehmen.

Bestnote der ZKB



Zürich: Im November 2002 wurde Henkel im Nachhaltigkeitsranking der Zürcher Kantonalbank (ZKB) mit der Bestnote „AAA“ bewertet.



Zum vierten Mal in Folge in den Dow Jones Sustainability Indexes

Zürich/New York: Henkel ist erneut in den weltweiten Dow Jones Sustainability

Indexes vertreten. In der Konsumgüter-Branche (Household Goods) ist die Henkel-Gruppe in Europa führend und weltweit die Nummer 2.



Führend im neuen Ethibel Index

Brüssel: In dem im Juni 2002 aufgelegten belgischen Ethibel Sustainability Index Global ist Henkel als Branchenführer vertreten.

Preise und Auszeichnungen 2002

Land	Unternehmen	Preise und Auszeichnungen
Belgien	Henkel Belgium, Brüssel	Best-Service-Award der belgischen Do-it-yourself-Vereinigung
Großbritannien	Henkel Consumer Adhesives, Winsford	Auszeichnung „Investor in People“ für attraktive Arbeitgeber Erster Platz im Wettbewerb „Business and the Environment“
Indien	Henkel SPIC India, Karaikal	Preis für Arbeitssicherheit der nationalen Greentech-Stiftung
Italien	Henkel Loctite, Cerano	Regionaler Ethikpreis für Unternehmen
Österreich	Henkel Austria, Wien	Auszeichnung der Stadt Wien für Abfallmanagement
Puerto Rico	Henkel Puerto Rico, Sabana Grande	Anerkennung der Regierung für gelungene Integration von Behinderten
Slowenien	Henkel Slovenija, Maribor	Sieger im nationalen Wettbewerb „Lernendes Unternehmen“
Spanien	Henkel Ibérica, Barcelona	Branchensieger im Wettbewerb der besten Arbeitgeber (Konsumgüter)
USA	Henkel Loctite, Warrensville Heights, Ohio; Henkel Consumer Adhesives, Avon, Ohio	Erneute Auszeichnungen als attraktive Arbeitgeber in der Region
USA	Henkel Loctite, Olean, New York	Auszeichnung der nationalen Umweltbehörde

Mitarbeiter

Unter dem Motto „Strong for the Future“ startete Henkel im Herbst 2001 ein konzernweites Restrukturierungsprogramm: Durch Optimierung der Strukturen in Produktion, Vertrieb und Verwaltung sollen die Wettbewerbsfähigkeit verbessert und die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens gesichert werden.

Um Strukturen, Geschäftsprozesse und Produktionskapazitäten effizienter zu machen, wurde eine Reihe von Standorten ganz oder teilweise geschlossen oder mit anderen zusammengelegt.

Im Berichtsjahr 2002 wurden in der gesamten Henkel-Gruppe rund 2.200 Stellen abgebaut. Gleichzeitig sind durch gezielte Akquisitionen rund 3.700 Mitarbeiter hinzugekommen.

Das wichtigste Kapital für die Zukunft sind die Mitarbeiter. Aus diesem Grund investiert Henkel gezielt in gut ausgebildete, motivierte und innovative Mitarbeiter. Seit 2001 beteiligt Henkel die Mitarbeiter auch über das weltweit eingeführte Mitarbeiter-Aktienprogramm am Unternehmen.

Mitarbeiter nach Regionen zum 31.12.2002			
	2001	2002	in %
Deutschland	11.460	11.362	23,4 %
Europa (ohne Deutschland)	18.398	19.918	41,0 %
Afrika/Naher Osten	2.172	3.456	7,1 %
Nordamerika	4.675	4.474	9,2 %
Lateinamerika	2.870	3.042	6,2 %
Asien/Pazifik	7.048	6.386	13,1 %
Henkel-Gruppe	46.623	48.638	100 %

Drei Viertel der 48.638 Mitarbeiter arbeiten außerhalb von Deutschland. Weltweit sind gut 7.920 Mitarbeiter als Führungskräfte eingestuft. Der Anteil von Frauen im Management liegt bei 21 Prozent.

Sozial verantwortliches Vorgehen

Grundsatz bei jedem Personalabbau ist ein sozial verantwortliches Handeln. Henkel unternimmt alle Anstrengungen, um persönliche Härten für ausscheidende Mitarbeiter zu minimieren. Natürliche

Personelle Aktivitäten

- In Europa trägt das Restrukturierungsprogramm dem Zusammenrücken der europäischen Wirtschaft und der Anpassung an veränderte Marktgegebenheiten Rechnung. Mitte 2002 wurden der Waschmittel-Standort im belgischen Herent geschlossen und die Produktion von flüssigen Reinigungsmitteln im französischen Ponthierry eingestellt. Grund hierfür sind rückläufige Märkte und wachsende Überkapazitäten, die trotz Produktinnovationen nicht ausgeglichen werden können.

Die gezielte Vermittlung von Mitarbeitern in neue Aufgaben zeigte Wirkung: In Herent fanden innerhalb von vier Monaten mehr als zwei Drittel der 214 Mitarbeiter eine neue Stelle.

- Auch in China und Russland wurden Produktionskapazitäten abgebaut; insgesamt sind knapp 1.600

Arbeitsplätze betroffen. Die stagnierenden Märkte für Waschmittel und Kosmetika waren die Hauptursache.

In China wurden die Absatzprobleme durch Produktfälschungen zusätzlich verschärft. Durch die dynamischen Arbeitsmärkte fand ein Großteil der Mitarbeiter neue Arbeitsplätze.

- In den USA wurden vier kleine Standorte mit insgesamt weniger als 100 Mitarbeitern geschlossen oder mit anderen Werken zusammengelegt. Die Fokussierung der Produktionsstrukturen war nach verschiedenen Akquisitionen des Unternehmensbereichs Henkel Technologies notwendig. Durch weitreichende Frühpensionierungen und die natürliche Fluktuation konnten auch hier soziale Härten vermieden werden.

Fluktuation und Frühpensionierungen haben bei Stellenreduzierungen stets Priorität. Weiterhin unterstützt Henkel aktiv die Suche nach neuen Arbeitsstellen durch gezielte Vermittlung an andere Unternehmen sowie die Begleitung durch externe Berater. Vor jeder Entscheidung werden die betrieblichen Gremien frühzeitig informiert und die Empfehlungen der Arbeitnehmervertretungen so weit wie möglich berücksichtigt.

Führen, bewerten, entwickeln

Henkel legt hohen Wert auf die Anerkennung individueller Leistungen und auf eine systematische Personalentwicklung aller Mitarbeiter. Für Führungskräfte hat das Unternehmen dazu weltweit zwei zentrale Instrumente umgesetzt: die regelmäßige Bewertung der Management-Kompetenzen und die Vereinbarung individueller Leistungsziele. Sie sind die Grundlage für die gezielte Entwicklung von Kernkompetenzen sowie individuelle, erfolgsabhängige Bonuszahlungen.

Henkel richtet auf diese Weise das Engagement und die Fähigkeiten seiner Führungskräfte auf die Faktoren aus, die für eine erfolgreiche Unternehmensführung erforderlich sind.

Globales Ziel – lokale Umsetzung

Anders als bei international tätigen Führungskräften folgt die Personalentwicklung für Tarifmitarbeiter lokalen Maßstäben – unterschiedliche kulturelle und standortbezogene Faktoren werden hier berücksichtigt. Eines haben die zugrunde liegenden Beurteilungen stets gemeinsam: Sie werden im vertraulichen Gespräch zwischen Mitarbeiter und Vorgesetzten durchgeführt und zur Fortschritts-erhebung regelmäßig wiederholt.

Leistung anerkennen

Das Prinzip der leistungsorientierten Führung gilt auch für Tarifmitarbeiter: Persönliche Beurteilungsgespräche geben ihnen Rückmeldung über Stärken

und Veränderungsbedarf und sind die Basis für gezielte Entwicklungsmaßnahmen. Zum Teil werden dazu auch individuelle Leistungsziele festgelegt, deren Erreichen mit Erfolgsprämien verknüpft ist. Mitarbeiterteams werden oftmals über abteilungs- oder standortbezogene Zielsysteme am wirtschaftlichen Erfolg beteiligt. 

Henkel misst der regelmäßigen Beurteilung und der Mitarbeiterentwicklung einen hohen Stellenwert bei. Tochterunternehmen in über 30 Ländern führen bereits für mehr als zwei Drittel aller Tarifmitarbeiter systematische Mitarbeitergespräche durch. Im Jahr 2003 starten damit weitere Henkel-Unternehmen in Ägypten, Algerien, Griechenland, Russland und der Türkei.

Mitarbeiter-Aktienprogramm

Das im Jahr 2001 weltweit eingeführte Mitarbeiter-Aktienprogramm wird auch im Jahr 2003 mit großem Erfolg fortgesetzt. Mehr als 10.000 Henkel-Mitarbeiter aus 48 Ländern beteiligten sich und nehmen so die Chance war, am wirtschaftlichen Erfolg ihres Unternehmens teilzuhaben.

Henkel bietet bei diesem Programm seinen Mitarbeitern die Aktien zu Vorzugskonditionen an: Für jeden investierten Euro gibt Henkel 50 Cent Bonus dazu. Bis zu 4 Prozent des Jahreseinkommens – maximal jedoch 4.000 Euro – können so besonders vorteilhaft angelegt werden.

Das Ziel: die Interessen von Unternehmen und Mitarbeitern noch enger zu verknüpfen und zudem eine attraktive Möglichkeit zur individuellen Altersvorsorge und Zukunftssicherung bereitzustellen.

Hohe Beteiligung

	2002	2003
Länder:	40	48
Teilnehmer:	10.100	10.400

Gesundheitsvorsorge

Bei der betrieblichen Gesundheitsförderung zielt Henkel nicht allein auf körperliche Gesundheit. Die persönliche „Life Balance“ muss ausgeglichen sein, damit die Mitarbeiter sich wohlfühlen und im beruflichen wie im privaten Alltag erfolgreich agieren. Als Bekenntnis zu dieser umfassenden Vorsorgephilosophie trat Henkel dem betrieblichen Netzwerk „Unternehmen für Gesundheit“ bei. Im März 2002 unterzeichnete Henkel in diesem Zusammenhang auch die „Luxemburger Erklärung zur Gesundheitsförderung in der Europäischen Union“ von 1997. 

Bei der Ausgestaltung von Gesundheitsprogrammen setzen die Henkel-Standorte je nach nationalen und kulturellen Gegebenheiten unterschiedliche Schwerpunkte. Die auf dieser Seite genannten Beispiele illustrieren die Bandbreite der Fördermaß-



nahmen. In vielen Fällen geht das Engagement der Henkel-Unternehmen weit über die Werkttore hinaus und bezieht auch Angehörige, Mitarbeiter anderer Unternehmen und Nachbarn in gemeinsam durchgeführte Vorsorgeaktionen mit ein.

Düsseldorf/Deutschland

Die Werksärzte des weltweit größten Produktionsstandorts in Düsseldorf-Holthausen entwickelten umfangreiche Programme zur Gesundheitsförderung. Ein besonderer Schwerpunkt lag 2002 auf Informationsveranstaltungen und Seminaren zum persönlichen Stressmanagement.

Darüber hinaus beteiligten sich mehrere Tausend Mitarbeiter an betrieblichen Vorsorgeuntersuchungen gegen Krebs und Schilddrüsenerkrankungen, nutzten Gripeschutzimpfungen oder



nahmen an einem sportmedizinisch betreuten Laufprogramm für Anfänger teil.

Sabana Grande/Puerto Rico

Im August 2002 lud Henkel Loctite in Sabana Grande zu seinem ersten Familien-Gesundheitstag ein – mit Unterstützung mehrerer Ärzte, Ernährungswissenschaftler sowie des nationalen Gesundheits- und Umweltministeriums. Über 350 Mitarbeiter und Angehörige kamen und nutzten verschiedene Vorsorgeuntersuchungen, ließen sich beraten und erhielten aktuelle Informationen, beispielsweise über Krankheiten, die von Moskitos übertragen werden. Auch die Kinder wurden spielerisch einbezogen: ein Malwettbewerb und eine Clown-Show waren für sie die Attraktionen.

Alrode/Südafrika

Die Immunschwächekrankheit AIDS ist eines der gravierenden sozioökonomischen Probleme Südafrikas. Gemeinsam mit der Gesundheitsbehörde sowie örtlichen Arbeitnehmer- und Gewerkschaftsvertretern hat Henkel South Africa eine betriebliche AIDS-Politik entwickelt. Die umfassende Information der Mitarbeiter zum Schutz vor Ansteckungen ist eines der zentralen Handlungsfelder.

Weitere Vorsorgemaßnahmen sind das Angebot von kostenlosen Kondomen sowie HIV-Tests. Gleichzeitig definiert die AIDS-Politik den Umgang mit HIV-Infizierten und AIDS-kranken Mitarbeitern im Betrieb. Die beiden wichtigsten Säulen sind dabei, jegliche Diskriminierung zu vermeiden und die Vertraulichkeit zu wahren.

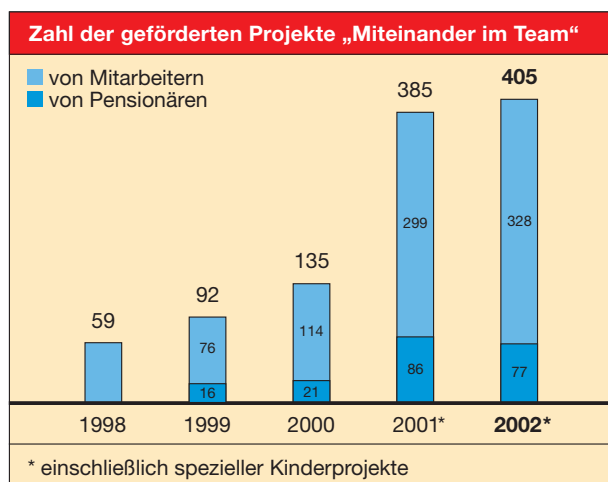
Gesellschaftliches Engagement

Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung hat in der Henkel-Gruppe Tradition. In seinem mehr als 125-jährigen Bestehen setzte sich Henkel in vielfältiger Weise für Menschen und ihre Belange ein – dies ist auch in den Unternehmensgrundsätzen verankert. Unter dem Begriff „Corporate Citizenship“ versteht Henkel dabei das gesamte, über die Geschäftstätigkeit hinausgehende Engagement für die Gesellschaft. Die gezielte Unterstützung von Mitarbeiterprojekten erweist sich dabei als erfolgreiches Instrument zur direkten, wirksamen Hilfe und auch zur Förderung der Unternehmenskultur. ⓘ

Internationale MIT-Arbeit

Die 1998 in Düsseldorf entstandene Idee der Initiative „Miteinander im Team“ (MIT) hat sich in den vergangenen Jahren zu einem festen Bestandteil der Unternehmenskultur entwickelt. Henkel-Unternehmen in insgesamt 14 Ländern beteiligen sich an der Initiative, die gezielt das ehrenamtliche Engagement von Mitarbeitern und Pensionären unterstützt. Henkel fördert dabei gemeinnützige Projekte durch Hilfe zur Selbsthilfe mit Finanz- und Sachmitteln oder durch bezahlte Freistellung der Mitarbeiter von der Arbeit. Seit dem Start der MIT-Initiative wurden bislang mehr als 1.000 Projekte weltweit initiiert und gefördert, davon 257 spezielle Kinderprojekte.

Henkel hat sich das Ziel gesetzt, dass seine Mitarbeiter bis zum Jahr 2005 in allen Regionen der Henkel-Gruppe lokale MIT-Initiativen aufbauen.



Unterstützung für Kinder

Ein wichtiger Teil der MIT-Initiative sind Kinderprojekte. Sie wurden erstmals zum 125-jährigen Firmenjubiläum im Jahr 2001 initiiert. Mehr als 10.000 bedürftigen Kindern in über 50 Ländern konnte in 126 Projekten geholfen werden. Der Erfolg der mit 1,25 Millionen Euro geförderten Jubiläumsprojekte und die große Resonanz unter den Mitarbeitern veranlasste Henkel, diese Art des sozialen Engagements fortzusetzen: Mit jeweils bis zu 10.000 Euro wurden im Jahr 2002 weitere 131 von Henkel-Mitarbeitern und -Pensionären initiierte Kinderprojekte in 52 Ländern unterstützt. Der internationale Charakter dieser Projekte trägt dabei entscheidend dazu bei, MIT-Initiativen bei Henkel-Unternehmen in allen Regionen der Welt zu etablieren. ⓘ

Beispielhafte Kinderprojekte: Leben mit AIDS

Karl Theodor Morsbach, viele Jahre Geschäftsführer der Henkel-Niederlassung in Bangkok, engagiert sich seit mehr als 20 Jahren für die sozial Schwächeren in Thailand. Besonders die Situation der von AIDS betroffenen Kinder veranlasste ihn, im Jahr 2000 das Kinderdorf „Baan Gerda“ zu gründen. Dort wer-



den HIV-infizierte Kinder, unter ihnen viele Waisen, professionell betreut und mit Medikamenten versorgt. Die mittlerweile 42 Kinder in „Baan Gerda“ bekommen so die Chance, trotz ihrer Krankheit ein kindgerechtes Leben zu führen.

Claus-Uwe Schmidt, pensionierter Mitarbeiter des Waschmittelexports bei Henkel in Düsseldorf, unterstützt ebenfalls ein Projekt für Kinder, die ihre Eltern durch AIDS verloren haben. Im Waisen-

haus des Bethzatha AIDS Resource Centers in Kenia erhalten mehr als 70 Mädchen und Jungen im Alter zwischen 3 und 15 Jahren Nahrung, Kleidung, Ausbildung und medizinische Versorgung.



Mit Unterstützung von Henkel konnte der Bau eines zusätzlichen Schlafrums verwirklicht werden; der Aufbau einer Ausbildungswerkstatt für Jugendliche ist für 2003 geplant.

Hilfe für Hochwasseropfer

Die verheerenden Folgen des Jahrhunderthochwassers an Elbe und Donau im Sommer 2002 veranlasste Henkel zu länderübergreifenden Hilfsaktionen: Als Soforthilfe stellte das Unternehmen für die Hochwasseropfer in Deutschland, Österreich, Polen, Rumänien, der Slowakei, Tschechien und Ungarn Sachspenden im Wert von 1,3 Millionen Euro zur Verfügung. Darüber hinaus wurden Mitarbeiter für die Hilfseinsätze in den Hochwassergebieten von der Arbeit freigestellt.

Auf Anregung vieler Mitarbeiter und Pensionäre in Deutschland hat Henkel im August 2002 zusätzlich einen internen Spendenaufruf gestartet. Das Ergebnis war beeindruckend: Mehr als 270.000 Euro kamen zusammen; zusätzliche 300.000 Euro stockte das Unternehmen auf.

Ehrenamtliche Helfer von Henkel – koordiniert durch das Henkel Förderwerk Genthin – packten selbst mit an und sorgten in den Hochwasserregionen für die Verteilung der Hilfsgüter.

Die Fachleute der Henkel-Marke Metylan, in Deutschland führend beim Tapezieren und Renovieren, leisteten Soforthilfe für die Flutopfer: Rund 100 hochwasserschädigte Haushalte wurden in

Hilfe in Notlagen

Seit 1991 unterstützt Henkel mit dem Henkel Förderwerk Genthin die strukturschwache Region um seinen Waschmittelstandort im ostdeutschen Genthin. Erste Anlaufstelle für alle Henkel-Projekte war das Förderwerk Genthin, das unbürokratisch die Abwicklung der Soforthilfe für die Flutopfer organisierte. Diese Art der schnellen Hilfe wird nun auf internationale Notfälle ausgedehnt: Die neue „Henkel Friendship Initiative“ sorgt ab Sommer 2003 dafür, rasche, gezielte und konkrete Hilfe der Henkel-Gruppe und seiner Mitarbeiter bei sozialen Notlagen und bei Katastrophen weltweit zu koordinieren.

Zusammenarbeit mit ortsansässigen Handwerkern renoviert. Die Kosten dafür übernahm das Marketing Metylan. Parallel dazu standen die Experten von Henkel den Betroffenen in allen Regionen mit einem Beratungsmobil sowie über eine eigens eingerichtete Hotline mit Rat und Tat zur Seite. Auch das Marketing von Thomsit – Spezialist für Bodenbeläge bei Henkel – leistete mit erheblichen Preisnachlässen, technischer Beratung und Produktlieferungen Beistand.

Gezielt spenden

Die Henkel-Gruppe unterstützt in aller Welt gemeinnützige Organisationen mit Geld- und Sachspenden in Höhe von insgesamt mehreren Millionen Euro pro Jahr. Gespendet wird für die Bereiche:

- Soziales,
- Umwelt,
- Bildung und Wissenschaft,
- Schule und Jugend,
- Kultur und Kunst,
- Sport.

Ein internationales Spendenprofil definiert seit diesem Jahr einheitliche Vergabekriterien innerhalb der Henkel-Gruppe. Dies stellt die wirksame Bündelung aller Geld- und Sachspenden des Unternehmens sicher.

Produktion

- ▶ Ergebnisse der weltweiten Audits: hoher Standard
- ▶ Über 60 Prozent der Produktion: nach ISO 14001 zertifiziert
- ▶ Überblick: Standort-Informationen nach Regionen

Neu ausgerichtet

Im Zuge der strategischen Neuausrichtung auf starke Marken und zukunftsweisende Technologien hat Henkel zum 30. November 2001 die Chemie-Tochter Cognis und seine Anteile am europäischen Hygienegeschäft Henkel-Ecolab veräußert. Mehr als 30 wichtige Produktionsstätten verkaufte Henkel; sie entfallen somit aus der Regionen-Berichterstattung. Auch im Jahr 2002 hat Henkel die Konzentration auf profitable Kerngeschäfte weiter vorangetrieben. Henkel verkaufte zwei Standorte in Südafrika und Marokko.

Um die konzernweiten Produktionsstrukturen effizienter zu gestalten, überprüfte und bündelte Henkel die vorhandenen Kapazitäten mit dem Restrukturierungsprogramm „Strong for the Future“. Henkel schloss insgesamt zehn Produktionsstätten in Amerika, Asien und Westeuropa. Demgegenüber wurden 17 Standorte aus Akquisitionen in den Vorjahren neu in die weltweite Berichterstattung aufgenommen.

Corinne Henry-Munoz,
Leiterin des Carrefour-Supermarkts
in Saint-Brice-sous-Forêt bei Paris
www.carrefour.com

„Als führendes Einzelhandels-Unternehmen hat Carrefour das Ziel, die vielfältigen Bedürfnisse unserer Kunden durch Qualitätsprodukte zum bestmöglichen Preis zu befriedigen und gleichzeitig wirtschaftlich und gesellschaftlich verantwortlich zu handeln. Wenn Lieferanten wie Henkel ihre Transportverpackungen optimieren, erleichtert dies das Recycling in unsere Einkaufsmärkten und reduziert Abfälle. Deswegen erwarten wir von unseren Lieferanten auch zukünftig weitere Verpackungs-optimierungen.“

Weltweit verantwortlich

Ziel aller Henkel-Standorte ist es, nachhaltig zu wirtschaften. Dazu haben sie sich entsprechend ihrer Bedürfnisse und auf ihre regionale Situation ausgerichtete Ziele gesetzt und Programme gestartet. Dieses Kapitel informiert beispielhaft über diese Aktivitäten und gibt einen Überblick der wichtigen Produktionsstätten.

Deutschland: Energie gespart

Nachhaltiges Wirtschaften kennt keine Werksgrenzen. Das zeigt aktuell der Schmelzklebstoff-Betrieb in Düsseldorf. Mit seinen Rohstofflieferanten und einem Großkunden wird nun gemeinsam Energie gespart. Rund 1.000 Tonnen Harze für Schmelzkleber wurden früher vom Produzenten abgekühlt, zermahlen und in Säcken an Henkel geliefert. Heute werden sie heiß und flüssig in Tanklastern zu Henkel transportiert und direkt weiterverarbeitet.

Der fertige Schmelzkleber wird jetzt ebenfalls flüssig und energiesparend an Großkunden geliefert. Das aufwändige Abkühlen und Einschmelzen ist nicht mehr erforderlich. Auch wirtschaftlich eine attraktive Lösung für Henkel, seine Zulieferer, die Kunden und die Umwelt.

Großbritannien: wirtschaftlicher Umweltschutz

Den ersten Platz im Wettbewerb „Business and the Environment“ erzielte das Werk Winsford der Henkel Limited (UK). Den Preis erhalten Unternehmen, die Umweltbelastungen reduzieren und dadurch ihre Wirtschaftlichkeit verbessern. Der Standort hat die Abwassermenge um fast ein Drittel gesenkt. Durch geringere Entsorgungsgebühren und Prozessoptimierungen werden mehr als 150.000 Euro pro Jahr eingespart. Grundlage dieses Erfolgs war ein bereits im Jahr 1998 gestartetes Kooperationsprojekt, in dem Henkel gemeinsam mit dem regionalen Wasserversorger, Universitäten und Schulen eine detaillierte Abwasserbilanz erstellte. Mitarbeiter aus allen Bereichen erarbeiteten

daraus ein umfangreiches Verbesserungsprogramm und setzten es gewinnbringend um.

Österreich: ausgezeichnetes Abfallmanagement

Ein Projektteam der Henkel Austria analysierte am Standort Wien das Abfallmanagement und identifizierte weitere Einsparmöglichkeiten. Das Ergebnis: 20 Prozent weniger Abfall und 15 Prozent geringere Entsorgungskosten. Zusätzliche Schulungen schärfen das Umweltbewusstsein der Mitarbeiter weiter. Fast 400 Tonnen Reststoffe werden nun jährlich dem Recycling zugeführt. Ein zweites Projekt-Team fand heraus, dass die Umstellung auf andere Kunststoffflaschen für Flüssigprodukte pro Jahr 60 Tonnen Ausschuss und Produktionsabfälle einspart. Zusätzlich konnte das Flaschengewicht um 15 Prozent reduziert werden.

Dafür verlieh die Stadt Wien dem Abfallmanager des Standorts einen Umweltpreis.

**Spanien: attraktiver Arbeitgeber**

Das spanische Wirtschaftsmagazin „Actualidad Económica“ zeichnete im Juli 2002 Henkel Ibérica als besten Arbeitgeber in seiner Branche aus. Bewertet wurden die Karrieremöglichkeiten, Aus- und Weiterbildung, flexible Arbeitszeiten, Verdienstmöglichkeiten sowie das allgemeine Arbeitsumfeld. Henkel Ibérica lag in allen Bewertungsfeldern deutlich über dem Durchschnitt.

Auch die angesehene spanische Wirtschaftsakademie Escuela de Alta Dirección y Administración (EADA) in Barcelona bewertete das Henkel-Personalmanagement positiv. Henkel Ibérica wurde für das Jahr 2001/2002 mit der Bestnote im Bereich „Weiterbildung der Mitarbeiter“ ausgezeichnet.

USA: Ressourcen schonen

Am Standort City of Industry, Kalifornien, produziert Henkel Loctite Spezialklebstoffe für Computerhersteller. Die Einsatzstoffe dafür sind teuer und

nur begrenzt lagerfähig. Unbrauchbar gewordene Rohstoffe müssen als gefährlicher Abfall mit hohen Kosten entsorgt werden.

Ein neues Materialwirtschafts- und Produktionsplanungssystem ermöglicht jetzt geringere Lagerbestände und kürzere Lagerzeiten. Das bedeutet: optimierte Fertigungsprozesse, weniger Rohstoffabfälle und umgerechnet fast 30.000 Euro weniger Entsorgungskosten pro Jahr.

Überdies werden nun gebrauchte Lösemittelreiner aufbereitet und wieder verwendet. Im Vergleich zum Jahr 2000 wurden die gefährlichen Abfälle um mehr als 30 Tonnen reduziert.

USA: Vorreiter im Umweltschutz



Die US-amerikanische Environmental Protection Agency (EPA) nahm

im Februar 2002 den Standort Olean, New York, von Henkel Loctite in das nationale Umweltprogramm auf. Der Standort wird damit für die kontinuierliche Verbesserung des Umweltschutzes und den offenen Dialog mit den Nachbarn ausgezeichnet.

Besonders gewürdigt wurde, dass gefährliche Abfälle deutlich reduziert und bedenkliche Quecksilberverbindungen ersetzt wurden. Für die Zukunft verpflichtete sich der Standort, die Abfallmengen und den Wasserverbrauch weiter zu verringern.

Ebenso im Kreis dieser vorbildlichen Betriebe: Henkel Loctite in Seabrook, New Hampshire, ein Gründungsmitglied des Programms. ⓘ

Thailand: Zertifizierung nach Sozialstandard



Als erster Henkel-Standort weltweit wurde Henkel Thai in Bangpakong in der Nähe von Bangkok im Jahr 2002 nach dem Standard „Social Accountability 8000“ (SA 8000) zertifiziert. Neben

der Einhaltung grundlegender Menschenrechte wie dem Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit definiert die Norm Mindestvorgaben zu Arbeitnehmerrech-

ten, beispielsweise Gleichbehandlung, gerechte Entlohnung sowie die Begrenzung von Überstunden.

Zusätzlich zu den Zertifizierungen nach internationalen Qualitäts-, Arbeitsschutz- und Umweltmanagementnormen sind damit auch die sozialen Aspekte des Managementsystems der Henkel Thailand begutachtet worden.

Saudi-Arabien: Öko-Effizienz

Anfang des Jahres 1998 stieg Henkel als Joint Venture-Partner in das Unternehmen eines regionalen Waschmittelherstellers in Riad ein. Seitdem modernisierte Henkel kontinuierlich die Produktionsanlagen. Die Flüssigabfälle aus der Produktion konnten so um fast 90 Prozent verringert werden – einhergehend mit spürbaren Kostensenkungen. Zwei neue Abfüllanlagen sorgen für eine erhöhte Produktionsleistung sowie bessere und sicherere Arbeitsbedingungen. Ergänzend gibt es für die Mitarbeiter ein umfassendes Programm mit Sicherheitsschulungen.

Südafrika: kontinuierlich lernen und verbessern

Henkel South Africa in Alrode legt besonderen Wert darauf, alle Mitarbeiter in die kontinuierliche Verbesserung aller Geschäftsprozesse einzubinden. Ein Beispiel hierfür ist ein Projekt zur Verringerung von Fehlchargen in der Produktion von Industrieklebstoffen. Hier tragen die Mitarbeiter jetzt eine höhere Verantwortung für die Qualität der hergestellten Produkte.

Als zusätzlicher Ansporn wird in einem Wettbewerb das Team mit dem geringsten Ausschuss ermittelt. Bereits 2002 wurden mehr als 50 Tonnen Abfall und 30.000 Euro eingespart.

Der Anspruch des Unternehmens geht weit darüber hinaus: Mitarbeiter ohne Schulbildung – die häufig mit Hilfsarbeiten betraut sind – lernen in acht- bis zehnmonatigen Kursen die Grundlagen von Lesen, Schreiben und Rechnen. So qualifizieren sie sich für anspruchsvollere Tätigkeiten.

Asien/Pazifik



● Länder mit wichtigen Produktionsstätten

Asien und die pazifische Region ist für Henkel einer der wichtigsten Wachstumsmärkte. Durch gezielte Investitionen verstärkte Henkel dort seine Präsenz weiter. In den letzten beiden Jahren wurden in der Region 17 Standorte auditiert, davon fünf bereits zum zweiten Mal. Die Wiederholungsaudits zeigten einen durchweg guten, in einzelnen Fällen vorbildlichen Standard bei Sicherheit, Gesundheits- und Umweltschutz.

Die Ergebnisse der zwölf Erstaudits waren unterschiedlich: In den meisten Werken wurden die Henkel-Anforderungen erfüllt. In drei Werken war jedoch aufgrund unzureichenden Brandschutzes dringender Handlungsbedarf gegeben. Die Produktion in einem der drei Werke wurde stillgelegt und an einen anderen Standort verlagert. In den beiden anderen Fällen setzte Henkel umgehend die notwendigen Sofortmaßnahmen um und initiierte ein längerfristiges Verbesserungsprogramm.

Australien

Caringbah/
Sydney

Dandenong/
Melbourne

Kilsyth/
Melbourne*

West Heidelberg/
Melbourne

China

Changchun

Guangzhou*

Guilin*

Peking

Shanghai/
Nanhui*

Shanghai/
Yangpu

Shantou*

Siping*

Tianjin*

Xuzhou*

Yantai/
Shandong

Zhaoqing

Indien

Chennai/
Ambattur

Coimbatore

Gurgaon*

Jejuri*

Kalkutta*

Karaikal*

Kodur

Indonesien

Cimanggis/
Jakarta*

Japan

Osaka

Korea

Icheon

Jincheon-Kun/
Choongbook*

Kyung-Ju*

Malaysia

Ipoh*

Shah Alam/
Selangor

Sungai Buloh*

Neuseeland

East Tamaki/
Auckland*

New Lynn/
Auckland

Philippinen

Binan/Laguna

Thailand

Bangpakong/
Bangkok*

Chon Buri

Vietnam

Binh Duong
Province

* Einer der 117 Standorte für die Konzerndaten

■ Zertifizierung nach ISO 14001

■ SHE-Audit absolviert

■ Ziele veröffentlicht

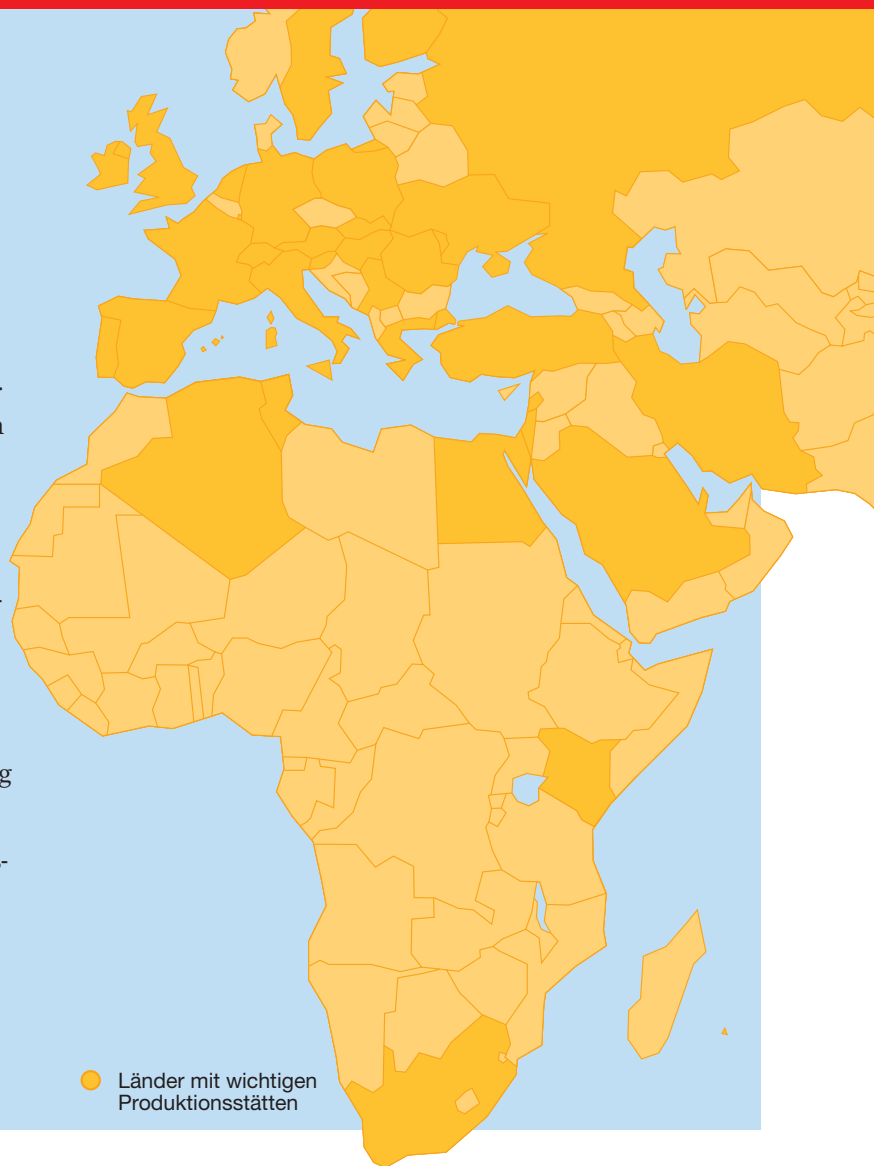
■ Standortporträt im Internet

Afrika/Naher Osten

Henkel ist in der Region Afrika/Naher Osten schwerpunktmäßig im Mittelmeerraum aktiv. Durch Zukäufe in Algerien und im Iran ließen sich die Geschäfte weiter ausbauen. Insgesamt neun Audits führte Henkel seit 2001 in der Region durch, davon sieben Wiederholungsaudits.

In den zum zweiten Mal überprüften Werken zeigten sich deutliche Verbesserungen der Umweltleistung. Handlungsbedarf besteht jedoch weiterhin beim Sicherheitsmanagement. Hier initiierte Henkel langfristig angelegte Trainingsprogramme, um das Sicherheitsbewusstsein der Mitarbeiter wirksam zu erhöhen.

In den beiden erstmalig auditierten Werken fanden die Auditoren Schwachstellen im Umgang mit organischen Lösemitteln. Die notwendigen technischen und organisatorischen Abhilfemaßnahmen wurden sofort eingeleitet.



Ägypten

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

Algerien

Ain Temouchent
Chelghoum Laid
Reghaia/Algier

Iran

Ghazvin* ■ ■
Teheran

Israel

Haifa* ■ ■ ■

Kenia

Nairobi* ■ ■ ■

Libanon

Beirut* ■

Mauritius

Terre Rouge ■

Saudi-Arabien

Jeddah* ■
Riad* ■ ■ ■

Südafrika

Alrode/
Johannesburg* ■ ■ ■

Tunesien

Tunis/Mornag* ■ ■ ■
Sfax* ■ ■

* Einer der 117 Standorte für die Konzerndaten

■ Zertifizierung nach ISO 14001

■ SHE-Audit absolviert

■ Ziele veröffentlicht

■ Standortporträt im Internet 

Europa

Mit etwa 70 Prozent des Umsatzes ist Europa traditionell der dominierende Markt für Henkel. Unabhängige Henkel-Auditoren untersuchten seit 2001 insgesamt 28 europäische Produktionsstandorte, die meisten davon bereits zum zweiten Mal. Bei diesen Wiederholungsaudits haben die Auditoren die Umsetzung wichtiger Verbesserungsmaßnahmen aus den Erstaudits überprüft und insgesamt einen hohen Sicherheits-, Gesundheits- und Umweltschutzstandard festgestellt. Einzelne Defizite wurden dennoch aufgezeigt. In den meisten Fällen mussten die Firmen Schwachstellen im Managementsystem beseitigen.

In zwei zugekauften Werken wurden jedoch deutliche Abweichungen von den Henkel-Standards festgestellt: An einem der Standorte mussten unzureichende Vorkehrungen zum Boden- und Grundwasserschutz behoben werden; im anderen Werk wurden Sicherheitsmängel beim Umgang mit Lösemitteln deutlich. Die betroffene Anlage wurde bis zur Behebung der Schwachstellen stillgelegt.

Deutschland

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

Finnland

Valkeakoski*	■ ■
--------------	-----

Frankreich

Châlons-en-Champagne*	■ ■ ■ ■
Cosne-sur-Loire*	■ ■ ■
Lièpvre*	■ ■ ■
Louviers*	■ ■ ■ ■
Nemours*	■ ■ ■ ■
Reims*	■ ■ ■ ■
Royaucourt-et-Chailvet	
Senlis	■

Griechenland

Kato Kifissia/Athen	■
Metamorfossi/Athen*	■ ■

Großbritannien

Belvedere*	■ ■ ■ ■
Dunstable	
Hemel Hempstead*	■ ■ ■
Winsford*	■ ■ ■ ■

Irland

Ballyfermot*	■ ■ ■ ■
Tallaght*	■ ■ ■ ■

Italien

Caleppio di Settala*	■ ■ ■ ■
Casarile/Mailand*	■ ■ ■
Cerano*	■ ■
Ferentino*	■ ■ ■ ■
Lomazzo*	■ ■ ■
Parma	■ ■
Zingonia/Bergamo*	■ ■ ■

Luxemburg

Foetz*	■ ■ ■
--------	-------

Niederlande

Ravenstein*	■ ■ ■
-------------	-------

Österreich

Wien*	■ ■ ■ ■
-------	---------

Polen

Ciechanów	■
Dzierżoniów*	■ ■ ■ ■
Racibórz*	■ ■ ■ ■
Stąporków*	■ ■ ■ ■
Wrząca*	■ ■ ■ ■

Portugal

Alverca*	■ ■ ■ ■
----------	---------

Rumänien

Bukarest	
----------	--

Russland

Engels*	■ ■ ■ ■
Perm	■

Syzyran

Tosno*	■ ■ ■
--------	-------

Schweden

Göteborg	■
Mölndal*	■ ■ ■ ■

Schweiz

Erlinsbach*	■ ■ ■
-------------	-------

Serbien und Montenegro

Krusevac	
----------	--

Slowakei

Nové Mesto*	■ ■
-------------	-----

Slowenien

Maribor*	■ ■ ■ ■
----------	---------

Spanien

Abrera/Barcelona	
La Coruña*	■ ■ ■
Malgrat*	■ ■ ■ ■
Montornés*	■ ■ ■ ■
Navalcarnero	■
San Adrián*	■ ■ ■ ■
Santa Perpétua*	■ ■ ■ ■
Sevilla/Alcalá de Guadaira*	■ ■ ■ ■

Türkei

Cayırova*	■ ■
Izmir*	■ ■ ■
Tuzla	■

Ukraine

Uzhgorod	■
Vyshgorod/Kiew	■

Ungarn

Barcs*	■ ■ ■
Körösladány*	■ ■ ■ ■
Szolnok*	■ ■ ■ ■
Vác*	■ ■ ■ ■

Amerika



● Länder mit wichtigen Produktionsstätten

In Nord- und Südamerika ist die Henkel-Gruppe insbesondere in den Klebstoff- und Technologie-Geschäften aktiv. Die Marktposition hat Henkel hier durch Zukäufe gezielt verstärkt. In Mittelamerika gelang der Einstieg in den Waschmittelmarkt. In den Jahren 2001 und 2002 wurden in der Region insgesamt 21 Werke auditiert. Bei den insgesamt 14 Wiederholungsaudits haben die Auditoren einen hohen Standard vorgefunden.

Regionale Problemschwerpunkte gab es nicht, jedoch punktuellen Handlungsbedarf an einzelnen Standorten. So musste zum Beispiel in einer Produktionsstätte die Koordination von externen Firmen verbessert werden, die auf dem Werksgelände tätig sind. An sieben neu akquirierten Standorten führte Henkel Erstaudits durch. An vier dieser Produktionsstätten waren erhebliche Verbesserungen der Managementsysteme notwendig. Auch einzelne technische Verbesserungen wurden festgelegt und umgesetzt.

Brasilien

Diadema/
São Paulo* 
Itapevi/
São Paulo* 
Jacareí* 

Chile

Santiago de
Chile* 

Kanada

Brampton,
Ontario* 
Etobicoke,
Ontario* 

Kolumbien

Santafé de
Bogotá 

Mexiko

Ecatepec de
Morelos* 
Toluca* 

Puerto Rico

Sabana
Grande* 

USA

Aurora,
Illinois* 
Avon, Ohio* 
Bay Point,
California* 
Brooklyn,
New York* 
Calhoun,
Georgia* 
City of
Industry,
California* 

Delaware,
Ohio* 
Elgin, Illinois* 
Hayward,
California* 
Homer,
New York* 
Jackson,
Tennessee* 
Lewisville,
Texas* 
Oak Creek,
Wisconsin* 
Olean,
New York* 
Seabrook, New
Hampshire* 
St. Louis,
Missouri* 
Tucker, Georgia* 
Warren,
Michigan* 

Warrensville
Heights, Ohio* 

Venezuela

Guacara/
Caracas* 

* Einer der 117 Standorte für die Konzerndaten

 Zertifizierung nach ISO 14001

 SHE-Audit absolviert

 Ziele veröffentlicht

 Standortporträt im Internet



Manfred Maus,
Mitbegründer und Mitglied des
Aufsichtsrats der international tätigen
Bau- und Heimwerkermarktkette OBI
www.obide.de

„Ökologische Verantwortung ist fester Bestandteil der OBI-Philosophie. Gemeinsam mit allen Partnern optimieren wir unsere Produkt- und Serviceangebote beständig, so dass alle davon profitieren. Dazu setzen wir auf Lieferanten, die uns aktiv bei unseren Zielen unterstützen – schon seit der Gründung unseres Unternehmens ist Henkel einer von ihnen.“

Kennzahlen

- ▶ **Weltweit erhoben:**
Daten von
117 Standorten
- ▶ **Offene Information:**
Unfälle und Betriebs-
störungen
- ▶ **Vergleichbar gemacht:**
Kennzahlen auf Basis
fortgeführter Geschäfte

Transparenz

Verbesserungen im nachhaltigen Wirtschaften müssen innerhalb und außerhalb des Unternehmens nachvollziehbar und bewertbar sein. Dazu veröffentlicht die Henkel-Gruppe jährlich wichtige Konzerndaten und berichtet über Fortschritte. Henkel orientiert sich dabei an den Kernkennzahlen, die im europäischen Chemieverband CEFIC abgestimmt wurden, und hat diese unternehmensspezifisch ergänzt.

Weltweite Erhebung

Die Daten werden an 117 wichtigen Produktionsstandorten der Henkel-Gruppe in insgesamt 45 Ländern ermittelt (siehe Regionenkarten auf den Seiten 27 bis 30) und zu Konzernkennzahlen zusammengefasst. Diese Standorte sind unter anderem nach dem Produktionsvolumen sowie nach der Art und Höhe des Ressourcenverbrauchs und der Emissionen ausgewählt. Sie repräsentieren 90 Prozent der Produktionsmenge im Konzern.

Standortdaten aus 45 Ländern

Ägypten	Italien	Puerto Rico
Australien	Japan	Russland
Brasilien	Kanada	Saudi-Arabien
Chile	Kenia	Schweden
China	Korea	Schweiz
Deutschland	Libanon	Slowakei
Finnland	Luxemburg	Slowenien
Frankreich	Malaysia	Spanien
Griechenland	Marokko	Südafrika
Großbritannien	Mexiko	Thailand
Indien	Neuseeland	Türkei
Indonesien	Niederlande	Tunesien
Iran	Österreich	Ungarn
Irland	Polen	USA
Israel	Portugal	Venezuela

Gewachsener Umfang

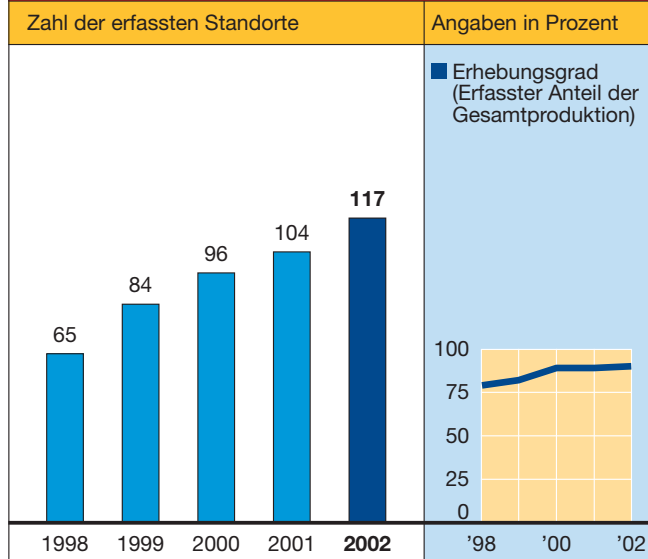
Deutlich gewachsen ist die Zahl der Standorte, die in die Erfassung der Konzernkennzahlen einbezogen sind: von 65 im Jahr 1998 auf 117 im Jahr 2002. Veränderungen in der Produktionsstruktur ergeben Sprünge in der Datenentwicklung. Für die Umweltdaten ist daher als Referenzgröße die Produktionsmenge der erfassten Standorte angegeben.

Bei den Arbeitsunfällen und den Beschwerden aus der Nachbarschaft wird die Zahl der erfassten Mitarbeiter beziehungsweise Standorte als Zusatzinformation genannt.

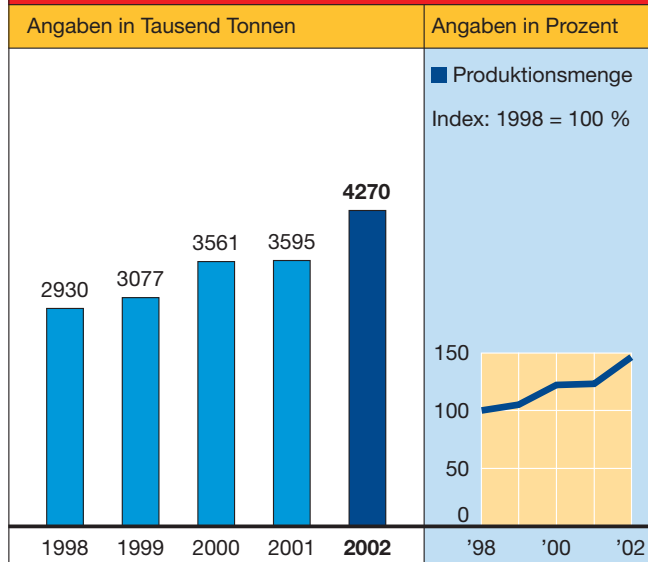
Vergleichbare Daten

Auf Basis der fortgeführten Geschäfte – ohne die veräußerte Chemie-Tochter Cognis und das europäische Hygiene-Geschäft Henkel-Ecolab – wurden die Konzernkennzahlen für die Jahre 1998 bis 2001 rückwirkend korrigiert. Damit werden die Daten der Henkel-Gruppe im Jahr 2002 mit denen der Vorjahre vergleichbar. Für die Emissionen in die Luft, die Energieerzeugung und das Abwasser wurden die verwendeten Erhebungsgrundlagen länderspezifisch überarbeitet.

Erhebungsumfang Konzerndaten



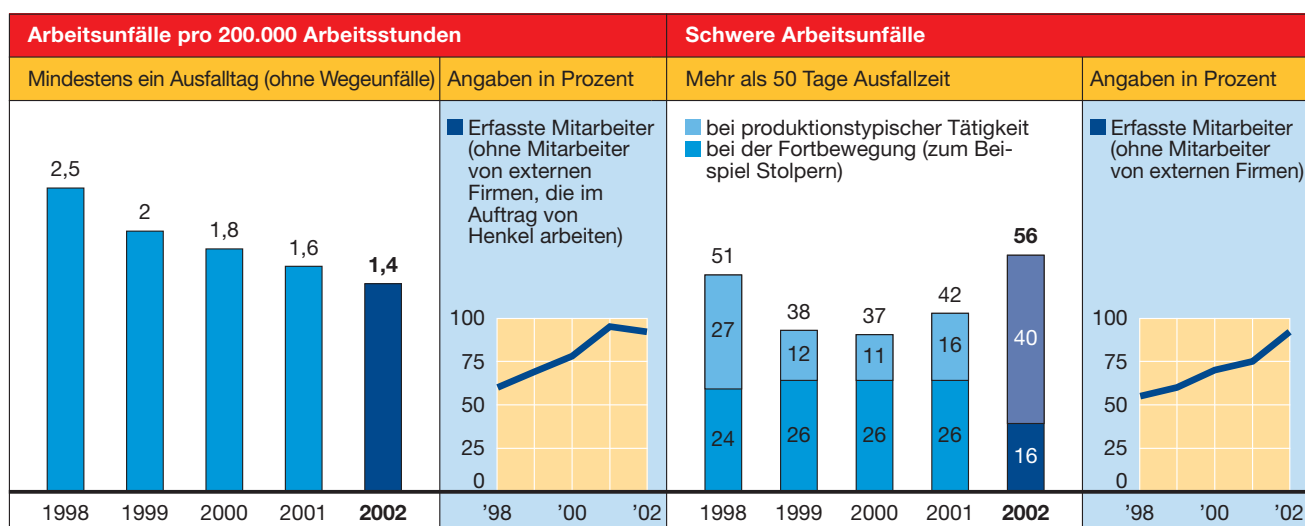
Produktionsmengen



Produktionsmengen der in die Datenerfassung einbezogenen Konzernstandorte (2002: 117 Standorte).

Beschwerden aus der Nachbarschaft

	1998	1999	2000	2001	2002
Erfasste Standorte	65	84	96	104	117
Standorte, an denen Beschwerden eingingen	12	14	10	14	18
Zahl der Beschwerden	43	44	33	27	62
Davon wegen					
– Geruch	23	25	18	7	22
– Lärm	11	14	12	15	32
– Staub	9	5	3	5	8
Eingeleitete Maßnahmen zur Verbesserung	22	36	19	21	48
Im Jahr 2002 wurden bereits in 47 Fällen die Ursachen beseitigt.					



Bis zum Jahr 2001 wurden die schweren Arbeitsunfälle nur an Produktionsstandorten erfasst. Seit 2002 werden sie über ein weltweit einheitliches Berichtssystem erhoben.

Schwere Unfälle und Betriebsstörungen

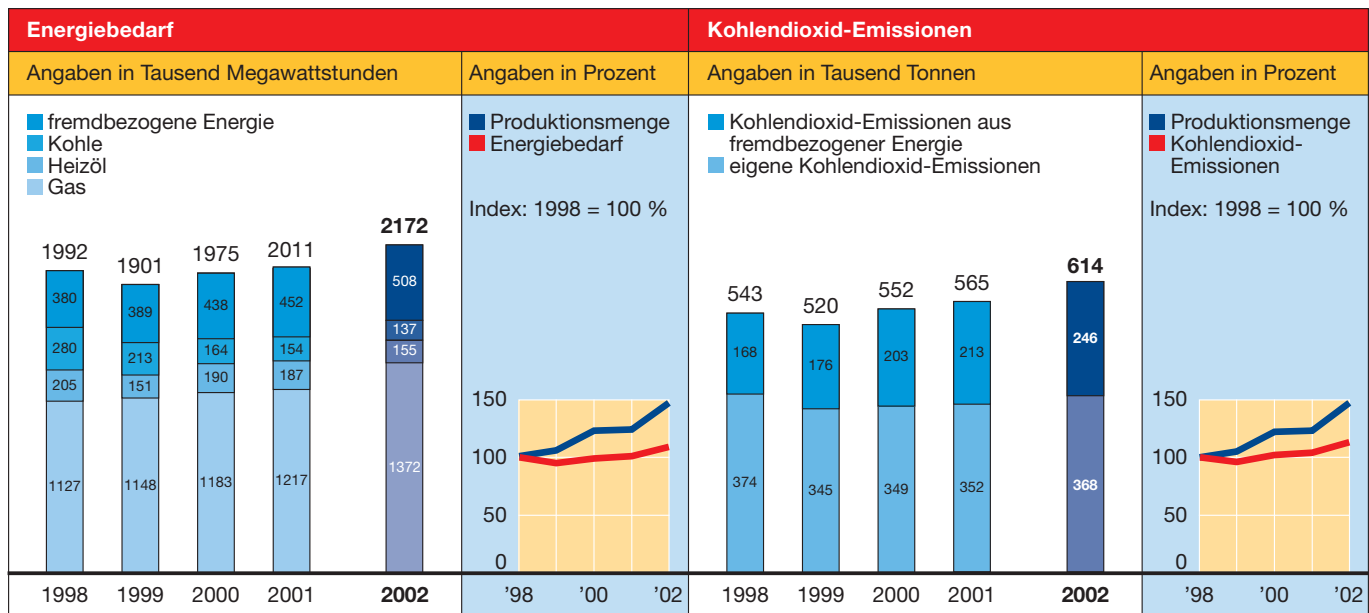
Henkel berichtet offen über schwere Unfälle und Betriebsstörungen sowie über die daraus abgeleiteten Maßnahmen, sobald damit mindestens eine von vier Folgen verbunden ist:

- tödliche Verletzung eines Henkel-Mitarbeiters oder eines Mitarbeiters einer externen Firma, der im Auftrag von Henkel tätig war,

- Gefährdung von Nachbarschaft oder Umwelt,
- materieller Schaden von mehr als 50.000 Euro,
- erhebliche Reaktionen in der Öffentlichkeit.

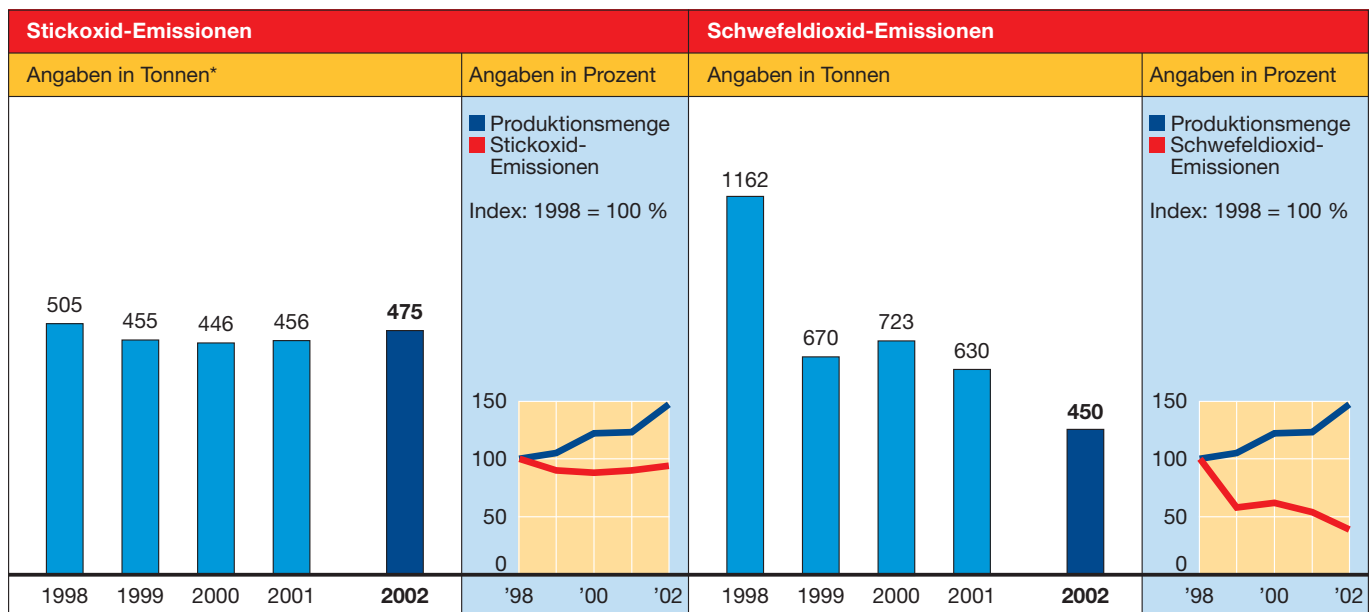
Im Jahr 2002 starben keine Henkel-Mitarbeiter durch Arbeitsunfälle, aber insgesamt fünf Mitarbeiter von externen Unternehmen bei Auftragsarbeiten für die Henkel-Gruppe.

Land	Unfall/Betriebsstörung	Maßnahmen
Slowenien	Ein Lkw-Fahrer einer externen Spedition verunglückte am 21. Januar 2002 im slowenischen Werk Maribor tödlich. Entgegen den Vorschriften hatte der Fahrer auf abschüssigem Gelände versucht, alleine seinen Anhänger von Hand an das Zugfahrzeug anzukuppeln. Nach dem Lösen der Bremse verlor er die Kontrolle über den rollenden Anhänger und wurde gegen den Lkw gedrückt.	Henkel Slovenia informierte alle Spediteure über den Unfall und verwies erneut auf die Notwendigkeit, die vereinbarten vorgeschriebenen Sicherheitsvorschriften stets einzuhalten. Beim An- und Abkuppeln müssen danach Fahrer von Speditionen, die keinen Beifahrer haben, zwingend von einem sachkundigen Henkel-Mitarbeiter unterstützt werden. Zusätzlich hat Henkel Slovenia die Kontrollen im Werk verschärft.
Belgien	In einem Lagerhaus eines Vertragspartners in Haasrode geriet am 26. September 2002 ein computergesteuerter Gabelstapler außer Kontrolle und fuhr gegen ein Hochregal. Das Hochregal fiel um und riss weitere Regale mit sich. 500 Paletten mit Henkel-Produkten zur Oberflächenbehandlung fielen zu Boden und schlugen teilweise leck. Die örtliche Feuerwehr ließ vorsorglich Gebäude benachbarter Firmen räumen, ehe klar wurde, dass keine Gefahr für Mensch und Umwelt bestand.	Nach Absprache mit der örtlichen Feuerwehr übernahm die Düsseldorfer Henkel-Werkfeuerwehr die Aufräumarbeiten und transportierte die Produkte zur sicheren Entsorgung und Verwertung nach Deutschland. Da die Unterstützung des Vertragspartners bei der Schadensbegrenzung nicht den Henkel-Standards entsprach, beendete Henkel die Zusammenarbeit mit diesem Lager-Unternehmen.
Mexiko	Bei der Stilllegung einer Abwasserreinigungsanlage im Werk eines Henkel-Kunden in Mexico City verunglückten am 24. Oktober 2002 vier Mitarbeiter einer von Henkel beauftragten Firma tödlich; drei weitere wurden verletzt. Durch das versehentliche Einleiten einer Chemikalie war giftiges Gas freigesetzt worden. Das Gas trat so schnell und überraschend aus, dass es trotz vorhandener Schutzausrüstung und vorab durchgeführter Schulungen zu diesem tragischen Unfall kam.	Um einen solchen Unfall zu vermeiden, müssen künftig in der gesamten Henkel-Gruppe bei vergleichbaren Arbeiten die Risiken vorab bewertet und geeignete Vor-sorgeverfahren festgelegt werden. Dabei müssen auch der technische Zustand der jeweiligen Anlage sowie mögliches menschliches Fehlverhalten berücksichtigt werden.

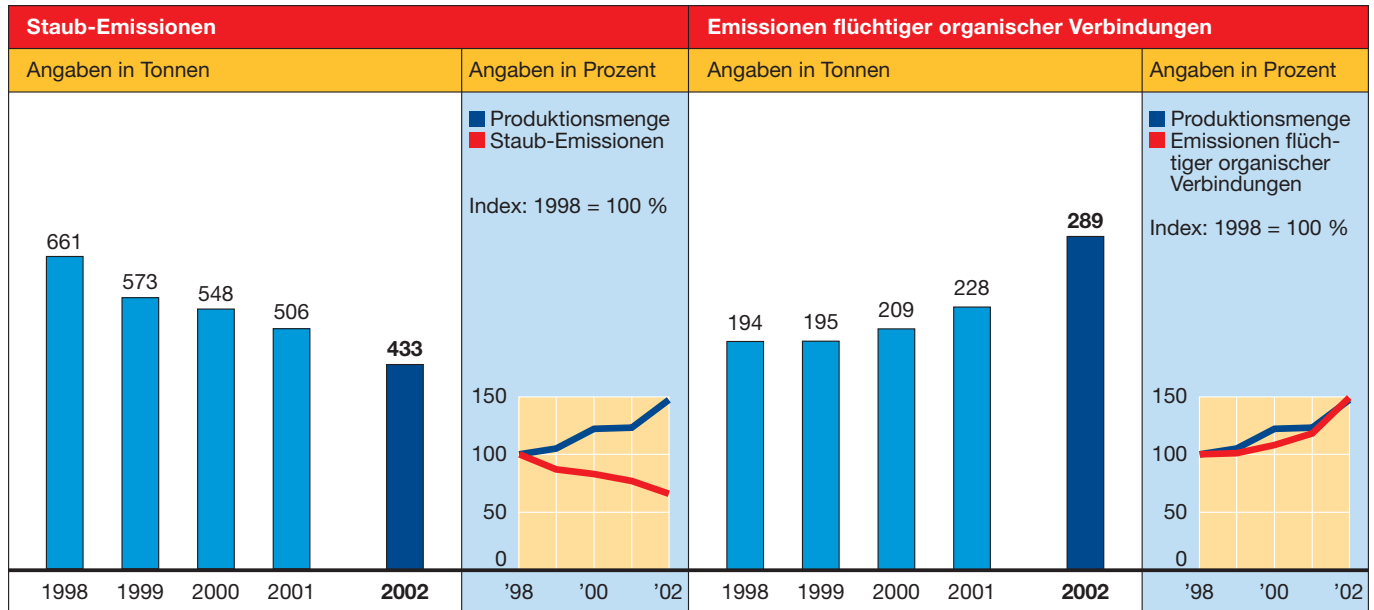


Unter „fremdbezogener Energie“ sind Strom, Dampf und Fernwärme erfasst, die außerhalb der Standorte erzeugt werden.

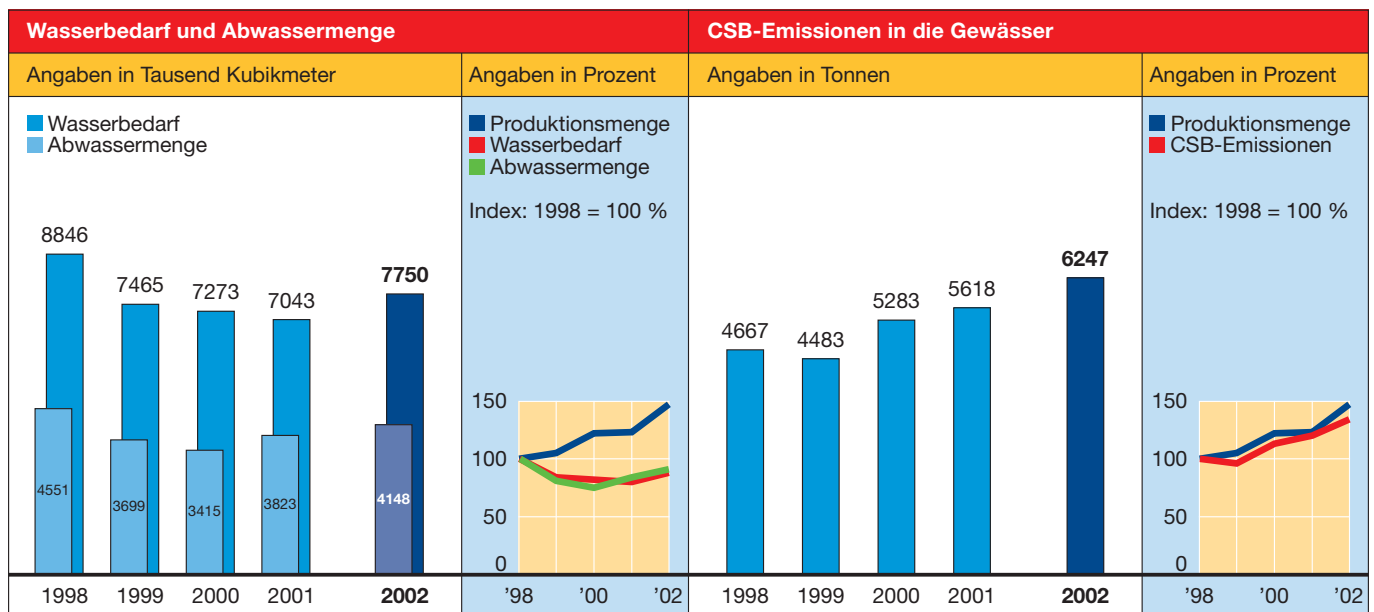
Das durch die Aktivitäten der Henkel-Gruppe freigesetzte Kohlendioxid entsteht fast ausschließlich bei der Energieerzeugung. Die angegebenen Werte beinhalten auch Kohlendioxid, das bei der Erzeugung von fremdbezogener Energie entstand und nicht an den Henkel-Standorten emittiert wurde. Dessen Abschätzung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



* Berechnet als Stickstoffdioxid.

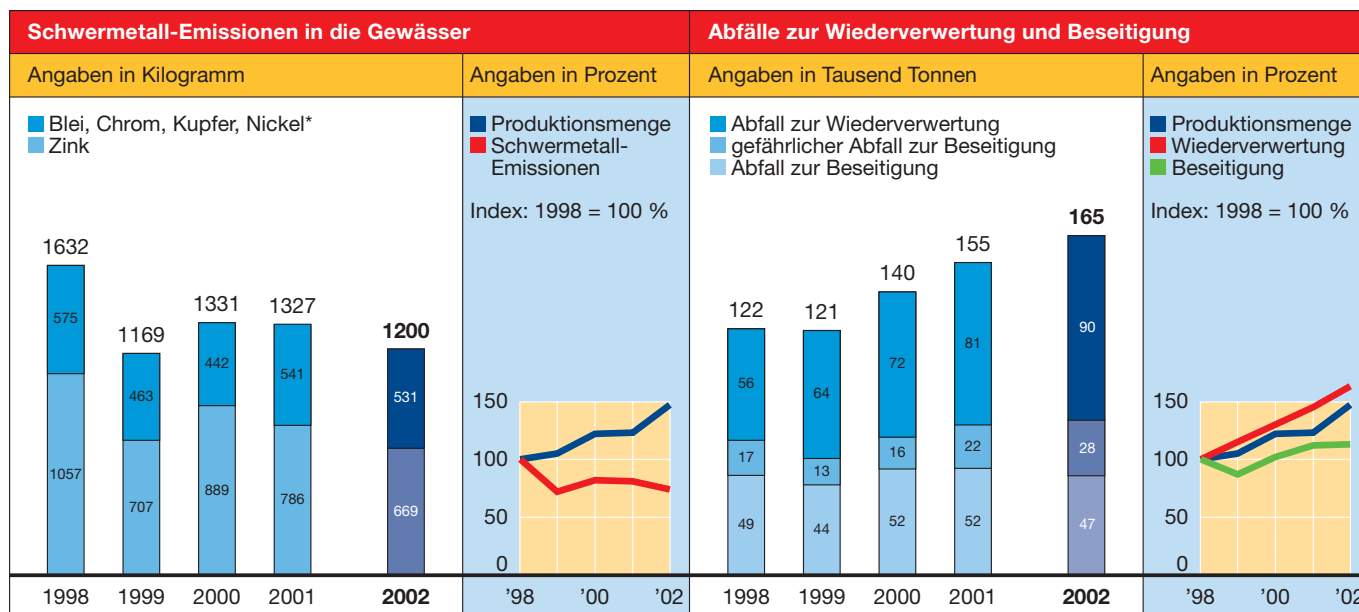


Die Werte schließen Aerosole mit ein, da diese messtechnisch von Staub nur schwer zu unterscheiden sind.



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.

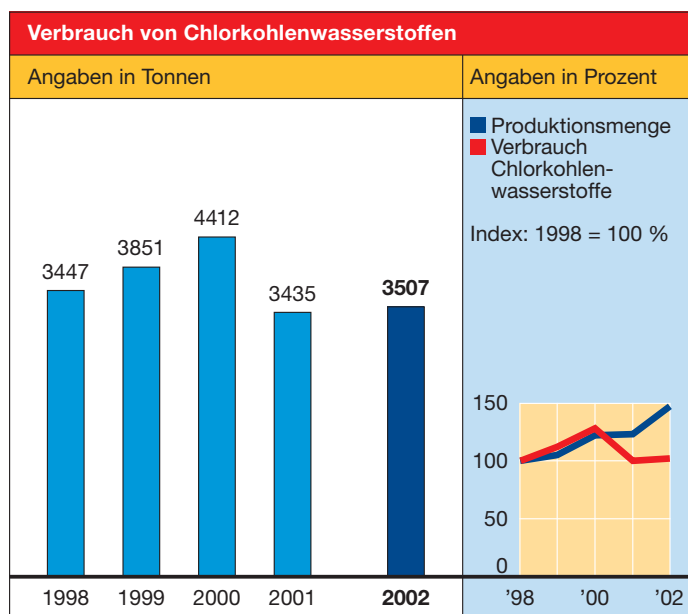
Chemischer Sauerstoffbedarf (CSB):
Maß für die Belastung von Abwässern mit organischen Stoffen.



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

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

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



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

Ludger Pant,
Geschäftsführer der Kurt Kunze GmbH.
Das Unternehmen ist spezialisiert auf
das Verlegen von Fußböden
www.kurt-kunze.de

„Mit der Henkel Bautechnik verbindet uns eine langjährige Zusammenarbeit, die sich durch innovative Produkte und fachkompetente Betreuung auszeichnet. Ein wichtiger Fortschritt sind für uns die sehr emissionsarmen Bodenbelagsklebstoffe. Sie verbessern den Gesundheitsschutz unserer Fußbodenleger und trugen wesentlich dazu bei, dass die Reklamationen unserer Kunden wegen Raumluftbelastungen beinahe auf Null zurückgingen.“

Ziele

- ▶ Blick nach vorn:
neue Konzernziele
- ▶ Ziele der Unternehmensbereiche:
innovative
Entwicklungen
- ▶ Weltweit initiativ:
Standortziele im
Internet

Unternehmensziele

Das Geschäftsportfolio von Henkel ist nach Unternehmensbereichen strukturiert. Weltweit gültige Nachhaltigkeitsziele werden deswegen schwerpunktmäßig von den Unternehmensbereichen festgelegt. Sie sind auf den Seiten 38 und 39 zusammengefasst und legen dar, wie Henkel mit innovativen Problemlösungen im eigenen Unternehmen sowie bei seinen Kunden zum nachhaltigen Wirtschaften beitragen und Wettbewerbsvorteile erreichen will. Für alle Unternehmensbereiche gültige Vorgaben sind in den Konzernzielen zusammengefasst.

Standortziele im Internet

Immer mehr Produktionsstätten veröffentlichen eigene Standortziele. Im Jahr 2002 waren es 110. Über alle Ziele – und deren Umsetzungsstand – informiert Henkel im Internet. 

	Ziele	Status
	Wasch-/Reinigungsmittel Konzernweite Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme nach internationalen Standards	19 Standorte in Europa und Asien zertifiziert, weitere in Vorbereitung
	Umsetzung der mit der EU-Kommission vereinbarten Ziele des europäischen Waschmittel-Verbands AISE bis Ende 2001 auf Basis pro Waschgang (Bezugsjahr 1996): • Energieverbrauch: -5 Prozent • Waschmittelmenge: -10 Prozent • Verpackung: -10 Prozent • Schwer abbaubare organische Inhaltsstoffe: -10 Prozent	Weitere Rezepturänderungen und Produktionsumstellungen wurden umgesetzt (siehe Seite 8). Der abschließende Bericht mit den offiziellen Ergebnissen der AISE-Initiative wird voraussichtlich im Frühjahr 2003 von der EU-Kommission vorgelegt*
	Kontinuierliche Innovationen im Hinblick auf leichtere Anwendung, höhere Leistung und geringere Dosiermengen	* Aktualisierung dann sofort im Henkel-Internet  Ständiges Ziel: siehe Beispiele auf den Seiten 8 und 9
	Kosmetik/Körperpflege Verwendung nachwachsender Rohstoffe auf bevorzugt pflanzlicher Basis	Siehe Seite 10
	Weiterentwicklung tierversuchsfreier Prüfmethode Neu: Systematische Bewertung der Umweltverträglichkeit von Kosmetik-Rohstoffen	Alternative Methoden werden bereits angewandt; eine weitere Methode zur Beurteilung der Verträglichkeit (Hautpenetration) wurde offiziell anerkannt Für mengenmäßig wichtige Stoffe liegen Bewertungen vor; jetzt systematische Ausdehnung auf alle Alt- und Neustoffe
	Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker Konzernweite Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme nach internationalen Standards	11 Standorte in Europa und Südamerika zertifiziert, weitere in Vorbereitung
	Permanente Überarbeitung und Optimierung der gesamten Produktpalette nach Sicherheits-, Gesundheits- und Umweltaspekten	Siehe Beispiele auf den Seiten 12 und 13
	Steigerung des Anteils „sehr emissionsarmer“ Dispersionsklebstoffe für Bodenbelag mit Gütesiegel EMICODE EC1 auf 90 Prozent bis Ende 2005	Produkte erfolgreich eingeführt (siehe Seite 12); EMICODE EC1 Anteil von 60 Prozent auf 70 Prozent gesteigert
	Einsatz nachwachsender Rohstoffe zur ganzheitlichen Optimierung von Produkteigenschaften Neu: Ausweitung des Marktes für besonders leichte und ergiebige Fliesenkleber und Übertragung der Technologie auf andere Produktgruppen	Aktueller Arbeitsschwerpunkt bei wasserlöslichen Polymeren auf Stärke- und Cellulosebasis Siehe Seite 13

	Ziele	Status
	Henkel Technologies Konzernweite Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme nach internationalen Standards Ausweitung des Marktes für lösemittelfreie Klebstoffsysteme für die Schuhfertigung Ausweitung des Marktes für lösemittelfreie Kaschier- und Beschichtungsklebstoffe gemeinsam mit den Kunden Entwicklung PVC-freier Beschichtungs- und Dichtsysteme für Automobilkarosserien Entwicklung und Vermarktung von chromfreien Konversionsverfahren Elimination von Nickel aus Spülwässern bei der Automobilvorbehandlung Entwicklung und Ausweitung des Marktes für biologisch abbaubare Wasserbehandlungsprodukte Neu: Weiterentwicklung von hochreinen Kleb- und Dichtstoffen für Brennstoffzellen	51 Standorte weltweit zertifiziert; weitere in Vorbereitung Umstellung in der Schafftfertigung bei Sportschuhen abgeschlossen; Ausweitung auf die Sohlenklebung und weitere Bereiche der Lederindustrie in Arbeit Marktposition weltweit weiter ausgebaut; Technologievorsprung durch Klebesysteme mit stark verkürzten Aushärtezeiten ausgeweitet Langzeitversuche in Zusammenarbeit mit Kunden gestartet; Ausweitung des Ziels auf lärmdämpfende Beschichtungen Produkte zur Aluminiumbehandlung im Automobilbau und im Bausektor etabliert; erstmals Ausweitung auf Stahlbleche in der Automobilindustrie Erste Produktionsanlagen in Europa erfolgreich umgestellt; mehrere Pilotanlagen weltweit im Einsatz Für Prozesswasserkreisläufe in der Lebensmittelindustrie etabliert; Ausweitung auf Kerngeschäfte: Kraftwerke und Raffinerien Siehe Seite 14
	Konzernziele Henkel-Gruppe Erweiterung des konzernweiten Managements für Sicherheit, Gesundheit, Umwelt und Qualität zu einem Managementsystem für Nachhaltigkeit bis Ende 2004 • Standards • Audits • Reporting Langfristiges Ziel: Null Arbeitsunfälle Zwischenziel bis Ende 2005: Reduzierung um 25 Prozent (Basisjahr 2000: 1,8 Arbeitsunfälle pro 200.000 Arbeitsstunden) Kontinuierliche Ausweitung des Online-Schulungsangebots in der Henkel-Gruppe. Bis Ende 2003 sollen 20 Prozent der Schulungsangebote online verfügbar sein Neu: Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf Neu: Internationaler Roll-out der Mitarbeiter-Initiative „Miteinander im Team“ (MIT) bis zum Jahr 2005 Neu: Entwicklung einheitlicher Nachhaltigkeitskriterien zur Integration in die konzernweiten Beschaffungsprozesse bis Ende 2004	Entwurf für Standards erarbeitet (siehe Seiten 16 und 17) 1,4 Unfälle pro 200.000 Arbeitsstunden (siehe Seite 33) Internationaler Roll-out des Lernportals „Click & Learn“ für die Henkel Global Academy weitgehend abgeschlossen; Seminare für nahezu alle Management-Themen sind online verfügbar; Neuer Schwerpunkt: Verknüpfung von Electronic Learning und Präsenz-Seminaren Siehe Seite 5 Siehe Seite 5 Siehe Seite 5

Dialog

- ▶ **Anerkennung für Nachhaltigkeitsbericht 2001**
- ▶ **Verstärkter Dialog mit Investoren und Ratingagenturen**
- ▶ **Fragebogen: Ihre Meinung zu diesem Bericht**

Henkel nutzt verschiedenste Medien für die zielgruppenorientierte Kommunikation mit den gesellschaftlichen Gruppen und entwickelt diese stetig weiter. Neben dem kontinuierlichen Austausch mit Kunden, Mitarbeitern, Nachbarn, Behörden und Fachinstituten nahm im Jahr 2002 insbesondere der Dialog mit Nachhaltigkeitsanalysten und Investoren weiter zu. ⓘ

Nachhaltigkeitsbericht 2001 ausgezeichnet

Das Consulting Unternehmen SustainAbility mit Sitz in London erstellte zusammen mit dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) zum zweiten Mal ein weltweites Ranking von Nachhaltigkeitsberichten. Der Henkel-Nachhaltigkeitsbericht 2001 zählt dabei erneut zu den TOP 50 weltweit. In der Branche der nicht-zyklischen Konsumgüter ist der Henkel-Bericht weltweit führend. Unter den 15 deutschen Unternehmen, deren Nachhaltigkeitsberichte bewertet wurden, lag Henkel an dritter Stelle. ⓘ

Patrick Raux,
Manager Surface Treatment Line
im französischen Toyota-Werk
Valenciennes
www.toyota.com

„Toyota Valenciennes und Henkel arbeiten seit Gründung unserer neuen Fabrik eng zusammen, um die Produktionslinien zu optimieren und Umweltauswirkungen zu minimieren. Für die Zukunft hat Toyota die Verringerung von Phosphatbelastungen im Abwasser als Umweltziel festgelegt. Henkel nimmt in unserem

Aktionsplan mit dem Vorschlag eines phosphatfreien Reinigungssystems, das auch bei niedrigen Temperaturen einsetzbar ist, eine tragende Rolle ein.“

Der Fragebogen zum Henkel-Nachhaltigkeitsbericht

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

Vielen Dank für Ihr Interesse an unserem Nachhaltigkeitsbericht. Bitte teilen Sie uns dazu Ihre Meinung mit. Sie können uns den Fragebogen per Fax oder Post zurückschicken. Außerdem steht Ihnen im Internet eine Online-Version unter www.sd.henkel.de zur Verfügung. 

1. Ich finde diesen Bericht insgesamt

- ☐ sehr gut
- ☐ gut
- ☐ mäßig
- ☐ unbefriedigend

2. Für mich war(en) folgende(s) Kapitel besonders von Interesse

- ☐ Vision Nachhaltigkeit
- ☐ Märkte für morgen
- ☐ Management
- ☐ Mitarbeiter
- ☐ Gesellschaftliches Engagement
- ☐ Produktion
- ☐ Kennzahlen
- ☐ Ziele
- ☐ Dialog

3. Über folgende Themen würde ich gerne mehr von Henkel erfahren:

4. Für meine Informationsbedürfnisse ist der Henkel-Nachhaltigkeitsbericht

- ☐ zu kurz
- ☐ genau richtig
- ☐ zu lang

5. Ich lese den Henkel-Nachhaltigkeitsbericht

- ☐ zum ersten Mal
- ☐ seit letztem Jahr
- ☐ regelmäßig: seit _____

6. Ich habe die Henkel-Nachhaltigkeitsseiten im Internet besucht

- ☐ Ja
- ☐ Nein

7. Ich habe folgende Anmerkungen /Anregungen zur Henkel Nachhaltigkeits-Kommunikation

8. Freiwillige Angaben zu Ihrem beruflichen Umfeld:

- ☐ Handel, Industriekunde
- ☐ Politik, Behörde
- ☐ Finanzinstitute, Banken
- ☐ Henkel-Aktionär
- ☐ Verbraucher
- ☐ Mitarbeiter der Henkel-Gruppe
- ☐ Schule, Hochschule, Forschungsinstitute
- ☐ Umwelt-/Verbraucherorganisation
- ☐ Wirtschaftsverbände
- ☐ Presse, Medien
- ☐ Privat/Sonstige

☐ _____

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Absender

Henkel KGaA
R&D and
Sustainability Communications
40191 Düsseldorf
Germany

Titel, Vorname, Nachname

Firma/Institut/Verband

Straße, Hausnummer

Postleitzahl, Ort

Land

Ich bitte um:

- ☐ Jährliche Zusendung des Henkel-Nachhaltigkeitsberichts
- ☐ Änderung meiner Anschrift
(siehe Absender)
- ☐ Streichung aus dem Verteiler

Ich bin an folgenden weiteren Veröffentlichungen von Henkel interessiert:

- ☐ Kurzfassung Geschäftsbericht 2002
- ☐ Vision und Werte
- ☐ MIT-Initiative. Ein Baustein im Corporate Citizenship-Programm von Henkel
- ☐ heute für morgen – Forschung und Entwicklung bei Henkel
- ☐ Sustainable Business Investor/Henkel: From environmental protection to sustainability

Gemäß Datenschutzgesetz werden die Absenderangaben nur zum Zweck der Zusendung der gewünschten Veröffentlichungen bei der Henkel KGaA verarbeitet.

Kontinuierliche Impulse

Neue Anregungen in das Unternehmen tragen und eigene Erfahrungen mit anderen teilen. Diesen Ansatz verfolgt Henkel bei der Mitarbeit in internationalen Initiativen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Folgende Initiativen wurden in den letzten Jahren maßgeblich unterstützt:

- Reporting Guidelines des europäischen Chemieverbands (CEFIC),
- Leitlinien für Nachhaltigkeitsberichte der Global Reporting Initiative (GRI),
- Best-Practice-Toolbox für Nachhaltigkeitsberichte des World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).

Aktuell kooperiert Henkel mit der Kommunikationsberatung ECC KohtesKlewes und weiteren Unternehmen in einem internationalen Projekt zur Untersuchung von Lesererwartungen an Nachhaltigkeitsberichte. 

Dialog mit Investoren

Henkel pflegt einen intensiven Austausch mit Analysten und Investoren. Um die wachsenden Anforderungen der Finanzmärkte an ein nachhaltiges Wirtschaften mit zu gestalten, nimmt das Unternehmen aktiv an Fachforen zum Thema nachhaltige Geldanlagen teil. Im Jahr 2002 beteiligte sich Henkel dazu an Fachtagungen des Deutschen Aktieninstituts, des Investor Relations Magazine sowie des Instituts für Markt, Umwelt, Gesellschaft.

Mit dem Institut für Ökologie und Unternehmensführung an der European Business School in Oestrich-Winkel kooperiert Henkel bei einem Projekt zur Verbesserung der Umwelt- und Nachhaltigkeitstransparenz für Finanzmärkte.

Zum Tagesgeschäft gehört mittlerweile die Bearbeitung vieler Nachhaltigkeitsratings unabhängiger Indexanbieter, Research-Häuser und spezialisierter Investmentfonds. Henkel unterstützt diese externen Bewertungen und informiert über die Ergebnisse in diesem Bericht sowie im Internet. 

Tage der offenen Tür im Jahr 2002

Im Jahr 2002 luden 14 Henkel-Standorte zu einem Tag der offenen Tür ein:

Brasilien	Diadema/São Paulo Itapevi/São Paulo Jacareí
Finnland	Valkeakoski
Frankreich	Châlons-en-Champagne Louviers
Großbritannien	Winsford
Indien	Jejuri
Indonesien	Jakarta
Israel	Haifa
Malaysia	Ipoh
Polen	Staporków
Russland	Engels
Tunesien	Sfax

Mitgliedschaften

Henkel unterstützt diese vier Nachhaltigkeits-Initiativen:



World Business Council for Sustainable Development



Responsible Care®



econsense
Forum Nachhaltige Entwicklung

Weitere Informationen

R&D and Sustainability Communications

Telefon: +49 (0)211 797-9062

Fax: +49 (0)211 798-5598

E-Mail: wolfgang.zengerling@henkel.com

Corporate Sustainability Management

Telefon: +49 (0)211 797-1829

Fax: +49 (0)211 798-9393

E-Mail: rainer.rauberger@henkel.com

Investor Relations

Telefon: +49 (0)211 797-3937

Fax: +49 (0)211 798-2863

E-Mail: magdalena.moll@henkel.com

Corporate Citizenship

Telefon: +49 (0)211 797-4191

Fax: +49 (0)211 798-4040

E-Mail: gabriele.staats@henkel.com

Anschrift

Henkel KGaA

40191 Düsseldorf

Henkel im Internet

www.henkel.de

www.sd.henkel.de

Impressum

Herausgeber

Henkel KGaA, Düsseldorf

© 2003 Henkel KGaA, Düsseldorf

Redaktion und Koordination

R&D and Sustainability Communications:

Jan-Dirk Seiler-Hausmann,

Wolfgang Zengerling;

Corporate Sustainability Management:

Dr. Michael Bahn, Uwe Bergmann,

Dr. Rainer Rauberger, Michaela Raupach

Design

Kuhn, Kammann & Kuhn AG, Köln/München

Satz

workstation gmbh, Köln

Fotos

Thomas Bauer, Michael Dannemann,

Getty Images Deutschland GmbH,

Steffen Hauser, Rudolf Holtappel,

Wilfried Wolter, Konzernarchiv Henkel

Produktionsberatung

Klaus Dettmann, Langenfeld

Herstellung

Universitätsdruckerei H. Stürtz AG, Würzburg

PR: 03 03 25.000

ISBN: 3-923324-87-1

Buchbinderische Verarbeitung recyclinggerecht mit Purmelt QR 3317, Sani-Care 6540 sowie die Umschlagveredelung mit Liofol-Kaschierklebstoffen von Henkel. Gedruckt auf Papier aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff; die Druckfarben enthalten keine Schwermetalle.

Die Produktnamen sind eingetragene Marken.

In dieser Information enthaltene zukunftsbezogene Aussagen wurden nach bestem Wissen und Gewissen getroffen. Die von der Henkel KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse können jedoch von diesen zukunftsbezogenen Aussagen wesentlich abweichen und werden von einer Reihe wettbewerblcher und ökonomischer Faktoren abhängen, die zum Teil außerhalb des Einflussbereichs der Henkel KGaA liegen.

