



Nachhaltigkeitsbericht 2020





Über diesen Bericht

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Traditionelles Navigieren

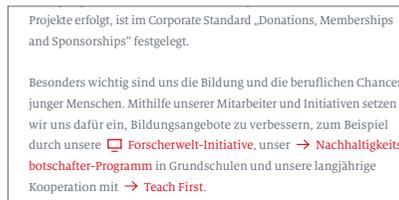
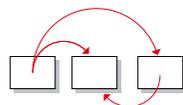
Sie können den Nachhaltigkeitsbericht von Henkel traditionell wie ein Buch lesen. Beginnen Sie auf Seite 1 und navigieren Sie fortlaufend bis zum Ende.



Vor und zurück

Gezieltes Navigieren

Nutzen Sie die Navigationsleiste, um direkt in ein bestimmtes Kapitel zu gelangen. Durch die internen Links sind thematisch verbundene Inhalte miteinander verknüpft. Über die externen Links gelangen Sie auf Webseiten mit weiterführenden Informationen.



Interner Link (innerhalb dieses Dokuments)



Externer Link (außerhalb dieses Dokuments)

Weitere Funktionen



Kontakt



Suche



Weitere Informationen im **→ Anhang**

Der zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht

Der Nachhaltigkeitsbericht 2020 ist zugleich der für den Henkel-Konzern und die Henkel AG & Co. KGaA zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht für das Geschäftsjahr 2020 im Sinn der Paragraphen (§§) 315b, 315c in Verbindung mit 289b bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB), der der Öffentlichkeit durch Veröffentlichung auf der Internetseite zugänglich gemacht wird.

Die im Bericht enthaltenen Verlinkungen verweisen auf weiterführende Informationen und sind ebenso wie der Anhang des Nachhaltigkeitsberichts keine Pflichtbestandteile des zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Berichts.

Ebenso sind die im Bericht enthaltenen Verweise auf Informationen außerhalb des Lageberichts als weiterführende Informationen zu verstehen; auch hierbei handelt es sich um keine Pflichtbestandteile des gesonderten nichtfinanziellen Konzernberichts.

Download

Für eine optimale Nutzung der Verlinkungen laden Sie die PDF-Datei herunter und öffnen Sie diese in Adobe Acrobat.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



liebe Freunde des Unternehmens,

2020 war durch besondere Herausforderungen geprägt. Die COVID-19-Pandemie wirkte sich auf unsere Gesellschaft, unser Unternehmen und auf jeden Einzelnen von uns aus, machte die Verwundbarkeit unseres derzeitigen Wirtschaftssystems deutlich, verschärfte sozio-ökonomische Herausforderungen und unterstrich die Notwendigkeit, die Nachhaltigkeitsagenda voranzutreiben. Es war aber auch eine Gelegenheit, unsere Fähigkeit unter Beweis zu stellen, Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen. Wir haben uns für unsere Mitarbeiter und unser gesellschaftliches Umfeld eingesetzt, eng mit unseren Kunden zusammengearbeitet und weitere Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit erzielt.

2020 endete auch der zweite Zyklus unserer langfristigen Nachhaltigkeitsstrategie. Wir wollen mehr Wert für unsere Kunden und Verbraucher, für die Gemeinschaften, in denen wir tätig sind, und für

unser Unternehmen erzielen – und dabei gleichzeitig unseren ökologischen Fußabdruck reduzieren. Um diesen Fortschritt voranzutreiben, hatten wir Ziele für unsere eigene Geschäftstätigkeit und entlang der gesamten Wertschöpfungskette definiert. Wir haben viele dieser Ziele erreicht, einige übertroffen und bei anderen liegt noch Arbeit vor uns. Wir haben Nachhaltigkeit in den neuen strategischen Rahmen unseres Unternehmens mit seiner Ausrichtung auf ganzheitliches Wachstum integriert und neue messbare Meilensteine für drei Schlüsselthemen definiert: Wir wollen ein klimapositives Unternehmen werden, den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft fördern und unseren positiven Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung weiter verbessern.

Diese Ziele werden wir 2021 weiterverfolgen. Sie bauen auf ein starkes Fundament: Wir können auf 30 Jahre erfolgreiche nachhaltige Entwicklung zurückblicken: 1991 unterzeichneten wir die Charta für nachhaltige Entwicklung der Internationalen Handelskammer und 1992 veröffentlichten wir dazu unseren ersten Bericht. Wir haben ein Jahrzehnt vor uns, in dem wir weiterhin mit vereinten Kräften eine nachhaltigere Entwicklung vorantreiben müssen. Wir haben für das Jahr 2025 neue Ziele festgelegt und werden unseren strategischen Rahmen fortlaufend weiterentwickeln, um nachhaltig Werte für die Menschen, die Erde und die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens zu schaffen.

Im Namen aller Verantwortlichen bei Henkel möchte ich Ihnen für Ihr Interesse an unserem Nachhaltigkeitsbericht danken.

Sylvie Nicol

Sylvie Nicol

Personalvorständin und Vorsitzende des Sustainability Councils von Henkel



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

Der zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht

Der Nachhaltigkeitsbericht 2020 ist zugleich der für den Henkel-Konzern und die Henkel AG & Co. KGaA zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht für das Geschäftsjahr 2020 im Sinn der Paragraphen (§§) 315b, 315c in Verbindung mit 289b bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB), der der Öffentlichkeit durch Veröffentlichung auf der Internetseite zugänglich gemacht wird.

Zur Nachhaltigkeitsberichterstattung wendet Henkel die in den GRI Standards der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Grundsätze und Standardangaben, den Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1 und 2), den Corporate Value Chain Standard (Scope 3) der Greenhouse Gas Protocol Initiative vom World Resources Institute (WRI) und vom World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) an. Außerdem werden unternehmensintern definierte Kriterien zur Ermittlung von CO₂-Einsparungen durch eigene Produkte, in Verbindung mit internen Richtlinien, berücksichtigt.

Im Auftrag des Vorstands der Henkel Management AG wurde der Nachhaltigkeitsbericht durch die PricewaterhouseCoopers GmbH WPG, unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), einer unabhängigen betriebswirtschaftlichen Prüfung

zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit hinsichtlich ausgewählter Angaben unterzogen. Die geprüften Inhalte des Nachhaltigkeitsberichts sind im GRI-Index zu finden.

→ [Vermerk PwC zur Erlangung begrenzter Sicherheit der nicht finanziellen Berichterstattung und von Nachhaltigkeitsinformationen](#)

Darüber hinaus wurde der für den Henkel-Konzern und die Henkel AG & Co. KGaA zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht für das Geschäftsjahr 2020 der Henkel AG & Co. KGaA im Auftrag des Aufsichtsrats von der PricewaterhouseCoopers GmbH WPG, unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), zum Zweck der Erlangung einer begrenzten Prüfungssicherheit (Limited Assurance Engagement) bezüglich der gemäß §§ 315b, 315c in Verbindung mit 289b bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB) gesetzlich geforderten Angaben geprüft. Die geprüften Inhalte sind im Anhang im Kapitel Indizes zu finden.

→ [Vermerk PwC zur Erlangung begrenzter Sicherheit der nicht finanziellen Berichterstattung und von Nachhaltigkeitsinformationen](#)

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel auf einen Blick

Führende Marken



Drei Unternehmensbereiche

Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care

Mehr als

144 Jahre

Erfolg mit Marken
und Technologien

Rund

52.950

Mitarbeiter
aus 125 Nationen

19,3 Mrd €

Umsatz 2020

179

Produktionsstandorte
weltweit

Rund

2.700

gesellschaftliche
Projekte gefördert



Sitz in Düsseldorf



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Geschäftsmodell / Geschäftstätigkeit

Henkel wurde im Jahr 1876 gegründet. Somit blickten wir im Berichtsjahr auf eine 144-jährige Unternehmensgeschichte zurück. Ende 2020 waren weltweit rund 52.950 Mitarbeiter für das Unternehmen tätig. Wir halten global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft.

Unser Unternehmenszweck lautet: Wir wollen nachhaltig Werte schaffen – für unsere Kunden und Konsumenten, unsere Mitarbeiter, unsere Aktionäre sowie die Gesellschaft und das Umfeld, in dem wir tätig sind.

Die Henkel AG & Co. KGaA ist operativ tätig und zugleich Mutterunternehmen des Henkel-Konzerns. Als solches ist sie dafür verantwortlich, die unternehmerischen Ziele festzulegen und zu verfolgen. Zudem verantwortet sie das Führungs-, Steuerungs- und Kontrollinstrumentarium einschließlich des Risikomanagements sowie die Verteilung der Ressourcen. All diese Verantwortlichkeiten nimmt die Henkel AG & Co. KGaA im Rahmen ihrer rechtlichen Möglichkeiten innerhalb des Henkel-Konzerns wahr. Dabei bleibt die rechtliche Selbstständigkeit der Konzerngesellschaften gewahrt. Die operative Steuerung obliegt dem Vorstand der Henkel Management AG in deren Funktion als alleinige, persönlich haftende Gesellschafterin. Der Vorstand wird hierbei von den zentralen Funktionen unterstützt.

Henkel ist in drei operative Unternehmensbereiche gegliedert: Adhesive Technologies, Beauty Care und Laundry & Home Care.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies bietet ein breites und weltweit führendes Portfolio hochwirksamer Lösungen an Kleb-

und Dichtstoffen sowie funktionalen Beschichtungen an. Er umfasst die vier Geschäftsfelder Automobil & Metall, Verpackungen & Konsumgüter, Elektronik & Industrie sowie Handwerk, Bau & Gewerbe.

Der Unternehmensbereich Beauty Care ist weltweit tätig im Markenartikelgeschäft – in den Kategorien Haarkosmetik, Körperpflege, Hautpflege und Mundpflege – sowie im Friseurgeschäft.

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care besetzt führende Marktpositionen in seinen beiden Geschäftsfeldern Laundry Care (Waschmittel) und Home Care (Reinigungsmittel). Unser Produktportfolio reicht von Universal- und Spezialwaschmitteln sowie Waschzusätzen über Geschirrspülmittel, Oberflächenreiniger, WC-Reiniger bis hin zu Lufterfrischern und Insektenschutz-Produkten.

Unsere drei Unternehmensbereiche werden in ihrer Geschäftstätigkeit von den zentralen Funktionen der Henkel AG & Co. KGaA, unserer globalen Supply-Chain-Organisation sowie unserer Global Business Solutions-Organisation mit ihren Shared Service Centern unterstützt, damit Synergien des Konzernverbunds optimal genutzt werden können.

Die Verantwortung für die Umsetzung der Geschäftsaktivitäten in den Regionen und Ländern liegt bei den Ländergesellschaften, deren Aktivitäten durch regionale Zentren koordiniert beziehungsweise unterstützt werden. Die Leitungsorgane dieser Ländergesellschaften führen ihre Unternehmen im Rahmen der jeweiligen gesetzlichen Bestimmungen, Satzungen und Geschäftsordnungen sowie nach den Regeln unserer weltweit geltenden Grundsätze zur Unternehmensführung.

30 Jahre nachhaltige Entwicklung

Die Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg sowie ökologischer und gesellschaftlicher Verantwortung war bereits Firmengründer Fritz Henkel und seinen Nachfahren wichtig. Schon früh entwickelte Henkel neue, umweltverträglichere Produktionsverfahren und Produkte. Als eines der ersten Unternehmen in Deutschland veröffentlichte Henkel 1992 einen Umweltbericht. Mit seinem 30. Nachhaltigkeitsbericht im Jahr 2021 blickt Henkel heute auf 30 Jahre nachhaltige Entwicklung zurück. → [Alle Meilensteine](#)

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

1940 – erster Henkel-Werkskindergarten
Der erste Henkel-Werkskindergarten wird in Düsseldorf-Holthausen eröffnet.



1907 – erstes selbsttätiges Waschmittel →
Das weltweit erste selbsttätige Waschmittel Persil erspart das mühevollere Reiben von Hand.



← **1899 – erster Produktionsstandort in Düsseldorf-Holthausen**
Henkel legt den Grundstein für seinen heutigen Hauptsitz und nutzt eigene Energieversorgung.



← **1903 – erstes wasserlösliches Pulverschampoo**
Das erste in Wasser lösliche Pulverschampoo „Shampoo mit dem Schwarzen Kopf“ ist eine einfache und preiswerte Alternative zu den groben Seifen und teuren Ölen.

1959 – Kontrolle der Wasserqualität im Rhein

Seit 1959 führt Henkel regelmäßig ökologische Gütekontrollen bei Wasch- und Reinigungsmitteln durch.



1969 – weltweit erster Klebestift
Henkel erfindet den Klebestift und nutzt für die Verpackung den „Herausdrehmechanismus“ eines Lippenstifts. →

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick**
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

EXTERNE HIGHLIGHTS

1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005

Rio-Konferenz
Auf der UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro trafen sich Vertreter aus 178 Ländern, um über umwelt- und entwicklungspolitische Fragen im 21. Jahrhundert zu beraten.

Business Charter for Sustainable Development
Geleitet vom Henkel-Geschäftsführungsvorsitzenden Helmut Sihler wurde auf der Welt-Industriekonferenz die Charter mit Grundsätzen des Umweltmanagements verabschiedet.

Erster Umweltbericht
Der **erste Umweltbericht** der Henkel-Gruppe gibt einen Überblick über die erzielten Fortschritte, insbesondere im Bereich Ökologie.

Verbraucherberatung
Henkel richtete eine **telefonische 24-Stunden-Verbraucherberatung** ein, die Hilfe bei der Anwendung von Henkel-Produkten bietet. Bis heute deckt der Service alle Henkel-Produkte ab.

Gründung des Global Compact
Gegründet durch den früheren Generalsekretär der Vereinten Nationen, Kofi Annan, entstand der UN Global Compact als weltweite Initiative für nachhaltige Unternehmensführung.

SHEQ Audits
Bei Henkel wurden integrierte Managementsysteme eingeführt und weltweite Sicherheits-, Gesundheits-, Umwelt- und Qualitätsaudits initiiert.

UN Millennium Goals
189 Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen beschlossen mit der Millenniumserklärung einen Katalog grundsätzlicher, verpflichtender Zielsetzungen für alle Mitgliedstaaten.

Sustainability Council
Als zentrales Entscheidungsgremium unter dem Vorsitz eines Vorstandsmitglieds wurde der **Sustainability Council** gegründet, der die globalen Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens steuert.

Kyoto-Protokoll
Die internationale Staatengemeinschaft legte zum ersten Mal rechtsverbindliche Ziele zur Senkung des Ausstoßes von klimaschädlichen Treibhausgasen fest.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick**
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

EXTERNE HIGHLIGHTS

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020

► **Veröffentlichung des Films „An inconvenient truth“**

Der ehemalige amerikanische Präsidentschaftskandidat Al Gore zeigte in seinem Film die Folgen des Klimawandels mit der klaren Botschaft: Die globale Erwärmung ist eine echte und gegenwärtige Gefahr.

Pariser Klimaabkommen

195 Vertragsparteien vereinbarten eine Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen mit dem Ziel des Klimaschutzes in Nachfolge des Kyoto-Protokolls. Nur wenige Monate zuvor hatte die Staatengemeinschaft die Agenda 2030 mit ihren 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung verabschiedet.



Foto: Flickr / UNclimatechange / hajue staudt

◀ **Erster globaler Klimastreik**

Initiiert von der Schwedin Greta Thunberg im Rahmen der „Fridays for Future“-Bewegung demonstrierten am 15. März knapp 2,3 Millionen Streikende für den Klimaschutz.



◀ **Partnerschaft mit Solidaridad**

Gemeinsam mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad engagiert Henkel sich seit 2013 in → **Kleinbauernprojekten**, um nachhaltiges Palmöl zu erzeugen.



◀ **Gründung Fritz Henkel Stiftung**

Henkel hat die **Fritz Henkel Stiftung** gegründet, um das gesellschaftliche Engagement seiner Mitarbeiter und Pensionäre zu bündeln.

◀ **Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm**

Das 2012 gestartete → **Programm** beinhaltet Nachhaltigkeitstrainings für alle Mitarbeiter und ist das größte globale Trainingsprogramm in der Geschichte des Unternehmens.



► **Henkel-Fußabdruckrechner**

Henkel hat einen **CO₂-Fußabdruckrechner** entwickelt: Durch die Beantwortung einfacher Fragen erfahren Verbraucher, wie viel CO₂ durch den eigenen Lebensstil entsteht.

► **Plastic Bank**

Henkel ging als erster globaler Konsumgüterhersteller eine Partnerschaft mit → **Plastic Bank** ein. Ziel ist es, die Ansammlung von Plastik in den Ozeanen zu reduzieren und gleichzeitig Chancen für Menschen in Armut zu schaffen.



2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020

HENKEL-HIGHLIGHTS

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Mehr Wert – weniger Ressourcen

Was ist unser Anspruch im Bereich Nachhaltigkeit?

In unseren Unternehmenswerten verpflichten wir uns, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stetig auszubauen. Als Vorreiter wollen wir neue Lösungen vorantreiben und unser Geschäft verantwortungsvoll und wirtschaftlich erfolgreich weiterentwickeln.

Welche Strategie verfolgen wir?

Wir wollen mit weniger Ressourcen mehr erreichen. Das heißt, wir schaffen mehr Wert für unsere Kunden und Verbraucher, unser gesellschaftliches Umfeld sowie unser Unternehmen bei einem reduzierten ökologischen Fußabdruck. Wir konzentrieren unsere Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette auf sechs Fokusfelder. Diese spiegeln die für uns relevanten Herausforderungen sowie Chancen einer nachhaltigen Entwicklung wider.

Welche Ziele haben wir uns gesetzt?

Unser 20-Jahres-Ziel bis 2030 ist die Verdreifachung des geschaffenen Werts im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen. Dieses übergeordnete Ziel, dreimal effizienter zu werden, bezeichnen wir als „Faktor 3“. Um den Fortschritt voranzutreiben, haben wir in unseren Fokusfeldern spezifische mittelfristige Ziele bis 2020 und 2025 sowie darüber hinaus definiert.



Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt



Leistung



Gesundheit und Sicherheit

Mehr Wert schaffen

Fußabdruck reduzieren



Energie und Klima



Materialien und Abfall



Wasser und Abwasser

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Nachhaltigkeitsstrategie

- Wir verankern Nachhaltigkeit im Unternehmen
- Wir schaffen mehr Wert und verkleinern unseren ökologischen Fußabdruck
- Entlang der Wertschöpfungskette Verantwortung übernehmen
- Beitrag unserer Marken und Technologien
- Die zentrale Rolle unserer Mitarbeiter stärken
- Wie wir unsere Strategie, Ziele und Konzepte weiterentwickeln
- Unser Beitrag zu den globalen Nachhaltigkeitszielen

Nachhaltigkeitsstrategie

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wir verankern Nachhaltigkeit im Unternehmen

Das Engagement für Nachhaltigkeit ist seit Jahrzehnten fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Ebenso ist Nachhaltigkeit Teil unseres strategischen Rahmens für ganzheitliches Wachstum, mit dem wir in der nächsten Dekade erfolgreich sein wollen. In unseren Unternehmenswerten verpflichten wir uns dazu, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stetig auszubauen. Als Vorreiter wollen wir neue Lösungen für eine nachhaltige Entwicklung vorantreiben und unser Geschäft verantwortungsvoll und wirtschaftlich erfolgreich weiterentwickeln.

Wir schaffen mehr Wert für unsere Kunden und Verbraucher, unsere Mitarbeiter, unsere Nachbarn, unsere Aktionäre, unser gesellschaftliches Umfeld und unser Unternehmen – und reduzieren gleichzeitig unseren ökologischen Fußabdruck. Diese Idee steht im Mittelpunkt unserer Nachhaltigkeitsstrategie und der damit verbundenen ambitionierten Ziele.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie spiegelt sich dabei in dem übergeordneten Rahmen unseres Unternehmens wider, bei dem wir einen klaren Fokus auf ganzheitliches Wachstum ( „Purposeful Growth“) legen. Das bedeutet, dass wir herausragenden Wert für Kunden und Konsumenten schaffen wollen, um das Wachstum unserer Märkte zu übertreffen, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stärken und unseren Mitarbeitern die Möglichkeit geben, sich bei Henkel beruflich und persönlich weiterzuentwickeln.



„Die globale Pandemie hat uns im Jahr 2020 vor viele neue Herausforderungen gestellt. Dabei hat sich gezeigt, was wir gemeinsam erreichen können: Wir haben unsere Nachhaltigkeitsleistungen weiter verbessert und Nachhaltigkeit noch stärker in unserer Unternehmensstrategie verankert.“

Carsten Knobel
Vorsitzender des Vorstands

Wir wollen das Thema Nachhaltigkeit bei Henkel noch stärker in allen Aktivitäten verankern. Dazu gehört, dass Nachhaltigkeit eine zentrale Säule in den Innovationsstrategien der Konsumgütergeschäfte Beauty Care und Laundry & Home Care ist und der Unternehmensbereich Adhesive Technologies sein Potenzial durch Produkte und Technologien, die Industriestandards setzen, weiter ausschöpfen will.

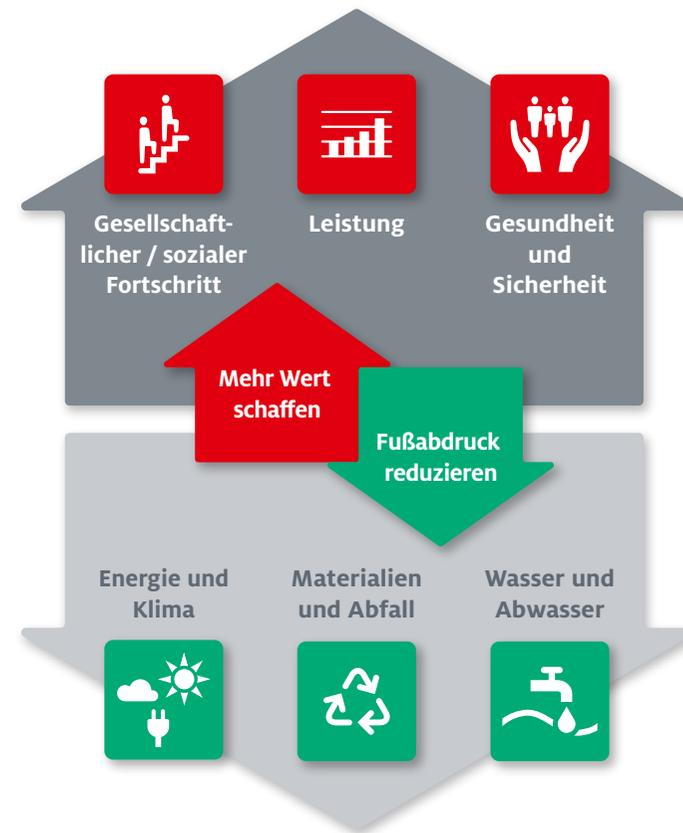
Nachhaltiges Handeln wird immer wichtiger

Wir stehen vor großen Herausforderungen, aus denen sich aber auch vielfältige Chancen ergeben. Die Weltbevölkerung wird Schätzungen zufolge bis zum Jahr 2050 auf mehr als neun Milliarden Menschen anwachsen. Gleichzeitig führt die weltweit zunehmende Wirtschafts-

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

leistung zu steigendem Konsum und Ressourcenbedarf. Bereits heute ist der globale ökologische Fußabdruck der Menschheit größer, als es die verfügbaren Ressourcen der Erde dauerhaft verkraften. Somit wird sich insgesamt der Druck auf die Ressourcen in den kommenden Jahrzehnten weiter verstärken. Global ist zudem ein zunehmendes Bewusstsein für Themen wie Klimawandel, Kreislaufwirtschaft, Menschenrechte, Umgang mit Wasser und Biodiversität zu erkennen, was die Dringlichkeit für Unternehmen, Politik und Verbraucher widerspiegelt, zukunftsorientiert zu handeln. Die COVID-19-Pandemie zeigt beispielhaft eindrücklich die Notwendigkeit, weltweit widerstandsfähiger und nachhaltiger zu wirtschaften. Die Veränderungsprozesse im Sinn einer umfassenden Transformation hin zu einer nachhaltigen Entwicklung werden sich erheblich beschleunigen müssen. Daher brauchen wir Innovationen, Produkte und Technologien, die mehr Lebensqualität bei gleichzeitig geringerem Material- und Rohstoffverbrauch ermöglichen.

Mit unserem Bestreben, unser Geschäft verantwortungsvoll und wirtschaftlich erfolgreich weiterzuentwickeln, haben wir bereits 2010 unsere Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt und unser **→ langfristiges Ziel bis 2030** definiert: Den Wert zu verdreifachen, den wir mit unserer Geschäftstätigkeit schaffen – im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck, den wir durch unsere Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen hinterlassen. 2020 endete die erste Dekade auf dem Weg zu unserem langfristigen Ziel. **→ Zwischenziele in Fünfjahreszeiträumen** helfen uns, den Fortschritt zu beschleunigen und aufzuzeigen. So können wir gleichzeitig unsere langfristige Vision und unser langfristiges Engagement zeigen, während wir



Wir schaffen mehr Wert für unsere Kunden und Verbraucher, unsere Mitarbeiter, unsere Nachbarn, unsere Aktionäre, unser gesellschaftliches Umfeld sowie unser Unternehmen bei einem reduzierten ökologischen Fußabdruck. Wir konzentrieren unsere Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette auf sechs Fokusfelder. Diese spiegeln die für uns relevanten Herausforderungen sowie Chancen einer nachhaltigen Entwicklung wider.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

unseren strategischen Rahmen stetig weiterentwickeln, agil auf veränderte Erwartungen der Stakeholder reagieren und Entwicklungen vorantreiben.

Nachhaltigkeit heißt Zukunftsfähigkeit

Geschäftspartner und Verbraucher zeigen ein steigendes Interesse an nachhaltigkeitsorientierten Produkten und Lösungen und legen immer mehr Wert darauf, die Auswirkungen unserer Prozesse und Produkte entlang der Wertschöpfungskette zu verstehen. Bei Investoren steigt das Interesse an Nachhaltigkeit und die Präsenz der Themen in den Medien nimmt zu, ebenso wie der Austausch über Nachhaltigkeitsthemen auf öffentlichen Plattformen wie den sozialen Medien. Darüber hinaus konnten wir auf der politischen Ebene in den letzten Jahren große Fortschritte hin zu einem gemeinsamen Verständnis der globalen Prioritäten beobachten, insbesondere mit dem weltweiten Klimaabkommen von Paris im Jahr 2015 und den 17 Zielen für eine nachhaltige Entwicklung (→ „Sustainable Development Goals“, kurz SDGs).

Wir sind überzeugt, dass unser Fokus auf Nachhaltigkeit und unser stetiges Engagement somit nicht nur gegenwärtig wichtig sind, sondern auch die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens unterstreichen. Das umfasst einen wirkungsvollen Beitrag zu einer globalen nachhaltigen Entwicklung sowie gleichzeitig eine Stärkung des wirtschaftlichen Erfolgs von Henkel. Dieser Fokus fördert unser Wachstum, trägt dazu bei, unsere Kosteneffizienz zu steigern, und verringert Risiken. Durch unsere langjährige Arbeit verfügen wir bereits über ein starkes Fundament und können überzeugende Erfolge vorweisen. So wird die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit durch viele → internationale Ratings und Rankings bestätigt.

Durch die Tatkraft unserer Mitarbeiter und mithilfe der hohen Reichweite unserer Marken und Technologien wollen wir unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung weiter ausbauen – entlang der gesamten Wertschöpfungskette und in Zusammenarbeit mit unseren Partnern. Sowohl unsere bisherigen Ziele als auch die nächsten für 2025 stellen wichtige Meilensteine mit Blick auf unser langfristiges Ziel dar, bis 2030 dreimal effizienter zu werden. Unsere Ziele und Initiativen gleichen wir dabei kontinuierlich mit den globalen und nationalen Prioritäten ab, um sicherzustellen, dass wir an den für unser Geschäft und die nachhaltige Entwicklung relevanten Themen arbeiten. Wir sind im Dialog mit unseren Stakeholdern, engagieren uns weltweit in Initiativen zusammen mit Branchenvertretern und zivilgesellschaftlichen Akteuren und beteiligen uns am politischen und gesellschaftlichen Diskurs.

Starkes Engagement im Bereich Sustainable Finance

Im Jahr 2020 haben wir einen wichtigen Schritt bei der Kombination von attraktiven Finanzierungsinstrumenten mit Fortschritten im Bereich Nachhaltigkeit unternommen: Als weltweit erstes Unternehmen haben wir einen  „Plastic Waste Reduction Bond“ abgeschlossen. Die Anleihe besteht aus zwei Tranchen von 70 Millionen US-Dollar und 25 Millionen Euro und hat eine Laufzeit von fünf Jahren. Die Erlöse werden ausschließlich in Projekte investiert, die Teil der Aktivitäten von Henkel zur Reduzierung von Plastikabfall sind. Dieser Bond unterstreicht unser Engagement, eine Kreislaufwirtschaft zu fördern und Kunststoffabfall zu reduzieren – und damit für das Thema Sustainable Finance. Gleichzeitig ist dieser Bond unsere erste Emission im „Green Bond“-Segment und bestärkt damit unser fortwährendes Commitment, innovative Finanzinstrumente mit Nachhaltigkeitsaspekten zu verbinden. Bereits 2018 haben wir als erstes deutsches Unternehmen einen syndizierten  „Sustainability-linked Loan“ abgeschlossen – eine Kreditlinie, deren Konditionen an die Leistungen von Henkel in drei unabhängigen Nachhaltigkeitsratings gebunden sind.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Auf Basis unserer starken Erfolgsbilanz und Fortschritte bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie entlang der Wertschöpfungskette wollen wir Nachhaltigkeit als klares Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb stärken. Dazu haben wir drei Bereiche definiert, die für Verbraucher, Kunden, Geschäftspartner und die

Gesellschaft von besonderer Bedeutung sind und in denen wir unsere Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung beschleunigen wollen: bis zum Jahr 2040 klimapositiv werden, die Kreislaufwirtschaft vorantreiben sowie zu gesellschaftlichem und sozialem Fortschritt beitragen.

Anfang 2020 haben wir neue Verpflichtungen für drei wichtige Bereiche kommuniziert, die für Verbraucher, Kunden, Geschäftspartner und die Gesellschaft als Ganzes von hoher Relevanz sind.

Diese Meilensteine für 2025 werden unsere Fortschritte auf dem Weg zu unserer langfristigen Strategie und unseren Zielen unterstützen.

Damit bauen wir auf den starken Fortschritten der letzten Jahre auf und werden unsere Anstrengungen weiter beschleunigen.



Wir verpflichten uns, **klimapositiv** zu werden

Unterstützt durch folgende Ziele:

- 65 %	- 100 Mio Tonnen
Reduktion unserer CO ₂ -Emissionen pro Tonne Produkt bis 2025	CO ₂ zusammen mit Kunden, Verbrauchern und Lieferanten im Zeitraum 2016 bis 2025 einsparen

Wir verpflichten uns, eine **Kreislaufwirtschaft** zu fördern

Unterstützt durch folgende Ziele:

100 %	- 50 %	Keine
der Verpackungen sind recycelbar oder wiederverwendbar bis 2025*	Reduzierung von neuen Kunststoffen auf fossiler Basis bis 2025	Kunststoffabfälle mehr in die Natur bis 2025

Wir verpflichten uns, den **positiven sozialen Beitrag für die Gesellschaft** zu erhöhen

Unterstützt durch folgende Ziele:

50.000+	100 %	20 Mio
Mitarbeiter in Nachhaltigkeit einbeziehen	verantwortungsvolle Beschaffung bis 2025	Leben von 20 Mio Menschen weltweit bis 2025 verbessern

Basisjahr: 2010
 * Mit Ausnahme von Produkten, bei denen Bestandteile oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Was wir bisher erreicht haben

Um unser Ziel zu erreichen, bis zum Jahr 2030 den geschaffenen Wert im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen zu verdreifachen, müssen wir unsere Effizienz insgesamt jährlich um durchschnittlich 5 bis 6 Prozent steigern. Bezogen auf spezifische Ziele für „mehr Wert schaffen“ und „bei reduziertem Fußabdruck“ haben wir bis zum Jahr 2020 weitere große Fortschritte erzielen können. So haben wir bei der Verringerung sowohl der CO₂-Emissionen (Reduktion um 44 Prozent) als auch des Abfallaufkommens (Reduktion um 44 Prozent) unsere Zielsetzungen übertroffen. Bei unserem Ziel der Reduktion des Wasserverbrauchs haben wir mit 28 Prozent unsere Zielerwartung für 2020 nicht erreichen können. Insgesamt betrachtet konnten wir den ökologischen Fußabdruck über diese drei Dimensionen – CO₂-Emissionen, Abfall, Wasser – allerdings um 39 Prozent verringern und damit die Zielmarke von 30 Prozent Reduktion für das Jahr 2020 deutlich übertreffen. Zudem haben wir mit einer Verbesserung unserer weltweiten Unfallrate um 50 Prozent pro eine Million Arbeitsstunden unsere Zielsetzung für 2020 übererfüllt.

Diese positiven Ergebnisse bestätigen unser weltweites kontinuierliches Engagement, mehr Wert zu schaffen bei einem reduzierten Fußabdruck. Die Effizienzsteigerung, das heißt das Verhältnis von Umsatz zum ökologischen Fußabdruck unserer Produktion, bei dem die drei Dimensionen CO₂-Emissionen, Abfall und Wasser gleich gewichtet sind, beträgt im Jahr 2020 insgesamt 64 Prozent.

An diese Ergebnisse, die unser Nachhaltigkeitsengagement der letzten Jahre bekräftigen und fortschreiben, schließen wir auch für unsere zukünftigen Ziele an. So wollen wir auf dem Weg zu unserem langfristigen Ziel unsere Leistungen auch in den kommenden Jahren weiter verbessern.

	Erreicht 2020 ¹	Ziele 2020 ¹
mehr Umsatz pro Tonne Produkt	+ 1 %	+ 22 %
sicherer pro eine Million Arbeitsstunden	+ 50 %	+ 40 %
weniger CO ₂ -Emissionen pro Tonne Produkt	- 44 %	- 30 %
weniger Abfall pro Tonne Produkt	- 44 %²	- 30 %
weniger Wasser pro Tonne Produkt	- 28 %	- 30 %
Effizienz insgesamt	+ 64 %	+ 75 %

¹ Gegenüber dem Basisjahr 2010.
² Abfallmengen unserer Produktionsstandorte ohne Abfälle aus Bau- und Abbrucharbeiten.

Zusätzlich zu den Zielen in unseren Fokusfeldern haben wir umfangreiche Zielvorgaben für weitere Bereiche unserer Tätigkeit festgelegt.
 → [Unsere Ziele bis 2025 und darüber hinaus finden Sie hier.](#)

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere Ziele bis 2025 und darüber hinaus

Auf dem Weg zu unserem langfristigen Ziel bis 2030 wollen wir unsere Leistungen in den kommenden Jahren weiter verbessern und haben uns dafür aufbauend auf bisherigen Meilensteinen Ziele bis 2025 und darüber hinaus gesetzt. Folgende Übersicht zeigt eine Auswahl wesentlicher Ziele, um nachhaltiges Wirtschaften voranzubringen. Details und ergänzende Ziele finden sich in den einzelnen Kapiteln dieses Berichts.

Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt



Wir wollen aktiv zum gesellschaftlichen Fortschritt beitragen, Menschen befähigen und Grundrechte sichern

Leben von **20 Mio Menschen weltweit** bis 2025 verbessern

50.000+ Mitarbeiter in Nachhaltigkeit einbeziehen

100% verantwortungsvolle Beschaffung bis 2025

Leistung



Wir wollen mehr Wert für unsere Partner entlang der Wertschöpfungskette schaffen und unseren Umsatz erhöhen

Jedes neue Produkt leistet **einen Beitrag zur Nachhaltigkeit**

Unseren Kunden und Verbrauchern ein umfassendes Nachhaltigkeitsprofil unserer Produkte zur Verfügung stellen bis 2025

Umsatz pro Tonne Produkt um 10 % bis 2025 erhöhen

Gesundheit & Sicherheit



Wir wollen sicherere Arbeitsplätze schaffen und zur besseren Gesundheit und Hygiene beitragen

Die Gesundheit und Arbeitssicherheit um 60 % pro 1 Mio Arbeitsstunden verbessern bis 2025

Null Unfälle ist unser langfristiges Ziel

90% durch globale Gesundheitsaktionen pro Jahr abdecken

Mehr Wert schaffen ↑

↓ **Fußabdruck reduzieren**

Energie & Klima



Wir wollen zum Klimaschutz beitragen, auf erneuerbare Energie setzen und unseren Energieverbrauch sowie unsere CO₂-Emissionen reduzieren

Unsere CO₂-Emissionen um 65 % pro Tonne Produkt bis 2025 reduzieren

Unsere CO₂-Emissionen um 75 % pro Tonne Produkt reduzieren und zu **100 % Strom aus erneuerbaren Quellen** nutzen bis 2030

Zusammen mit Kunden, Verbrauchern und Lieferanten **100 Millionen Tonnen CO₂** von 2016 bis 2025 einsparen

Klimapositives Unternehmen bis 2040 werden

Materialien & Abfall



Wir wollen Materialien effizienter einsetzen, vollständig auf nachhaltige Rohstoffe umstellen und das Abfallvolumen reduzieren

Produktionsabfall um 50 % pro Tonne Produkt reduzieren bis 2025

100% der Verpackungen sind recycelbar oder wiederverwendbar*, um **50 %** reduzierter Einsatz von neuen Kunststoffen auf fossiler Basis, einschl. eines Anteils von mind. 30 % von recyceltem Kunststoff für unsere Konsumgüterprodukte sowie **keine Kunststoffabfälle mehr in die Natur** bis 2025

Palmöl: **100 % verantwortungsvoll beschafft** und extern bestätigt sowie **100 % Rückverfolgbarkeit**

Wasser & Abwasser



Wir wollen unseren Einfluss auf Wasser mindern und den Verbrauch von Wasser sowie Abwasser reduzieren

Wasserverbrauch um 35 % pro Tonne Produkt reduzieren bis 2025

Die verantwortungsvolle Anwendung unserer Produkte fördern, um den Wasserverbrauch zu reduzieren

Basisjahr: 2010

* Mit Ausnahme von Produkten, bei denen Bestandteile oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wir schaffen mehr Wert und verkleinern unseren ökologischen Fußabdruck

Wir wollen unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit stetig ausbauen. Der Kern unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist: mehr Wert schaffen und den ökologischen Fußabdruck verringern. Dabei konzentrieren wir unsere Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette auf → **sechs Fokusfelder**. Diese spiegeln die für uns relevanten Herausforderungen sowie Chancen einer nachhaltigen Entwicklung wider. Drei beschreiben, wie wir mehr Wert schaffen wollen, die drei anderen, wie wir den ökologischen Fußabdruck verkleinern wollen. Hier haben wir uns nach unseren 2020er Zielen bereits neue Ziele für 2025 und darüber hinaus gesetzt.

Wir schaffen mehr Wert

Um mehr Wert zu schaffen, wollen wir einen Beitrag in den von uns identifizierten Fokusfeldern leisten: Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt, Leistung sowie Gesundheit und Sicherheit.

Ausgezeichnete Qualität und Leistung sind die zentralen Wertversprechen unserer → **Marken und Technologien** und Grundlage für unseren wirtschaftlichen Erfolg. Produkte, die erstklassige Leistung mit einem reduzierten Fußabdruck kombinieren, sind wesentliche Erfolgsfaktoren für eine zukunftsorientierte Geschäftsentwicklung.

Auch in weiteren Bereichen schaffen wir Werte. Neben Leistungen in Form von Gehältern und Steuern tragen unsere Geschäftstätigkeit und die damit verbundenen Wertschöpfungsaktivitäten zur regionalen Entwicklung bei. Mit Produktionsstandorten in 57 Ländern fördern wir als lokaler Arbeitgeber, Einkäufer und Investor den wirtschaftlichen

sowie sozialen und gesellschaftlichen Fortschritt. Durch Wissenstransfer und Technologieentwicklung fördern wir das verantwortliche Wirtschaften unserer Mitarbeiter sowie unserer Kunden. Gerade in den Wachstumsregionen rückt die Frage nach dem gesellschaftlichen Mehrwert von Produkten in den Vordergrund. Dabei haben Produkte, die sich an den Bedürfnissen der unteren Einkommensklassen orientieren, nicht nur wirtschaftliches Potenzial. Sie leisten gleichzeitig positive gesellschaftliche Beiträge, zum Beispiel zur Hygiene und Gesundheit im Haushalt.

Für Henkel hat Produktsicherheit und damit die Sicherheit und Gesundheit unserer Kunden, Verbraucher und Nachbarn seit jeher höchste Priorität. Gleiches gilt für unsere Mitarbeiter. Durch kontinuierliche Anstrengungen im Bereich → **Arbeitsschutz und -sicherheit** streben wir danach, dass Henkel und seine Produktionsstandorte sichere und gesunde Arbeitsbedingungen bieten.

Zudem schaffen wir mit unserer Geschäftstätigkeit und gemeinsam mit unseren Partnern Werte. Wir handeln in dem Bewusstsein, dass die globale Mittelschicht wächst, während weite Teile der Weltbevölkerung weiterhin mit Armut, schlechten Arbeitsbedingungen und mangelnden Entwicklungsperspektiven konfrontiert sind. Wir engagieren uns zum Beispiel durch unsere Initiative → **„Million Chances“** dafür, Mädchen und Frauen dabei zu unterstützen, sich eine erfolgreiche Zukunft aufzubauen. Zudem setzen wir uns dafür ein, die Einkommensmöglichkeiten von Menschen zu verbessern, die mit unseren Lieferketten und unserem Geschäft in Berührung kommen, zum

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Beispiel von → **Kleinbauern** in der Palmölproduktion und durch unsere Zusammenarbeit mit dem Sozialunternehmen → **Plastic Bank**.



Partnerschaft mit Plastic Bank

Seit Beginn unserer Zusammenarbeit mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank im Jahr 2017 haben wir die Kooperation weiter ausgebaut und unterstützen Projekte in Haiti, Indonesien und auf den Philippinen sowie den Bau von mehr als 400 Plastic Bank-Sammelstellen in Ägypten.

Wir verkleinern den ökologischen Fußabdruck

In wesentlichen Bereichen, die wir mit unseren Fokusfeldern abdecken, wollen wir entlang unserer Wertschöpfungskette den ökologischen Fußabdruck reduzieren: Energie und Klima, Materialien und Abfall sowie Wasser und Abwasser.

In dem Pariser Klimaabkommen bekennt sich die Staatengemeinschaft dazu, den globalen Temperaturanstieg auf deutlich unter 2 Grad Celsius gegenüber dem Niveau des vorindustriellen Zeitalters zu halten und nach Möglichkeit auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen. Henkel verpflichtet sich, zur Erreichung dieses Ziels beizutragen. Wir fokussieren uns zunächst auf unsere eigene Produktion, auf die wir direkten Einfluss

haben. Zudem wollen wir den Fußabdruck der von uns eingesetzten → **Rohstoffe** und → **Verpackungen** senken. So erwarten wir von unseren → **Lieferanten und Vertragspartnern** vergleichbar ambitionierte Ziele, wie wir sie uns selber setzen, und Beiträge zur CO₂-Reduzierung entlang ihrer Lieferketten. Bezogen auf unseren ökologischen Fußabdruck entlang der Wertschöpfungskette hat die Produktnutzungsphase den größten Einfluss. Wir wollen daher auch die → **Potenziale unserer Marken und Technologien** nutzen, um unseren Kunden und Verbrauchern dabei zu helfen, CO₂-Emissionen zu verringern.

Zu unserem Fokusfeld Materialien und Abfall gehören der verantwortungsvolle Einsatz von Ressourcen oder auch unser Ziel, das Abfallvolumen in unserem Unternehmen zu reduzieren. Darüber hinaus haben wir uns für unsere Produktverpackungen ambitionierte Ziele gesetzt. Damit wollen wir die Entwicklung hin zu einer Kreislaufwirtschaft weiter vorantreiben. Dazu zählt, Verpackungen von Henkel so zu entwickeln, dass diese recycelbar oder wiederverwendbar sind. Darüber hinaus haben wir uns Ziele für den Anteil von recyceltem Plastik in den Verpackungen für Konsumentenprodukte gesetzt.

Im Fokusfeld Wasser und Abwasser ist es unser Ziel, den Verbrauch von Wasser während der Herstellung unserer Produkte zu reduzieren sowie Abwasser zu vermeiden. Zudem setzen wir auf die Entwicklung von Produkten, die es unseren Kunden und Verbrauchern ermöglichen, eigene Beiträge zum Wassersparen zu leisten. Wasch- und Reinigungsmittel sowie Produkte für Kosmetik und Körperpflege, die nach dem Gebrauch ins Abwasser gelangen, sind so entwickelt, dass sie die Umwelt möglichst wenig belasten. Das Abwasser aus industriellen Anwendungen wird mit modernen Technologien vorbehandelt und professionell entsorgt.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Entlang der Wertschöpfungskette Verantwortung übernehmen

Unser Streben nach Nachhaltigkeit ist langfristig und unternehmerisch geprägt und umfasst alle Aspekte entlang der Wertschöpfungskette. Als global agierendes Unternehmen bedeutet nachhaltiges Wirtschaften für uns, verantwortlich zu handeln, sich für mehr Transparenz zu engagieren und gemeinsam mit unseren Partnern Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten.



1. Rohstoffe



Lieferanten aus 123 Ländern

Wir entwickeln innovative Lösungen und Standards im Sinn der Nachhaltigkeit mit unseren Lieferanten und Partnern aus 123 Ländern.

2. Produktion



Henkel betreibt 179 Produktionsstandorte in 57 Ländern. An allen arbeiten wir daran, bei gleichbleibend hoher Qualität und Sicherheit unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.

3. Logistik



Transportemissionen senken

Die Transportemissionen wollen wir mit verbesserten Logistik-Konzepten weltweit senken, zum Beispiel durch intermodale Transporte.

4. Industrie und Handel



Enge Kooperation

Die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern spielt für uns eine wichtige Rolle. Wir unterstützen unsere Handelspartner bei ihren Nachhaltigkeitsaktivitäten, zum Beispiel mit E-Learnings und Messinstrumenten.

5. Verbraucher

90%



Unsere Produkte kommen täglich millionenfach in Haushalten zum Einsatz. Bis zu 90 Prozent des ökologischen Fußabdrucks unserer Produkte entstehen während der Anwendung. Daher streben wir an, durch gezielte Kommunikation Einfluss auf ein verantwortungsvolles Verhalten während der Produkthanwendung zu nehmen.

6. Entsorgung / Recycling



100%

Bis zum Jahr 2025 sollen 100 Prozent der Verpackungen von Henkel recycelbar oder wiederverwendbar* sein.

* Mit Ausnahme von Produkten, bei denen Bestandteile oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Beitrag unserer Marken und Technologien

Unsere Marken und Technologien sind aus Millionen von Haushalten und industriellen Prozessen nicht mehr wegzudenken. Wir haben daher den klaren Anspruch, dass unsere Produkte und Lösungen einen positiven Beitrag zu ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen leisten. Dieser Anspruch ist auch systematisch in unserem Innovationsprozess verankert.

Nachhaltigkeit ist eine zentrale Säule in den Innovationsstrategien der Konsumgütergeschäfte → **Beauty Care** und → **Laundry & Home Care**, die ihre Produktportfolios mit besonderem Schwerpunkt auf nachhaltige Verpackungslösungen weiterentwickeln und den Ausbau von nachhaltigen Marken mit ganzheitlichem Anspruch vorantreiben. In der Kommunikation mit Verbrauchern verdeutlichen wir auch, wie sie unsere Produkte verantwortungsbewusst und ressourcenschonend verwenden können. Konsumenten beispielsweise entscheiden bei ihrem Produktkauf nicht nur nach Leistung und Preis. Sie fordern auch die Integrität der Marke: ökologisch, ökonomisch und sozial. Neue Technologien und Medien schaffen eine hohe Transparenz, wodurch Verbraucher mit geringem Aufwand prüfen können, ob Versprechen eingehalten werden. Mit einer klar definierten und konsequent umgesetzten Positionierung können unsere Marken ihre Wettbewerbsposition stärken und die Kundenbindung unterstützen.

Es ist uns auch im Austausch mit unseren Geschäftskunden wichtig zu zeigen, wie unsere Produkte zu Nachhaltigkeit beitragen können. Dazu zählt beispielsweise, wie Ressourcen effizienter eingesetzt werden können. Der Unternehmensbereich → **Adhesive Technologies** wird

sein Potenzial durch Produkte und Technologien, die Industriestandards setzen, weiter ausschöpfen. Wir entwickeln Lösungen, die unseren Industriekunden und Geschäftspartnern helfen, die Energieeffizienz zu steigern, die Sicherheit am Arbeitsplatz zu verbessern sowie Abfallaufkommen und Emissionen zu verringern.

Hebel entlang der Wertschöpfungskette nutzen, um CO₂-Emissionen einzusparen

Wir wollen zusammen mit unseren Kunden, Verbrauchern und Lieferanten erreichen, dass CO₂-Emissionen eingespart werden. Dies umfasst die Emissionen der von uns eingesetzten Rohstoffe. Darüber hinaus wollen wir Kunden und Verbraucher dabei unterstützen, CO₂-Emissionen zu reduzieren, die beim Gebrauch unserer Produkte beim Kunden entstehen (sogenannte Scope-3-Emissionen). Ebenso wollen wir durch unsere Produkte und Technologien dazu beitragen, dass die Entstehung von CO₂-Emissionen vermieden wird (sogenannte Scope-4-Emissionen).

Bezogen auf unsere Marken und Technologien stellen wir zum einen Produkte her, deren Anwendung direkt mit dem Einsatz von Energie verbunden ist, beispielsweise Waschmittel, Duschgele oder auch Schmelzklebstoffe. Hier wollen wir durch Innovationen, die den effizienten Einsatz von Energie ermöglichen, zur Reduzierung des Energieverbrauchs und des damit verbundenen CO₂-Fußabdrucks beitragen. Zudem streben wir an, durch gezielte Kommunikation Einfluss auf ein verantwortungsvolles Verhalten während der Produktanwendung zu nehmen.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Die Initiative „Be smarter. Save water.“ von Beauty Care mit den Marken Schauma, Fa und Theramed ist ein Beispiel dafür. Ziel der bereits 2016 gegründeten Initiative ist, mehr Bewusstsein für die wichtige Ressource Wasser zu schaffen und Verbraucher zu ermutigen, sparsam damit umzugehen. Durch den geringeren Verbrauch warmen Wassers können auch CO₂-Emissionen eingespart werden. Zu der Initiative gehören Informationen auf den Produktverpackungen sowie eine dazugehörige [Webseite](#). Darüber ermöglichen wir es Verbrauchern beispielsweise, ihren persönlichen täglichen Wasserfußabdruck zu berechnen, und zeigen den Nutzen einer verkürzten Duschzeit auf. Studien belegen, was mit Maßnahmen für ein gestärktes Verbraucherbewusstsein erreicht werden kann. Wenn Konsumenten unserer Produkte ihre Duschzeit im Durchschnitt um 15 Prozent verkürzten, könnten mehr als 180.000 Tonnen CO₂-Emissionen jährlich eingespart werden.



Auch durch eine niedrigere Wassertemperatur beim Wäschewaschen lassen sich Energieverbrauch und CO₂-Emissionen verringern. Durch kontinuierliche Forschungs- und Entwicklungskooperationen mit unseren Partnern sowie signifikante Investitionen in neue Rezepturen ermöglichen wir es unseren Verbrauchern, bei immer konzentrierteren Dosierungen und bei niedrigeren Temperaturen oder sogar kalt zu waschen und trotzdem ein sehr gutes Waschergebnis zu erzielen. Um das Bewusstsein für das Energiesparen zu stärken, machen wir über das Logo „sei nachhaltig – wasche kalt“ auf unseren Waschmittelverpackungen auf das Thema aufmerksam.

Das Einsparpotenzial ist enorm: Würde bei allen Waschladungen mit unseren Vollwaschmitteln auf das Aufheizen des Wassers verzichtet, könnten damit jährlich mehr als 7 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen vermieden werden.



Verbunden mit den von uns identifizierten Hebeln entlang unserer Wertschöpfungskette haben wir uns das Ziel gesetzt, dass 100 Millionen Tonnen CO₂ zusammen mit unseren Kunden, Verbrauchern und Lieferanten im Zehnjahreszeitraum 2016 bis 2025 eingespart werden. Unser vorausgehendes Fünfjahresziel bis 2020 bestand darin, unseren Kunden und Verbrauchern zu helfen, 50 Millionen Tonnen CO₂ einzusparen. Dafür haben wir ein CO₂-Einsparungsportfolio¹ entwickelt. Die Bewertung der Beiträge dieses Portfolios erfolgt anhand eines unternehmensweiten, standardisierten Prozesses, der Kriterien für die Auswahl der Produkte sowie die Berechnung der CO₂-Emissionen vorgibt. Einige Beispiele unserer Produkte und Technologien haben wir in den folgenden sechs Gruppen zusammengefasst. Mit den in den Jahren 2016 bis 2020 verkauften Produkten ermöglichten wir es unseren Kunden und Verbrauchern, mehr als 55 Millionen Tonnen CO₂ einzusparen. In Zukunft werden wir weitere Anwendungen bewerten und damit das Portfolio unserer Produkte, die zu CO₂-Einsparungen in der Anwendungsphase beitragen, weiter ausbauen.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Unser CO₂-Einsparungsportfolio



Energiesparende Gebäudehüllen

Aufgrund verminderten Wärmeverlusts helfen unsere Wärmedämmverbundsysteme zur Isolierung von Gebäudefassaden, den Energieverbrauch zu senken. Zudem ermöglichen es unsere „Cool roof“-Dachbeschichtungen, die 87 Prozent mehr Sonnenlicht reflektieren als herkömmliche Dachbeschichtungen, dass zum Beispiel weniger Klimaanlage zur Kühlung benötigt werden und so der Gebäudeenergiebedarf verringert wird. Mit den im Jahr 2020 verkauften Produkten können so rund 5,9 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen von unseren Kunden eingespart werden.



Automobil-Leichtbau

Wir unterstützen unsere Industriekunden mit Lösungen für die automobilen Leichtbauweise. Dazu gehören Verfahren zur Vorbehandlung von Metalloberflächen, um Stahl und Aluminium kombinieren zu können, flüssige Schalldämmung und 3-D-Verstärkung. All diese Technologien führen zu einer Gewichtsreduktion bei der Karosserie und tragen zu höherer Kraftstoffeffizienz bei. Mit den 2020 vertriebenen Lösungen können von unseren Kunden so rund 3,1 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen eingespart werden.



Mehr Effizienz für erneuerbare Energien

Unsere elektrisch leitfähigen Klebstoffe ermöglichen es Herstellern von Photovoltaikmodulen, die Effizienz von Solarmodulen und den Wirkungsgrad zu erhöhen. Es können mehr Solarzellen pro Modul verbaut und die Leitungsverluste innerhalb des Moduls verringert werden. Damit können diese Module mehr erneuerbare Energie erzeugen. Mit den von uns im Jahr 2020 verkauften Produkten helfen wir so unseren Kunden, rund 1,3 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen einsparen zu können.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)



Reparatur und Sanierung

Mit unseren Produkten für industrielle Beschichtung können unsere Kunden Maschinen wie beispielsweise Pumpen vor Verschleiß schützen und die Lebensdauer verlängern. Solche Maschinen laufen oft kontinuierlich, was zu Abrieb und Korrosion und damit zu Produktionsausfällen führen kann. Mit diesen Beschichtungen können unsere Kunden so die Betriebseffizienz ihrer Maschinen steigern, indem sie die Lebensdauer verlängern und den Energieverbrauch reduzieren. Mit den im Jahr 2020 verkauften Produkten können unsere Kunden so rund 370.000 Tonnen CO₂-Emissionen einsparen.



Intelligenter Materialersatz

Unsere Klebstoffe befähigen unsere Kunden im Baugewerbe, Platten aus mehreren Holzschichten zu verwenden. Die Technologie wird bei der Herstellung von Brettsperrholz („Cross-Laminated Timber“, kurz CLT) eingesetzt, einem Baustoff aus drei oder mehr Lagen kreuzweise verleimter Einschichtplatten. Mit der Verwendung von CLT lässt sich energie- und CO₂-intensiverer Betonbau ersetzen. Mit den im Jahr 2020 verkauften Produkten für den Einsatz des alternativen Baumaterials ist es unseren Kunden möglich, rund 530.000 Tonnen CO₂-Emissionen einzusparen.



Weniger Warmwasserverbrauch

Wir helfen Konsumenten mit unseren Produkten, den Energieverbrauch für das Aufheizen von Wasser und die damit verbundenen CO₂-Emissionen zu verringern. Mit unseren Wasch- und Reinigungsprodukten Colour Catcher-Farbfangtücher und Somat Maschinenreiniger können unsere Kunden die Anzahl der Waschkreisläufe reduzieren. Darüber hinaus benötigen die Leave-in-Conditioner und Trockenshampoos von Beauty Care kein warmes Wasser zum Ausspülen. Mit den im Jahr 2020 verkauften Produkten können die Verbraucher rund 200.000 Tonnen CO₂-Emissionen einsparen.

Von 2016 bis 2020 haben wir unseren Kunden und Verbrauchern geholfen, mehr als 55 Millionen Tonnen CO₂ einzusparen

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Die zentrale Rolle unserer Mitarbeiter stärken

Bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie machen unsere Mitarbeiter den Unterschied aus – durch ihren persönlichen Einsatz, ihre Fähigkeiten und ihr Wissen. Damit leisten sie in ihrem Berufsalltag und im gesellschaftlichen Leben einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung. Sie sind die Schnittstelle zu unseren Kunden und Verbrauchern und weiteren Stakeholdern wie Lieferanten, Investoren, Forschungseinrichtungen und NGOs. Sie sind in Bereichen wie Einkauf, Finanzen, Forschung und Entwicklung, Produktion, Marketing und Vertrieb tätig, wirken damit entlang unserer Wertschöpfungskette und arbeiten gemeinschaftlich mit unseren Partnern. Sie ermöglichen Innovationen, entwickeln Strategien und machen unser Unternehmen einzigartig.

Daher wollen wir das Engagement unserer Mitarbeiter für Nachhaltigkeit weiter fördern und unsere bisherigen Trainingsangebote um ein ganzheitliches Engagement-Programm erweitern. Dabei bauen wir auf dem bereits im Jahr 2012 initiierten → **Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm** auf, das Mitarbeiter befähigt und ermutigt, sich intensiver mit dem Thema Nachhaltigkeit zu befassen. Wir wollen unsere Mitarbeiter zukünftig noch umfassender mit Wissen und Fähigkeiten ausstatten, die für Henkel als führendes Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit zentral sind.

Mitarbeiter schaffen nachhaltig Werte und sind Botschafter

Das kontinuierliche Engagement unserer Mitarbeiter ist wichtig, damit Nachhaltigkeit in allen Geschäftsaktivitäten verankert ist. Damit können wir gemeinsam unsere Zukunft gestalten und nachhaltig Werte schaffen.



Für eine Sommerschule laden Mitarbeiter von Henkel in Shanghai, China, Kinder einer lokalen Schule ein, um sie zum Thema Nachhaltigkeit zu unterrichten.

Seit Einführung des Nachhaltigkeitsbotschafter-Programms haben wir an unseren Standorten weltweit mehr als 50.000 Nachhaltigkeitsbotschafter ausgebildet. Um unser Verständnis von nachhaltigem Wirtschaften im Unternehmen zu vertiefen und alle Mitarbeiter zu trainieren und zu motivieren, Nachhaltigkeitsbotschafter zu werden, haben wir in den letzten Jahren Schulungsaktivitäten ergänzt. Neben einem E-Learning-Programm auf unserer zentralen globalen Lernplattform erreichen wir unsere Mitarbeiter insbesondere mit



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Teamtrainings, die wir weltweit auf der Grundlage standardisierter Trainingsmaterialien durchführen. In einem solchen Training erklären wir einerseits die Grundlagen der Nachhaltigkeit – vom Konzept bis hin zu den wichtigen globalen Herausforderungen – und stellen andererseits dar, wie Henkel diesen Herausforderungen begegnet und Nachhaltigkeit umsetzt. Im Jahr 2020 haben wir zudem ein spezifisches E-Learning-Programm zu Verpackungen und Plastik entwickelt, das Mitarbeitern weltweit online zur Verfügung steht. Weiterhin ist das Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm fester Bestandteil des Onboardings neuer Mitarbeiter.



Vortragsreihe „Henkel Talks“ zum Thema Klimaschutz

In unserer etablierten internen Vortragsreihe „Henkel Talks“ stand im letzten Quartal 2020 das Thema Klima im Vordergrund. Mit unterschiedlichen Schwerpunkten stellten die Referenten facettenreich vor, wie alle Mitarbeiter und wir als Unternehmen zum Klimaschutz beitragen können; hier Ulla Hüppe, Head of Sustainability im Unternehmensbereich Adhesive Technologies.

Im Jahr 2020 haben wir unsere Mitarbeiter zudem umfangreich über das Thema Klimaschutz informiert. Teil der Kommunikationskampagne waren zum Beispiel Expertendialoge und Tipps zum Energiesparen.

Nachhaltigkeitsbotschafter dazu motivieren, einen Beitrag zu leisten

Wir wollen unseren Mitarbeitern nicht nur Wissen über Nachhaltigkeit vermitteln, sondern sie auch anregen, sich für Nachhaltigkeit zu engagieren. Mit ihren Fähigkeiten und Kenntnissen können sie als Botschafter an unseren Standorten, mit unseren Kunden und mit anderen Partnern in unserem geschäftlichen Umfeld wichtige Beiträge zur Nachhaltigkeit leisten. Im Rahmen unseres Schulprojekts besuchen unsere Nachhaltigkeitsbotschafter Schulen, um Kindern nachhaltiges Handeln im Alltag näherzubringen. So zeigen wir den Schülern schon in jungen Jahren, wie Ressourcen effizient genutzt werden können. Gleichzeitig tragen die Kinder ihr Wissen und ihre Begeisterung als Multiplikatoren in ihr Umfeld. Seit Beginn des Projekts im Jahr 2012 bis Ende 2020 haben wir rund 175.000 Schulkinder in 54 Ländern über das Thema Nachhaltigkeit informiert. Die Schulbesuche sind ein wichtiger Bestandteil unseres Engagements, Schüler über Bildungsinitiativen zu erreichen. Da unsere Nachhaltigkeitsbotschafter im Jahr 2020 aufgrund der COVID-19-Pandemie leider nur stark eingeschränkt Schulen besuchen konnten, haben wir ein E-Learning entwickelt, um dennoch über das Thema zu informieren und mit Kindern darüber ins Gespräch zu kommen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

In unserem Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm haben wir uns auch zum Ziel gesetzt, einen gesunden Lebensstil sowie die Sensibilisierung für den Wasser- und Energieverbrauch und das Abfallaufkommen an unseren Standorten zu fördern. Unsere Initiative „(Y)our move toward sustainability“, die 2014 eingeführt wurde, ist Teil dieses Engagements. Sie ermutigt unsere Mitarbeiter, im Berufsalltag einen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten, zum Beispiel durch den Verzicht auf unnötiges Drucken, durch Lichtausschalten oder eine bewusste Ernährung.

Eine wichtige Zielgruppe sind unsere Kunden, die wir mit unseren Marken und Technologien erreichen. In unserem Programm „Say yes! to the future“ schult Henkel Vertriebsmitarbeiter aller Unternehmensbereiche über die Inhalte des Botschafterprogramms hinaus vertiefend zu allen vertriebsrelevanten Themen der Nachhaltigkeit. Dieses Wissen setzen sie dann in gemeinsamen Projekten mit unseren Handelspartnern um, zum Beispiel im Bereich Logistik oder zur Förderung nachhaltiger Kaufentscheidungen.

Außerdem wollen wir unseren Mitarbeitern über unsere bestehenden Programme hinaus Möglichkeiten bieten, sich in gemeinnützigen Projekten zu engagieren und in unserem gesellschaftlichen Umfeld einen Beitrag zu leisten. Um unsere Mitarbeiter und Pensionäre in aller Welt bei ihrem freiwilligen und ehrenamtlichen Engagement in karitativen Einrichtungen zu unterstützen, haben wir bereits 1998 die Initiative → „MIT Ehrenamt“ (Miteinander im Team) gegründet. Wir fördern die Projekte durch Produkt- und Geldspenden, bezahlte Freistellung und durch fachliche Beratung. Dabei gilt: Je größer das ehrenamtliche Engagement, desto höher die mögliche Unterstützung

seitens Henkel. Durch den großen Einsatz unserer aktiven und pensionierten Mitarbeiter sowie die Projektberichte stellen wir sicher, dass unsere Mittel vollständig, verantwortungsbewusst und transparent dort eingesetzt werden, wo sie am dringendsten benötigt werden. Durch die MIT-Initiative setzt Henkel wichtige Impulse: Besseres Teamwork, höhere Motivation durch Wertschätzung des privaten Engagements und die Identifikation mit der Unternehmenskultur von Henkel sind nur einige Beispiele für die Wirkungen, von denen die Ehrenamtler berichten. Die engagierten Mitarbeiter und Pensionäre sind ein wichtiges Bindeglied zwischen Henkel und dem lokalen Umfeld. Sie sind Botschafter unseres Unternehmens und unserer Unternehmenskultur.



Initiative „MIT Ehrenamt“ fördert Mitarbeiterengagement

Die Initiative „MIT Ehrenamt“ fördert Eigeninitiative und ehrenamtliches gesellschaftliches Engagement, wie hier in Südmauretanien den Bau einer Schule.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Die zentrale Rolle unserer Mitarbeiter wird auch vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie unterstrichen. So hat bei uns jederzeit das Wohlergehen unserer Mitarbeiter höchste Priorität. Wir setzen alles daran, ihre Sicherheit und Gesundheit zu gewährleisten – sei es vor Ort oder beim flexiblen Arbeiten von zu Hause – und gleichzeitig die Kontinuität unserer Geschäfte zu sichern. In diesem Zusammenhang haben wir neue Kommunikationsformate für den virtuellen Austausch geschaffen. Mit der  „Henkel Heroes“-Kampagne haben wir zudem Kollegen vorgestellt, die während der Pandemie mit inspirierenden Beiträgen positiv zur Unternehmenskultur beigetragen haben.

2020 haben wir uns im Zug der COVID-19-Pandemie auch für unser gesellschaftliches Umfeld eingesetzt und starteten ein **→ umfassendes globales Solidaritätsprogramm**. Zum Beispiel produzierten wir Desinfektionsmittel und spendeten diese an Krankenhäuser und öffentliche Einrichtungen.



Bei der Initiative „Henkel Heroes“ brachten sich Mitarbeiter mit inspirierenden Bild- und Videobeiträgen ein, teilten ihr Engagement im Kampf gegen die COVID-19-Pandemie mit Kollegen und stärkten so den Teamgeist.

Wie wir unsere Strategie, Ziele und Konzepte weiterentwickeln

Die Gesellschaft und Unternehmen sehen sich global einer Vielzahl von Herausforderungen und Entwicklungen gegenübergestellt. Dies umfasst Aspekte wie Umwelt, Arbeitnehmer- und Sozialbelange, Achtung der Menschenrechte sowie Korruption und Bestechung. Die Herausforderungen und Entwicklungen spiegeln sich zudem in den internationalen nachhaltigen Entwicklungszielen, den „Sustainable Development Goals“ (kurz SDGs), wider. Für die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und die Definition dazugehöriger Ziele bewerten wir im Dialog mit dem Vorstand und unter der Leitung unseres **→ Sustainability Councils** in Arbeitsgruppen Trends, Entwicklungen sowie die Erwartungen unserer Stakeholder und analysieren unseren ökologischen Fußabdruck entlang der Wertschöpfungskette.

Wir ermitteln die relevanten Themen

Um die für unsere Geschäftstätigkeit und Berichterstattung relevanten Themen zu ermitteln und einzuordnen, erfassen und bewerten wir mithilfe verschiedener Instrumente und in einem stetigen Prozess Herausforderungen und Chancen einer nachhaltigen Entwicklung. So beurteilen wir die Bedeutung der Themen für das Unternehmen, die Umwelt und Gesellschaft und damit auch für unsere Stakeholder. Bei der Auswahl der Themen gehen wir über die Wesentlichkeitsdefinition des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (kurz CSR-RUG) in Verbindung mit den Paragraphen (§§) 289b bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB) hinaus.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Aus dem Dialog gewinnen wir neue Perspektiven

Der Dialog mit unseren Stakeholdern hilft uns, Erkenntnisse und Perspektiven außerhalb unseres Geschäfts zu gewinnen und ein gemeinsames Verständnis von Prioritäten und Herausforderungen zu fördern. Diesen führen wir beispielsweise mit Meinungsführern, der Fachöffentlichkeit, Wissenschaft, internationalen Ratingagenturen und Analysten. So bewerten Nachhaltigkeitsanalysten und Fachinstitute in regelmäßigen Abständen, wie Unternehmen das Verhältnis von Ökonomie, Ökologie und gesellschaftlichen Aspekten ausbalancieren.

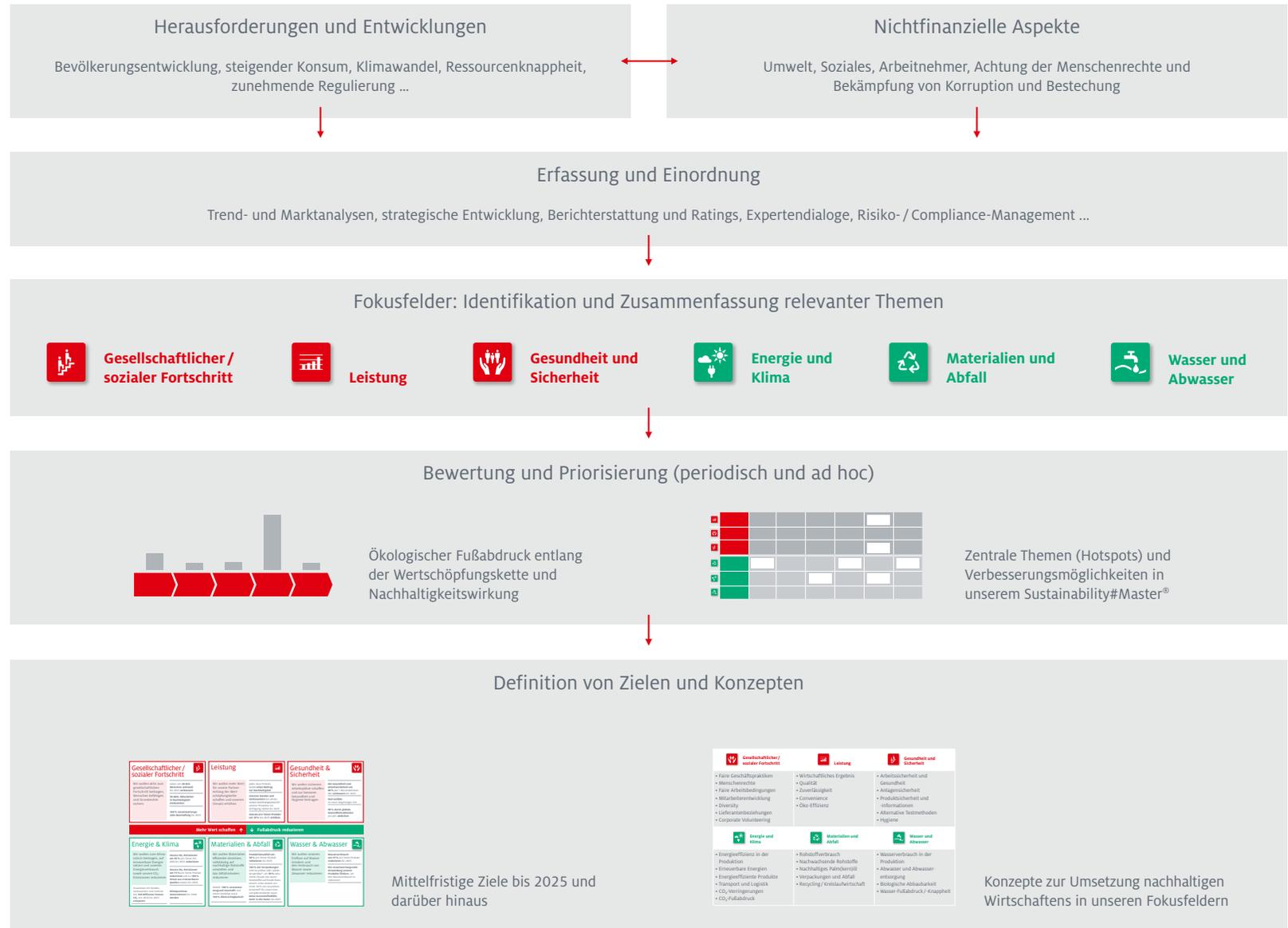
Wir stellen uns diesen → externen Bewertungen, weil sie zu mehr Transparenz im Markt führen und uns zeigen, wie unsere Leistungen eingeschätzt werden. Berücksichtigung finden auch die Kriterien verschiedener finanz- und nachhaltigkeitsorientierter Ratings sowie die Leitlinien der Global Reporting Initiative (→ GRI). Die Ergebnisse dieses Prozesses lassen sich in sechs Fokusfelder gliedern, die wir in einer Materialitätsbetrachtung identifiziert haben. In diesen Fokusfeldern wollen wir durch unsere Geschäftstätigkeit weltweit entlang der Wertschöpfungskette eine nachhaltige Entwicklung vorantreiben.

Unsere Fokusfelder

 Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt	 Leistung	 Gesundheit und Sicherheit
<ul style="list-style-type: none"> • Faire Geschäftspraktiken • Menschenrechte • Faire Arbeitsbedingungen • Mitarbeiterentwicklung • Diversity • Lieferantenbeziehungen • Corporate Volunteering 	<ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftliches Ergebnis • Qualität • Zuverlässigkeit • Convenience • Öko-Effizienz 	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitssicherheit und Gesundheit • Anlagensicherheit • Produktsicherheit und -informationen • Alternative Testmethoden • Hygiene
 Energie und Klima	 Materialien und Abfall	 Wasser und Abwasser
<ul style="list-style-type: none"> • Energieeffizienz in der Produktion • Erneuerbare Energien • Energieeffiziente Produkte • Transport und Logistik • CO₂-Verringerungen • CO₂-Fußabdruck 	<ul style="list-style-type: none"> • Rohstoffverbrauch • Nachwachsende Rohstoffe • Nachhaltiges Palm(kern)öl • Verpackungen und Abfall • Recycling / Kreislaufwirtschaft 	<ul style="list-style-type: none"> • Wasserverbrauch in der Produktion • Abwasser und Abwasserentsorgung • Biologische Abbaubarkeit • Wasser-Fußabdruck / -Knappheit

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Prozess der Identifikation wesentlicher Themen und Entwicklung von Zielen





- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Wir bewerten unseren Einfluss

Zur Bewertung und Priorisierung relevanter Themen, wie die Weiterentwicklung unserer → **Verpackungsziele**, arbeiten wir mit verschiedenen → **Mess- und Bewertungsmethoden**, um die Maßnahmen zu identifizieren, die entlang der Wertschöpfungskette den größten Einfluss haben. Unseren Fußabdruck bewerten wir mithilfe repräsentativer Lebenszyklusbetrachtungen über alle Produktkategorien hinweg sowie von Daten zu den von uns eingesetzten Rohstoffen, Verpackungsmaterialien und den beauftragten Transporten.

So sind, über unser gesamtes Portfolio betrachtet, beim Wasser- und CO₂-Fußabdruck insbesondere Verbesserungen bei den eingesetzten Rohstoffen und in der Anwendungsphase entscheidend. Ein wichtiges Bewertungsinstrument, um die Dimensionen „Wert“ und „Fußabdruck“ zu optimieren, ist unser → **„Henkel-Sustainability# Master®“**, den

wir zum Beispiel im Rahmen des Innovationsprozesses einsetzen. Das zentrale Element ist dabei eine Matrix, in der Änderungen in beiden Dimensionen und entlang der Wertschöpfungskette bewertet werden können.

Wir definieren Ziele und Konzepte

Auf Basis dieser Bewertung und Priorisierung haben wir für die Fokusfelder definiert, wie wir mit mittelfristigen Zielen bis 2020 und 2025 zu unserem langfristigen Ziel beitragen, bis 2030 dreimal effizienter zu werden. Des Weiteren haben wir Managementsysteme, Standards und Leitlinien sowie dazugehörige Prozesse und Organisationsstrukturen etabliert, die uns den Rahmen geben, innerhalb dessen wir Maßnahmen zur Umsetzung der Konzepte ergreifen. Unsere Ziele und Konzepte überprüfen wir kontinuierlich und entwickeln sie bei Bedarf weiter.

Klare Zwischenziele treiben konkrete Fortschritte voran und langfristige Ziele geben Zukunftsorientierung



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Unser Beitrag zu den globalen Nachhaltigkeitszielen

Henkel unterstützt die Umsetzung der **17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (SDGs)**, die im September 2015 von den 193 Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen verabschiedet wurden. Die **SDGs** repräsentieren einen wichtigen Schritt zum gemeinsamen Verständnis der Herausforderungen, derer wir uns weltweit annehmen müssen, um eine nachhaltige Entwicklung zu ermöglichen. Sie decken die gesamte Breite der Nachhaltigkeitsthemen ab, die für alle Stakeholder relevant sind – aus Industrie-, Schwellen- und Entwicklungsländern, für Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen sowie für Beteiligte aus allen Branchen und Sektoren entlang der Wertschöpfungskette.

Aufgrund des auf der internationalen Ebene gemeinschaftlich entwickelten Verständnisses helfen die Ziele dabei, Diskussionen auf nationaler und industrieller Ebene zu strukturieren. Sie dienen auch als Leitfaden für verschiedenste Organisationen, um Prioritäten zu identifizieren und Partnerschaften einzugehen. Als Unternehmen sind wir überzeugt, dass diese Ziele gemeinschaftliches Handeln fördern und den Fortschritt in Richtung Nachhaltigkeit beschleunigen werden. Dabei sind beispielhaft nachhaltiger Konsum, Verpackungen und Plastik, Klimaschutz, Wasser, Menschenrechte, Chancengleichheit sowie Bildung wichtige Themenfelder für unsere Arbeit.

Durch die kontinuierliche Überprüfung unserer Unternehmensziele und -initiativen stellen wir sicher, dass sich diese mit den für uns relevanten Prioritäten der SDGs decken. Aufgrund unserer langjährigen, intensiven Arbeit zu den verschiedensten Aspekten der Nachhaltigkeit und unseres breiten Produktportfolios sowie unserer Präsenz in zahlreichen Märkten unterstützen wir mit unseren Aktivitäten die SDGs.



Die folgenden zwei Seiten illustrieren beispielhaft, wie wir mit unserem Engagement für Nachhaltigkeit zur Umsetzung der globalen Entwicklungsziele beitragen. Die hier vorgestellten Themen zeigen die Bandbreite unserer Beiträge auf, die wir im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit sowie unseres darüber hinausgehenden gesellschaftlichen Engagements leisten.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen



Gute Bildung ermöglichen

Wir haben das Ziel, den Zugang zu qualitativ hochwertiger Bildung zu fördern und die Anzahl Jugendlicher und Erwachsener mit einschlägigen Kompetenzen und Fähigkeiten zu erhöhen. Die Schwarzkopf → „**Million Chances**“-Initiative wurde bereits 2016 ins Leben gerufen, um Frauen und Mädchen dabei zu unterstützen, Grundsteine für eine erfolgreiche Zukunft zu legen. Weiterhin ist Henkel beispielsweise Hauptförderer von → „**Teach First Deutschland**“. Damit unterstützen wir das Engagement von Hochschulabsolventen, die in Schulen in benachteiligten Gemeinden und sozialen Brennpunkten als zusätzliche Lehrkräfte Schülern helfen.



Nachhaltiges Palmöl fördern

Als Teil unserer Verantwortung wollen wir nachhaltige Praktiken in der Palmölindustrie – entlang der gesamten Wertschöpfungskette – unterstützen. Durch die Förderung von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl tragen wir dazu bei, Wälder nachhaltig zu bewirtschaften und Abholzung zu vermeiden. Wesentlich ist bei unserem Engagement die Zusammenarbeit mit Vertretern der gesamten Branche. So wollen wir die Verfügbarkeit von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl auf dem Markt beispielsweise durch Kooperationsprojekte erhöhen, die es → **Kleinbauern** ermöglichen, ihre Ernten als nachhaltig zertifizieren zu lassen, ihre Produktivität zu steigern und so ihre Existenzgrundlage zu verbessern.



Für Klimaschutz engagieren

Angesichts der dringenden Notwendigkeit, CO₂-Emissionen zu senken, ist es unsere langfristige Vision, bis 2040 ein → **klimapositives Unternehmen** zu werden sowie Fortschritte in weiteren relevanten Bereichen unserer Wertschöpfungskette zu erzielen. So wollen wir den CO₂-Fußabdruck unserer Produktion bis 2030 um 75 Prozent senken. Dabei sind wir bestrebt, 100 Prozent des zu beschaffenden Stroms bis 2030 aus erneuerbaren Quellen zu beziehen. Wir möchten außerdem das Potenzial unserer Marken und Technologien nutzen, indem wir unsere Kunden, Verbraucher und Lieferanten darin unterstützen, 100 Millionen Tonnen CO₂ im Zeitraum 2016 bis 2025 einzusparen.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie**
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen



Abfall in Chancen verwandeln

Wir wollen den Eintrag von Abfällen in die Meere verringern und damit einen Beitrag zum Meeresschutz leisten. Henkel hat 2017 als erstes großes globales Konsumgüterunternehmen begonnen, mit dem Sozialunternehmen → **Plastic Bank** zusammenzuarbeiten, und diese Partnerschaft im Jahr 2019 um weitere fünf Jahre verlängert. Seit dem Start der Zusammenarbeit hat Plastic Bank mithilfe von Henkel mehrere Sammelstellen für Plastikmüll in Haiti eröffnet. Die Idee ist, dass die örtliche Bevölkerung den gesammelten Abfall zurückgeben und ihn gegen Geld, Waren oder Dienstleistungen eintauschen kann. Dies schafft Wert aus Abfall, bevor dieser in Gewässer oder Meere gelangen kann.



Nachhaltigen Konsum fördern

Wir unterstützen das Ziel, einen nachhaltigen und ressourcenschonenden Konsum zu fördern. Der Schlüssel dafür sind unsere Produkte und Technologien, denn sie werden täglich millionenfach in Haushalten und industriellen Prozessen eingesetzt. Wir konzentrieren uns auf die Entwicklung von Produkten, die Ressourceneffizienz im täglichen Gebrauch ermöglichen. Durch gezielte Kommunikation streben wir zudem ein verantwortungsbewusstes Verhalten beim Einsatz unserer Produkte an. Dies ist wichtig, da der ökologische Fußabdruck vieler unserer Produkte während der Nutzung bestimmt wird. Bei der Berechnung des individuellen CO₂-Fußabdrucks hilft der **Henkel-Fußabdruckrechner**.



Lebensqualität verbessern

Mit unserem gesellschaftlichen Engagement verfolgen wir das Ziel, Menschen weltweit zu unterstützen und ihre Lebensqualität zu verbessern. Durch → **ehrenamtliches Mitarbeiterengagement** werden zum Beispiel in Kooperation mit der Organisation United Way Worldwide soziale Projekte in Guatemala gefördert. Der Fokus liegt dabei auf Bildung, Einkommenssicherheit und Gesundheit. Solches freiwilliges gesellschaftliches Engagement – auch Corporate Citizenship genannt – ist seit der Unternehmensgründung durch Fritz Henkel im Jahr 1876 ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Management



- Wie wir Nachhaltigkeit steuern
- Codes, Standards und Managementsysteme
- Unsere Compliance-Organisation
- Ergebnisse unserer Audits
- Organisation für nachhaltiges Wirtschaften
- Bewertung und Steuerung unternehmerischer Nachhaltigkeit
- Wie wir uns für den Klimaschutz einsetzen
- Achtung der Menschenrechte



Management

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wie wir Nachhaltigkeit steuern

Die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf weltweit einheitlichen Codes und Standards, integrierten Managementsystemen und einer Organisationsstruktur mit klar definierten Verantwortlichkeiten. Innerhalb von Henkel tragen zudem effiziente Prozesse nicht nur zu Umweltschutz und Arbeitssicherheit bei, sondern senken auch Ressourcenverbrauch und Kosten. Wir nutzen verschiedene Methoden und Instrumente, um unsere unternehmerische Nachhaltigkeit zu bewerten, zu steuern und die Zielerreichung über das gesamte Unternehmen und unsere Wertschöpfungskette zu messen. Indem wir den Einfluss unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen ganzheitlich betrachten, schaffen wir eine wesentliche Grundlage für Geschäftsentscheidungen und die Kommunikation mit Stakeholdern. Entscheidend ist für uns insgesamt das Zusammenspiel aus konzernweiten Steuerungsinstrumenten und Aktionsprogrammen in Regionen und Ländern, die auf die jeweiligen gesellschaftlichen Herausforderungen und Prioritäten einer Region oder eines Marktes ausgerichtet sind.

Auch das konzernweite Risikomanagement leistet einen unverzichtbaren Beitrag zu unserer strategischen Ausrichtung auf Nachhaltigkeit und hilft uns, potenzielle Risiken und Chancen frühzeitig zu erkennen. Im Rahmen der nichtfinanziellen Berichterstattung wurde eine Risikoanalyse unter Berücksichtigung der in diesem Bericht

beschriebenen Konzepte und Prozesse zur Risikominimierung durchgeführt. Dabei wurden – im Sinn der Paragraphen 289c Absätze 2 und 3, 315c Handelsgesetzbuch – weder bezüglich unserer eigenen Geschäftstätigkeit noch bezüglich unserer Geschäftsbeziehungen, unserer Produkte und Dienstleistungen „wesentliche Risiken“ identifiziert, die „sehr wahrscheinlich schwerwiegende negative Auswirkungen“ haben oder haben werden.

Codes, Standards und Managementsysteme

Unsere Codes und Standards sind weltweit einheitlich

Aus unserem Unternehmenszweck, unserer Vision, Mission und den Unternehmenswerten haben wir verbindliche Verhaltensregeln abgeleitet und in einem System aus Codes und Corporate Standards zusammengefasst. Diese gelten für alle Mitarbeiter weltweit, in allen Geschäftsfeldern und Kulturkreisen, in denen wir tätig sind.

Der Code of Conduct, den wir 2000 eingeführt haben, enthält die wichtigsten Unternehmens- und Handlungsgrundsätze. Er wird durch Leitlinien für den Umgang mit möglichen Interessenkonflikten konkretisiert. Diese Leitlinien sind ein wichtiges Element unserer präventiven Maßnahmen gegen Korruption.



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

Die Codes und Corporate Standards adressieren insbesondere die Themen Einhaltung von Wettbewerbs- und Kartellrecht, Sicherheits-, Gesundheits-, Umwelt- und Sozialstandards, → **Menschenrechte** sowie Public Affairs. Sie bilden auch die Basis für die Umsetzung des **Global Compact der Vereinten Nationen**, dem Henkel bereits im Jahr 2003 beigetreten ist.

Folgende Codes und Standards finden Sie auf unserer **Webseite**:

- Unternehmenszweck, Vision, Mission, Werte,
- Code of Conduct,
- Code of Corporate Sustainability,
- Responsible Sourcing Policy,
- Safety, Health, and Environmental (SHE) Standards,
- Social Standards,
- Public Affairs Standard.

Managementsysteme regeln Strukturen und Abläufe

Global einheitliche Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt („Safety, Health and Environment“, kurz SHE) zusammen mit integrierten Managementsystemen bilden die Grundlage für unsere weltweiten Optimierungsprogramme. Unsere SHE- wie auch unsere Social Standards gelten für alle Standorte. Unsere Managementsysteme stellen sicher, dass diese Standards in unserem weltweiten Produktionsnetz konsequent umgesetzt werden. Da das Verhalten unserer Mitarbeiter hierbei eine wichtige Rolle spielt, führen wir an allen Standorten regelmäßig Umwelt- und → **Sicherheitstrainings** durch, bei denen unsere Mitarbeiter zu verschiedenen Themen geschult werden.

Die Einhaltung unserer Codes und Standards prüfen wir durch → **regelmäßige Audits** an unseren Produktions- und Verwaltungsstandorten sowie auch bei Lohnherstellern und in Logistikzentren. Alle Auditergebnisse, inklusive der Überprüfung unserer SHE- und Social Standards, werden im Rahmen des jährlichen Revisionsberichts direkt an den Vorstand von Henkel berichtet. Unsere Managementsysteme lassen wir auf Standortebene extern zertifizieren, wo dies von unseren Partnern in den Märkten erwartet und anerkannt wird. Im Jahr 2020 kamen 81 Prozent unserer Produktionsmenge aus Werken, die nach der international anerkannten Norm für Umweltmanagementsysteme ISO 14001 zertifiziert sind. 83 Prozent unserer Produktionsmenge sind durch die ISO-Norm 9001 für Qualitätsmanagement und 52 Prozent durch die ISO-Norm 50001 für Energiemanagement abgedeckt. Im Jahr 2020 kamen zudem 46 Prozent unserer Produktionsmenge aus Werken, die nach der neuen ISO-Norm 45001 als Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagementsysteme zertifiziert sind. Diese Norm wurde im März 2018 weltweit eingeführt und soll mit einer Übergangsfrist von drei Jahren die bisherige Norm zum Arbeitsschutz OHSAS 18001 ablösen. Rund 79 Prozent unserer Produktionsmenge kam 2020 aus Werken, die nach OHSAS 18001 zertifiziert sind.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere Compliance-Organisation

Unsere Compliance-Organisation trägt global die Verantwortung für alle präventiven sowie reaktiven Maßnahmen. Hinter ihr stehen integrierte Managementsysteme und eine Organisationsstruktur mit klar definierten Verantwortlichkeiten. Der General Counsel & Chief Compliance Officer berichtet direkt an den Vorsitzenden des Vorstands. Er wird vom Corporate Compliance Office, von unserem interdisziplinär zusammengesetzten Compliance & Risk Committee sowie von weltweit 50 lokalen Compliance-Beauftragten unterstützt. Auch unser Konzerndatenschutzbeauftragter ist organisatorisch der Compliance-Funktion zugeordnet. Gemeinsam koordinieren sie den Informationsfluss und unterstützen unsere Mitarbeiter bei der lokalen Umsetzung unserer Anforderungen, zum Beispiel durch speziell angepasste Trainings. Über Verstöße und daraufhin ergriffene Maßnahmen berichtet der General Counsel & Chief Compliance Officer regelmäßig dem Vorstand sowie dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats. Für unsere Mitarbeiter besteht zusätzlich zu den internen Berichts- und Beschwerdewegen die Möglichkeit, Hinweise auf Verstöße gegen unseren Code of Conduct, interne Standards oder relevante Gesetze auch anonym über eine Compliance-Hotline mitzuteilen. Dieser Dienst wird von einem unabhängigen externen Anbieter betrieben und ist weltweit verfügbar, sodass sowohl eine offene als auch eine anonyme Berichterstattung möglich sind. Neben Mitarbeitern können auch Dritte die Hotline oder alternative Meldewege nutzen.

Fokus auf Kommunikation und Schulungen

Aufgrund unserer weltweiten Geschäftstätigkeit sind unsere Mitarbeiter in unterschiedlichen Rechts- und Wertesystemen tätig. Viele unserer Mitarbeiter arbeiten in Ländern, denen in Untersuchungen – beispielsweise von Transparency International – ein höheres Korruptionsrisiko zugeschrieben wird. Auch an diesen Standorten gilt für unsere Mitarbeiter ausnahmslos: Henkel lehnt jeden Verstoß gegen Gesetze und Standards sowie jegliche unlauteren Geschäftspraktiken ab. Um unseren Mitarbeitern klare Verhaltensregeln zu vermitteln und insbesondere Interessenkonflikte im Arbeitsalltag von vornherein zu vermeiden, setzen wir auf regelmäßige Schulungs- und Kommunikationsmaßnahmen. Eine besondere Rolle beim Thema Compliance kommt unseren Führungskräften zu. Aufgrund ihrer Stellung sind sie besonders verpflichtet, Vorbild für ihre Mitarbeiter zu sein. Vor diesem Hintergrund sind insbesondere alle unsere Management-Mitarbeiter weltweit zur Teilnahme an unseren E-Learnings und Präsenzs Schulungen verpflichtet, die vielfältige Compliance-Themen wie Datenschutz, Wettbewerbsrecht oder Anti-Korruption adressieren. Im Jahr 2020 haben insgesamt 23.940 Personen an diesen Schulungen teilgenommen.

Keine Toleranz bei regelwidrigem Verhalten

Regelwidriges Verhalten ist niemals im Interesse von Henkel. Diesem Grundsatz sind Vorstand und Führungskräfte bei Henkel ausnahmslos verpflichtet. Regelwidriges Verhalten untergräbt den fairen Wettbewerb und schadet unserer Vertrauenswürdigkeit und Reputation. Unsere Mitarbeiter legen großen Wert auf ein korrektes und ethisch einwandfreies Geschäftsumfeld. Auf Verstöße gegen Gesetze,



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

Codes und Standards reagieren wir konsequent, auch durch arbeitsrechtliche Schritte. Im Jahr 2020 umfassten diese acht Abmahnungen und 24 Trennungen von Mitarbeitern aufgrund von Compliance-relevanten Verstößen.

Datenschutz- und Compliance-Managementsysteme

Die Compliance-Kultur von Henkel ist durch eine ständige **Überprüfung und Verbesserung der Compliance-Prozesse** geprägt. Vor diesem Hintergrund wurde unser Datenschutz-Managementsystem 2019 durch externe Wirtschaftsprüfer nach dem Prüfungsstandard IDW PS 980 überprüft und bestätigt – bezogen auf die Angemessenheit, Implementierung und Wirksamkeit der Datenschutz-Prozesse. Ähnliche externe Prüfungen ließ Henkel zuvor wiederholt für die Bereiche Wettbewerbsrecht und Anti-Korruption durchführen.

Ergebnisse unserer Audits

Die Leitung Corporate Audit berichtet direkt an den Vorsitzenden des Vorstands. Durch regelmäßige Audits, die aus unserer risikobasierten Auditplanung hervorgehen, prüft der Bereich Corporate Audit die Einhaltung unserer Codes und Standards an unseren Produktions- und Verwaltungsstandorten sowie auch bei Lohnherstellern und in Logistikzentren. Die Audits sind ein wichtiges Instrument, um Risiken und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.

2020 hat Corporate Audit weltweit 62 Audits durchgeführt. Im Rahmen der Audits wurden insgesamt 808 Korrekturmaßnahmen vereinbart. Die Schwerpunkte lagen 2020 auf folgenden Bereichen: Prüfungen in kleineren Ländern, Prüfungen der Gewährung von Rabatten im Verkauf, Prüfung der IT-Sicherheit, HR-Prüfungen in Europa sowie unserer globalen Supply-Chain-Organisation. Die Einhaltung der SHE-Standards haben wir an 16 Standorten überprüft und daraufhin 62 Optimierungsmaßnahmen eingeleitet. Die Einhaltung unserer Social Standards haben wir mithilfe von vier Bewertungen untersucht.

Bedingt durch die COVID-19-Pandemie wurde ein Großteil der Prüfungen 2020 mittels eines „Remote Audit“-Ansatzes durchgeführt. Voraussetzungen hierfür sind neben einer leistungsfähigen Infrastruktur vor allem die Digitalisierung von Prozessen und Dokumenten. Als Ganzes werden die Erfahrungen mit dem „Remote Audit“-Ansatz positiv beurteilt, wenngleich die Effektivität und Effizienz des Ansatzes in bestimmten Prüfungsfeldern sowie bei Prüfungen über unterschiedliche Zeitzonen eingeschränkt sind.

Alle Auditergebnisse werden im Rahmen des jährlichen Revisionsberichts direkt dem Vorstand von Henkel sowie dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats mitgeteilt. Neben den regulären Audits hat Corporate Audit auch eine Bewertung interner Kontrollsysteme durchgeführt. Zudem hat Corporate Audit 2020 weltweit 2.633 Mitarbeiter in Seminaren sowie während der Audits zu den Themen Compliance, Risikomanagement und interne Kontrollen geschult.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management**
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Organisation für nachhaltiges Wirtschaften

Das Nachhaltigkeitsmanagement ist vertikal, horizontal und funktionsübergreifend in unsere Organisationsstruktur integriert, um nachhaltiges Wirtschaften effektiv umzusetzen. Der Henkel-Vorstand trägt die Gesamtverantwortung für unsere Nachhaltigkeitsstrategie und für die Compliance-Organisation, um die Einhaltung der Gesetze und der internen Richtlinien sicherzustellen.

Sustainability Council

Unter dem Vorsitz von Personalvorständin Sylvie Nicol steuert der Sustainability Council als zentrales Entscheidungsgremium, besetzt mit Mitgliedern aus allen Geschäftseinheiten und Funktionen des

Unternehmens, unsere globalen Nachhaltigkeitsaktivitäten. Der Sustainability Council tagt in der Regel sechsmal im Jahr. Darüber hinaus stimmen sich die Mitglieder nach Bedarf im Jahresverlauf ab. Das Gremium übt im Auftrag der Geschäftsführung Koordinations-, Initiativ- und Kontrollfunktionen in Nachhaltigkeitsfragen aus. Diese umfassen strategische sowie operativ relevante Themen wie Klimawandel und dessen Auswirkungen, Menschenrechte, nachhaltige Produkte und Technologien, Verpackungen, Produktsicherheit und Managementsysteme.

Organisation für nachhaltiges Wirtschaften





 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

Der Sustainability Council richtet Projektgruppen zur Bearbeitung von Nachhaltigkeitsthemen ein und kontrolliert die Ergebnisse. Weiterhin werden übergreifende Projekte behandelt und die Erreichung der Nachhaltigkeitsziele wird regelmäßig verfolgt, zum Beispiel die Fortschritte unserer klimabezogenen Unternehmensziele und -initiativen.

Corporate Governance

Führungsgesellschaft von Henkel ist die Henkel AG & Co. KGaA mit Sitz in Düsseldorf. Eine verantwortungsbewusste und auf langfristige Wertsteigerung ausgerichtete Unternehmensführung und -kontrolle sind seit jeher Teil unserer Identität. Unter Berücksichtigung der rechtsform- und satzungsspezifischen Besonderheiten entspricht die Henkel AG & Co. KGaA bis auf wenige Ausnahmen, die im [Henkel-Geschäftsbericht 2020](#) (Seiten 38 und 39) erläutert werden, den Empfehlungen (Soll-Vorschriften) des Deutschen Corporate Governance Kodex. Den genauen Wortlaut der [Entsprechenserklärung](#) finden Sie auf unserer Webseite.

Im Vergütungsbericht des Henkel-Geschäftsberichts 2020 (Seiten 77 bis 92) sind die Grundzüge der Vergütungssysteme für Vorstand, Aufsichtsrat und Gesellschafterausschuss der Henkel AG & Co. KGaA erläutert und die individuellen Vergütungen ausgewiesen. Mehr zum Thema Corporate Governance finden Sie im Geschäftsbericht auf den Seiten 31 bis 92.

Unternehmensbereiche

Im Verantwortungsbereich der Unternehmensbereiche – Adhesive Technologies, Beauty Care und Laundry & Home Care – liegen die operative Ausgestaltung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und die Bereitstellung der zur Umsetzung notwendigen Ressourcen. Sie richten ihre Marken und Technologien sowie die ihnen zugeordneten Standorte auf die für ihr Produktportfolio spezifischen Herausfor-

derungen und Prioritäten für eine nachhaltige Entwicklung aus. Außerdem arbeiten die Forschungs- und Entwicklungsabteilungen unserer drei Unternehmensbereiche an Schlüsseltechnologien und liefern durch ihre Arbeit die Basis für nachhaltige Produkte von morgen.

Regionale und nationale Gesellschaften

Die Verantwortlichen der regionalen und nationalen Gesellschaften steuern in ihrer jeweiligen Region die Umsetzung der Konzernvorgaben sowie die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen. Unterstützt von den Konzernfunktionen und den operativen Unternehmensbereichen entwickeln sie eine an die Standorte und die lokalen Verhältnisse angepasste Umsetzungsstrategie.

Konzernfunktionen

Die Konzernfunktionen unterstützen bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie in den jeweiligen Bereichen – beispielsweise bei der Entwicklung von Instrumenten für das Lieferantenmanagement oder beim Messen von Treibhausgasemissionen. Zentrale Nachhaltigkeitsfragen für Henkel koordiniert eine Fachabteilung, die direkt an den Vorstand berichtet und als unternehmensweite Schnittstelle für Nachhaltigkeit dient.

Managementkonferenzen und Arbeitsgruppen

Neben der zentralen Rolle des Sustainability Council und dem Zusammenspiel der verschiedenen Bereiche und Funktionen bilden internationale Managementkonferenzen und der Austausch in Fachgremien eine wichtige Grundlage für die kontinuierliche Weiterentwicklung der Henkel-Nachhaltigkeitspolitik. Bei diesen geht es um neue wissenschaftliche Erkenntnisse, Praxiserfahrungen, Änderungen von

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management**
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Gesetzen und Verordnungen sowie weitere aktuelle Themen. Das Ziel ist es, neue Projekte innerhalb von Henkel zu initiieren, Ansätze weiterzuentwickeln sowie den Erfahrungsaustausch zu fördern.

Bewertung und Steuerung unternehmerischer Nachhaltigkeit

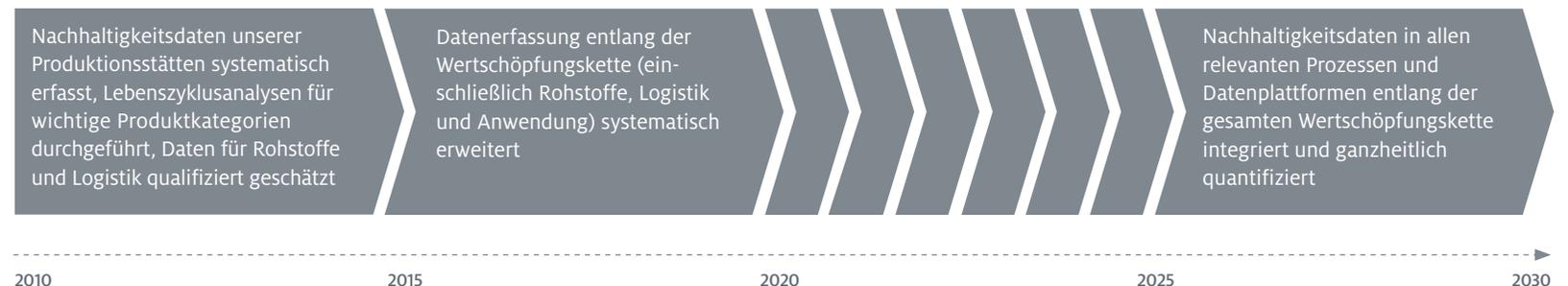
Um unsere Fortschritte hin zum übergeordneten **→ 20-Jahres-Ziel für 2030** integriert über das gesamte Unternehmen und unsere Wertschöpfungskette hinweg bewerten zu können und um die Dimensionen „Wert“ und „Fußabdruck“ zu optimieren, nutzen wir verschiedene Methoden und Instrumente. Diese entwickeln wir kontinuierlich weiter. Dazu gehören Trend- und Marktanalysen sowie die Auswertung von Ratings und Lebenszyklusanalysen. Indem wir den Einfluss unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen ganzheitlich betrachten, schaffen wir eine wichtige Grundlage für Geschäftsentscheidungen und die Kommunikation mit Stakeholdern. Wir

arbeiten an einer Nachhaltigkeitsrechnungslegung und -berichterstattung, die volle Transparenz entlang der Wertschöpfungskette bietet, von den Rohstoffen bis zur Entsorgung. Dies wird die ganzheitliche Steuerung unserer Leistung sowie eine umfassende Kommunikation mit unseren Kunden, Verbrauchern, Investoren und anderen Stakeholdern ermöglichen.

Fortschritte messen und bewerten

Unseren Fußabdruck über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg bewerten wir mithilfe repräsentativer Lebenszyklusbetrachtungen in allen Produktkategorien sowie anhand von Daten zu den von uns eingesetzten Rohstoffen, Verpackungsmaterialien und den beauftragten Transporten. Wir haben mehr als 95 Prozent des Jahresumsatzes durch Lebenszyklusbetrachtungen abgedeckt: mehr als 65 Prozent durch repräsentative Lebenszyklusanalysen und mehr als 30 Prozent durch vereinfachte Lebenszyklusbetrachtungen. Damit gewährleisten wir ein validiertes „Greenhouse Gas Reporting“ (GHG) entlang der Wertschöpfungskette. Des Weiteren haben wir unser Softwaretool

Analyse unseres Einflusses entlang der Wertschöpfungskette: von der Messung der eigenen Produktion bis zur ganzheitlichen Quantifizierung



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management**
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Die wichtigsten Themen und Verbesserungsmöglichkeiten entlang der Wertschöpfungskette

	Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel / industrielle Verarbeitung	Anwendung	Entsorgung
	Leistung	← Voraussetzung →					
	Gesundheit und Sicherheit	Arbeitssicherheit	Gesundheit (einschließlich Arbeitssicherheit)	Sicherheitsstandards	Sichere Anwendung und Transparenz über die eingesetzten Stoffe und deren Sicherheit		
	Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt	Sozialstandards Unterstützung von Kleinbauern	Vielfalt und Einbeziehung Entwicklung der Mitarbeiter	Sozialstandards	Schulung und Qualifizierung	Gesellschaftliches Engagement: soziale Initiativen und Bildung	
	Materialien und Abfall	Menge und Auswahl unserer Rohstoffe (z. B. „konfliktfrei“)	Abfallmengen und Entsorgung; „keine Deponierung“		Verpackungsabfall und Recycling		
	Energie und Klima	CO ₂ -Fußabdruck der eingesetzten Rohstoffe	CO ₂ -Fußabdruck und Energieverbrauch	CO ₂ -Fußabdruck	CO ₂ -Fußabdruck unserer Kunden und Verbraucher		CO ₂ -Fußabdruck der Entsorgung
	Wasser und Abwasser	Einfluss und Potenzial noch nicht hinreichend geklärt	Wasserverbrauch* und Abwasserfrachten		Wasserverbrauch* und Abwasserfrachten	Einfluss und Potenzial noch nicht hinreichend geklärt	Biologische Abbaubarkeit von Inhaltsstoffen
	Fußabdruck	nur für einzelne Produktgruppen, Märkte oder Regionen relevant				* Warmwasser über CO ₂ -Fußabdruck abgedeckt.	

„EasyLCA“ für die schnelle Berechnung des CO₂-Fußabdrucks für Produktformulierungen weiterentwickelt. Mit EasyLCA wird der Fußabdruck von Formulierungen schon während des Produktentwicklungsprozesses ohne großen Zeitaufwand transparent für Entscheidungsprozesse verfügbar gemacht.

Im Mittelpunkt unserer Nachhaltigkeitsstrategie steht das Ziel, unseren Ressourcenverbrauch zu reduzieren und zugleich mehr Wert zu schaffen. Ein wichtiges Bewertungsinstrument zur

Visualisierung von Verbesserungen und zur Optimierung unseres Beitrags in den Dimensionen „Wert“ und „Fußabdruck“ ist zudem unser → „Henkel-Sustainability#Master®“. Anhand einer Matrix-Darstellung können die Änderungen in beiden Dimensionen und entlang der Wertschöpfungskette bewertet werden. Sie ermöglicht eine systematische Messung und Bewertung auf Unternehmens- wie auf Produktebene. Der Henkel-Sustainability#Master® ist in unseren Innovationsprozess integriert, sodass jedes neue Produkt systematisch analysiert, gemessen und bewertet wird.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Zielerreichung steuern

Die Ergebnisse des Henkel-Sustainability#Master® nutzen wir, um Innovationen mit einer verbesserten Nachhaltigkeitsbilanz zu entwickeln. Denn nur die Betrachtung des Gesamtsystems stellt sicher, dass die getroffenen Maßnahmen zu einem insgesamt verbesserten Nachhaltigkeitsprofil unserer Produkte führen. Entsprechend unserem Anspruch, dass jedes neue Produkt mindestens in einem Fokusfeld einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leistet, bewerten wir unsere Produkte systematisch in unserem Innovationsprozess. Um die Optimierung unserer Produkte während ihrer Entwicklung zu erleichtern, integrieren wir die ökologischen Profile möglicher Rohstoffe und Verpackungsmaterialien in die Informationssysteme unserer Produkt- und Verpackungsentwicklung. So kann bereits in der Entwicklungsphase der Fußabdruck einer neuen Rezeptur berechnet werden.

Neben dem Beitrag der Produkte zur Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele überprüfen wir kontinuierlich unsere Managementprozesse und optimieren diese bei Bedarf. Dazu zählen Maßnahmen in den Bereichen Umweltschutz und Arbeitssicherheit, technische Entwicklungen sowie Prozessoptimierung zur Senkung von Ressourcenverbrauch und Kosten. Diese Maßnahmen werden von unseren drei Unternehmensbereichen, den regionalen und nationalen Gesellschaften sowie unseren Konzernfunktionen begleitet und umgesetzt. Zusammengefasst tragen sie zur Erreichung unserer Nachhaltigkeitsziele bei. Die Steuerung unseres übergeordneten 20-Jahres-Ziels bis 2030 sowie der spezifischen Ziele und deren jeweiliger Zielerreichung erfolgt durch den unternehmensweit besetzten Sustainability Council.

Berichterstattung und Kommunikation

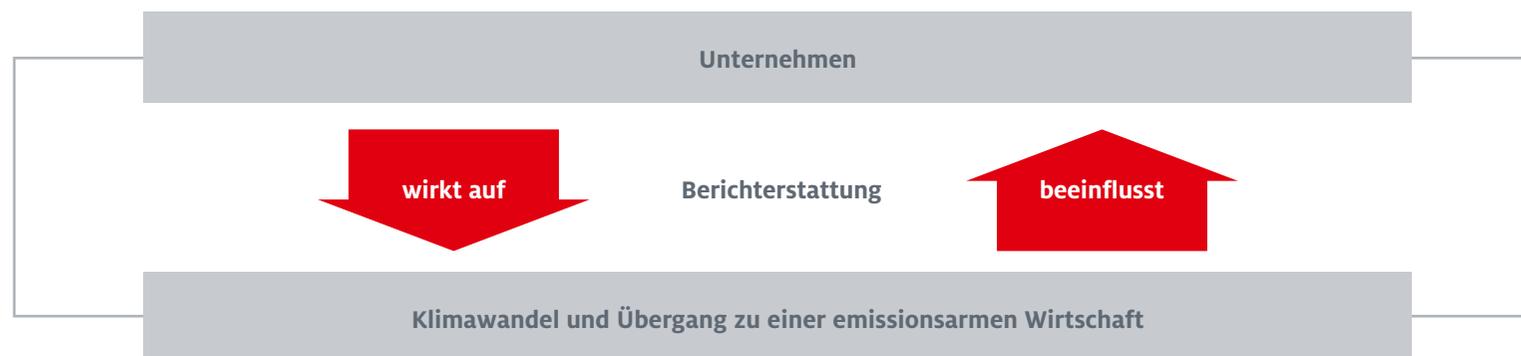
1992 veröffentlichte Henkel erstmals einen Umweltbericht über die Leistungen und Fortschritte im Bereich des Umweltschutzes bei unseren Produkten und an unseren Produktionsstandorten. Daraus entwickelten wir eine jährliche Berichterstattung über die wesentlichen Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens. So haben wir für das Jahr 2020 Daten von 179 Standorten erfasst; dies entspricht fast 100 Prozent unserer weltweiten Produktionsmenge. Neben dem jährlich parallel zum Geschäftsbericht erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht nutzen wir unterschiedliche Kommunikations- und Dialogformate zur Information unserer Stakeholder sowie zum Austausch mit diesen. Der Dialog erfolgt sowohl im persönlichen Kontakt als auch über unsere Online- und Printmedien.

Wie wir uns für den Klimaschutz einsetzen

Der Klimawandel ist eine der globalen Herausforderungen unserer Zeit. Wir berücksichtigen ihn und seine Auswirkungen im Rahmen unseres Nachhaltigkeits- und Risikomanagements und entlang unserer kompletten Wertschöpfungskette. Für uns ist dies aus zwei Blickrichtungen relevant:

Zum einen der potenzielle Einfluss unserer Geschäftsaktivitäten auf die globale Treibhausgasbilanz und zum anderen der des Klimawandels auf unsere Geschäftstätigkeit. Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie betrachten wir unsere direkten und indirekten

Verbindung von Geschäftsaktivität und klimarelevanter Einfluss



CO₂-Emissionen und deren potenziellen Einfluss auf das Klima. Wir fokussieren uns dabei zunächst auf unsere eigenen Standorte. So ist es unser Ziel, den CO₂-Fußabdruck unserer Produktionsstandorte bis 2025 um 65 Prozent und bis 2030 um 75 Prozent zu reduzieren. Das wollen wir durch die kontinuierliche Verbesserung unserer Energieeffizienz und den ausschließlichen Einsatz von Strom aus erneuerbaren Quellen erreichen. Bis zum Jahr 2040 wollen wir **→ klimapositiv werden**, indem wir auch die verbleibenden Brennstoffe an unseren Standorten durch CO₂-freie Alternativen ersetzen. Entsprechend unserer Vision werden die Standorte klimapositiv, wenn sie über den Eigenbedarf hinaus auch Dritte mit CO₂-freien Energien versorgen. Zusätzlich zu unseren Aktivitäten an unseren eigenen Standorten wollen wir die Hebel in unserer Wertschöpfungskette beeinflussen, die von besonders hoher Relevanz für die CO₂-Emissionen sind. Diese Daten ermitteln wir mit den anerkannten Methoden des Greenhouse Gas (GHG) Protocols. Die Analyse zeigt, dass die Anwendung unserer Produkte den größten Beitrag zum CO₂-Fußabdruck liefert.

Dementsprechend ist es unser Ziel, unseren Kunden und Verbrauchern dabei zu helfen, CO₂ einzusparen. Darüber hinaus wollen wir den Fußabdruck der von uns eingesetzten Rohstoffe und Verpackungen um 30 Prozent bis zum Jahr 2030 senken. Einen Baustein dazu liefert unsere weiterentwickelte Verpackungsstrategie, indem CO₂-Emissionen zum Beispiel durch Verwendung von Rezyklat reduziert werden können.

Das Ziel, bis 2030 den CO₂-Fußabdruck unserer Standorte um 75 Prozent zu reduzieren, steht im Einklang mit dem Ziel des Pariser Klimaabkommens, den globalen Temperaturanstieg auf deutlich unter 2 Grad Celsius gegenüber dem Niveau des vorindustriellen Zeitalters zu halten und nach Möglichkeit auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen. Wir haben uns verpflichtet, zur Erreichung dieses Ziels beizutragen, und haben dazu wissenschaftsbasierte Ziele zur Emissionsreduzierung definiert. Die „Science Based Targets initiative“ (SBTi) hat uns im März 2020 bestätigt, dass diese die Anforderungen zur Erreichung der Ziele des Pariser Klimaabkommens erfüllen.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Bezogen auf den potenziellen Einfluss des Klimawandels auf die Geschäftstätigkeit betrachten wir die gesamte Wertschöpfungskette, einschließlich der Beschaffung sowie der Vermarktung unserer Produkte. Dabei können wir uns zum einen auf die Erkenntnisse aus unserem etablierten und umfassenden Prozess zur Risiko- und Chancen-Bewertung stützen, der bereits mittel- bis kurzfristige Klimarisiken, zum Beispiel im Hinblick auf die Rohstoffbeschaffung, berücksichtigt. Darüber hinaus identifizieren wir längerfristige, relevante Einflüsse vor dem Hintergrund zweier wesentlicher Risikokategorien: sogenannte Transitionsrisiken und -chancen, die mit dem Übergang zu einer emissionsarmen Wirtschaft und Gesellschaft einhergehen, und physikalische Risiken, zum Beispiel die zukünftig erhöhte Wahrscheinlichkeit von Extremwetterereignissen. Ebenso wichtig sind die Themen Governance, Strategie und Management von Klimarisiken. Mittelfristige potenzielle Auswirkungen des Klimawandels untersuchen wir mithilfe einer qualitativen Szenarioanalyse. Dabei nutzen wir unter anderem Daten aus Transitions-szenarien der Internationalen Energieagentur und aus Klimaszenarien des Weltklimarats. Im Einklang mit dem zeitlichen Horizont unserer aktuellen Nachhaltigkeitsstrategie konzentrieren wir uns zunächst im Wesentlichen auf den Zeitraum bis zum Jahr 2030.

Achtung der Menschenrechte

Wie Unternehmen ihre Verantwortung für die Achtung der Menschenrechte wahrnehmen und die entsprechende Sorgfalt wahren, steht zunehmend im Fokus der gesellschaftlichen und politischen Diskussion.

Unser Verständnis zur Achtung der Menschenrechte

Der Anspruch von Henkel, alle Geschäfte in ethisch und rechtlich einwandfreier Weise zu tätigen, ist untrennbar mit unserer Verpflichtung verbunden, international anerkannte Menschenrechte zu achten. Bereits 1994 haben wir gesellschaftliche Wertvorstellungen in unserer Publikation „Leitbild und Grundsätze“ beschrieben und somit als Bestandteil in unserer Unternehmenspolitik verankert. Seitdem haben wir umfassende Codes, Standards und Prozesse entwickelt und eingeführt, um unseren Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten, Investoren und dem gesellschaftlichen Umfeld, in dem wir tätig sind, eine klare Vorstellung von den ethischen und sozialen Werten, für die wir uns einsetzen, zu vermitteln. Dazu gehören auch Erwartungen in Bezug auf die Menschenrechte.

Im Jahr 2000 führten wir unseren Code of Conduct mit einem klaren und aktiven Bekenntnis zur Unterstützung der Menschenrechte ein: Wir erwarten von unseren Mitarbeitern, dass sie lokale Sitten, Traditionen und gesellschaftliche Werte achten, und das Menschenrecht auf ein freies und erfülltes Leben respektieren. Unsere Verpflichtung zur Unterstützung und Achtung der Menschenrechte haben wir im Jahr 2003 mit dem Beitritt zum Global Compact der



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Vereinten Nationen unterstrichen. Auf dieses Bekenntnis nehmen wir heute in unserem Code of Conduct als ein grundlegendes Element Bezug und detaillieren es in unserem Code of Corporate Sustainability sowie unseren SHE-Standards und Social Standards.

Neben Prüf- und Compliance-Prozessen, die die Einhaltung unserer Codes und Standards gewährleisten, nehmen wir unsere Verantwortung für die Achtung der Menschenrechte entlang der Wertschöpfungskette auch durch unser Lieferantenmanagement wahr. Dieser Ansatz unterstützt unsere Verpflichtung im Rahmen der Forced Labor Resolution des Consumer Goods Forums (CGF). Unsere Mitgliedschaft bei → „Together for Sustainability – Chemical Supply Chains for a Better World“ (Tfs) ist ein starkes Praxisbeispiel für diesen Ansatz.

Die aktuellen Entwicklungen im Zusammenhang mit den Menschenrechten, wie die Nationalen Aktionspläne für Wirtschaft und Menschenrechte oder der UK Modern Slavery Act (britisches Gesetz zur Bekämpfung der modernen Sklaverei), verfolgen wir sehr aufmerksam und entwickeln unseren Ansatz entsprechend den daraus resultierenden Erwartungen weiter. Dazu gehört, dass im Jahr 2019 unternehmensintern ein funktionsübergreifender Workshop zu Menschenrechten stattfand und wir auch unternehmensextern mit Stakeholdern im Dialog und an Brancheninitiativen beteiligt sind. Im Jahr 2020 haben wir diese Aktivitäten fortgesetzt. Ein externer Beitrag war die Beteiligung an einem → Webinar im Rahmen der Nachhaltigkeitsinitiative der deutschen chemisch-pharmazeutischen Industrie „Chemie3“ zu aktuellen Entwicklungen rund um Menschenrechte in der Lieferkette und Managementansätze für Unternehmen. Unternehmensextern fördern wir das Bewusstsein für unsere Verpflichtung zur

Achtung der Menschenrechte durch die Integration entsprechender Inhalte in E-Learnings und Präsenztrainings.

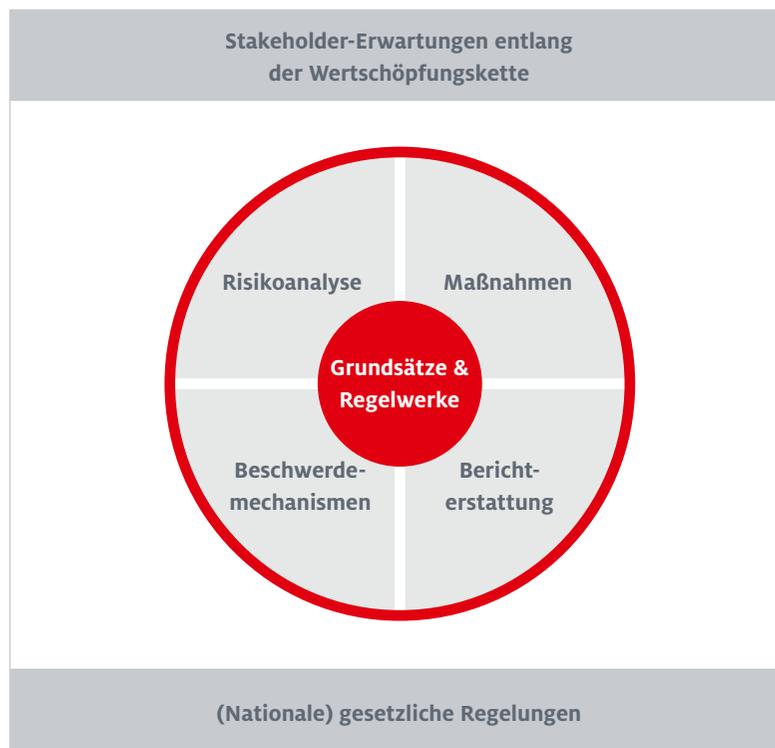
Unser Ansatz zur Achtung der Menschenrechte

Neben gesetzlichen Regelungen beschreiben unsere Codes und Standards für uns die Handlungsbasis für Entscheidungen und Maßnahmen in unserem weltweiten Einflussbereich. Dabei respektieren wir die geltende Gesetzgebung der jeweiligen Länder und gehen darüber hinaus. Unsere Codes und Standards unterstreichen außerdem, dass wir die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit, den Global Compact der Vereinten Nationen sowie die Erwartungen der Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte unterstützen.

Die Leitprinzipien wurden 2011 verabschiedet und tragen mit ihrem Rahmen „Schutz, Achtung, Abhilfe“ zur Klarheit hinsichtlich der unterschiedlichen Rollen, die Staaten und Unternehmen in Bezug auf die Menschenrechte spielen, bei. Staaten sind in ihrem Hoheitsgebiet für den Schutz vor Menschenrechtsverletzungen und die Gewährleistung des Zugangs zum gesamten Spektrum der Menschenrechte verantwortlich. Von Unternehmen wird erwartet, dass sie die Menschenrechte achten, die jeweiligen nationalen Gesetze einhalten sowie Meldemöglichkeiten einrichten und Abhilfe schaffen, falls es zu Menschenrechtsverstößen kommen sollte. Diese Leitprinzipien beinhalten wichtige Elemente wie Grundsätze und Regelwerke, Risikoanalyse, wirksame Maßnahmen, Berichterstattung und Beschwerde-mechanismen, die wir in unseren Ansatz zur Achtung der Menschenrechte aufgenommen haben.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management**
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Unser Ansatz zu menschenrechtlicher Sorgfalt



Grundsätze und Regelwerke

Unsere Codes und Standards decken ein breites Themenspektrum ab, so zum Beispiel Arbeitszeiten, Arbeitsschutz und -sicherheit, Datenschutz, Diskriminierungsverbot, faire Vergütung, Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen sowie „null Toleranz“ bei Kinder- und Zwangsarbeit. Wir haben die Codes und Standards gemäß den für unsere spezifische Geschäftstätigkeit relevanten Erwartungen formuliert. Die Dokumente werden von uns regelmäßig überarbeitet, um sicherzustellen, dass wir unser Geschäft in einer Weise ausüben, die unsere Verpflichtung zur Unterstützung und Achtung der international proklamierten Menschenrechte widerspiegelt. Zu unseren wichtigsten [Erklärungen](#) gehören: Code of Conduct; Code of Corporate Sustainability; Social Standards; Safety, Health, and Environment (SHE) Standards und die Responsible Sourcing Policy. Eine Übersicht zu Menschenrechten im Rahmen des verantwortlichen Wirtschaftens bei Henkel steht auf unserer [Webseite](#) zur Verfügung.

Risikoanalyse

Wir identifizieren und beurteilen die Auswirkungen auf Menschenrechte und die Gesellschaft sorgfältig in fest verankerten Prüf- und Compliance-Prozessen und stellen sicher, dass – sofern notwendig – Zugang zu Abhilfemaßnahmen eingerichtet und zugänglich ist. Zu diesen Prozessen zählen unser konzernweites Audit-Programm, das die Governance, Prozesse und Kontrollen unabhängig und objektiv bewertet und verbessert, sowie Auditierungen im Rahmen unseres Lieferantenmanagements.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Im Rahmen der Risikoanalyse identifizieren wir relevante menschenrechtliche Risiken durch Einzelfallbeurteilung entsprechend den folgenden vier Kriterien:

- potenziell erhebliche negative Auswirkung auf Menschen,
- systemisch bedingter mangelnder Schutz durch die Regierung,
- Bedingungen, die potenziell die wiederholte beziehungsweise systemische Nichteinhaltung fördern, sowie
- Einflussnahme beziehungsweise potenzielle Einflussnahme durch Henkel (positiv oder negativ).

Ein relevantes menschenrechtliches Risiko ist dann für uns gegeben, wenn alle vier Kriterien erfüllt sind. Dies ermöglicht eine klare Unterscheidung zwischen einem Einzelfall der Nichteinhaltung aufgrund eines einzelnen Vorfalls und einem relevanten Menschenrechtsrisiko. Dabei analysieren wir menschenrechtsrelevante Risiken in unserem Unternehmen und entlang unserer Wertschöpfungsketten. Für unsere globalen Lieferketten nutzen wir beispielsweise ein Frühwarnsystem für Nachhaltigkeitsrisiken. Dazu gehören die Definition des Risikopotenzials unserer Beschaffungsmärkte und die branchenübergreifende Bewertung von Wertschöpfungsketten. Dabei fokussieren wir uns auf Länder, die von internationalen Fachinstituten als Risikoländer eingestuft werden. Davon ausgehend definieren wir die risikoreichsten Märkte, indem wir diese Analyse der Risikoländer mit Themen von besonderer aktueller Bedeutung für unsere Lieferketten kombinieren, und leiten entsprechende Maßnahmen ein.

Wirksame Maßnahmen

Basierend auf unserer Risikoanalyse haben wir derzeit zwei relevante menschenrechtliche Risiken in unserer Lieferkette identifiziert: Rohstoffe auf der Basis von Palm- und Palmkernöl sowie Rohstoffe aus Regionen, die mit militärischen Konflikten in Verbindung gebracht werden. Diese zwei Bereiche werden von uns hinsichtlich ihrer potenziellen Auswirkungen auf die Menschenrechte genau verfolgt.

Um Risiken in der Palmölwirtschaft zu mindern, haben wir uns zur Beschaffung unserer palmölbasierten Rohstoffe nach den Prinzipien und Kriterien des Runden Tisches zu nachhaltigem Palmöl (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO) verpflichtet. Darüber hinaus arbeiten wir eng mit Stakeholdern entlang der Wertschöpfungskette zusammen, von unseren Lieferanten bis hin zum RSPO, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Kleinbauern, um nachhaltige Praktiken und die Achtung der Menschenrechte zu fördern.

Um das Risiko bei Rohstoffen aus Regionen zu verringern, die mit militärischen Konflikten in Verbindung gebracht werden, haben wir unsere direkten Lieferanten für Metalle in den letzten Jahren immer wieder überprüft und sie aufgefordert, mit entsprechender Dokumentation nachzuweisen, dass sie keine Metalle aus kritischen Regionen beziehen oder verarbeiten.



[Vorwort](#)

[Henkel auf einen Blick](#)

[Nachhaltigkeitsstrategie](#)

Management

[Einkauf und Lieferanten](#)

[Produktion](#)

[Logistik und Transport](#)

[Produktverantwortung](#)

[Verpackungen](#)

[Adhesive Technologies](#)

[Beauty Care](#)

[Laundry & Home Care](#)

[Mitarbeiter](#)

[Gesellschaftliches Engagement](#)

[Stakeholder-Dialog](#)

[Externe Bewertungen](#)

[Kennzahlen](#)

[Referenz- und Berichtsrahmen](#)

Grundsätzlich pflegen wir bei Henkel einen intensiven Austausch mit unseren Lieferanten, um nachhaltige Praktiken und die Achtung der Menschenrechte entlang der Wertschöpfungskette zu fördern. So arbeiten wir beispielsweise im Rahmen der Tfs-Initiative auch mit Partnern aus der gesamten chemischen Industrie zusammen. Auf unserer [Webseite](#) stehen dazu umfassendere Informationen zur Verfügung.

Berichterstattung

Die Einhaltung unserer Codes und Standards prüfen wir durch regelmäßige Audits an unseren Produktions- und Verwaltungsstandorten sowie auch bei Lohnherstellern und in Logistikzentren. Dies schließt auch entsprechende Menschenrechtsthemen ein. Alle Auditergebnisse, inklusive der Überprüfung unserer SHE- und Social Standards, werden im jährlichen Bericht des Internal Audit Teams direkt dem Vorstand von Henkel mitgeteilt. Entsprechend den Kriterien unsere Risikoanalyse hat unser umfassendes konzernweites Audit-Programm im Jahr 2020 keine Anhaltspunkte für Menschenrechtsverletzungen im Rahmen der Henkel-Geschäftstätigkeit ergeben. Die identifizierten Risiken bezogen auf Rohstoffe greifen wir im Rahmen unseres Lieferkettenmanagements auf.

Beschwerdemechanismen

Henkel-Mitarbeiter sowie Arbeiter bei Zulieferern oder andere Betroffene können Verletzungen unserer Codes und Standards direkt der zuständigen Kontaktperson innerhalb unseres Unternehmens melden. Unsere Compliance-Hotline wird von einem unabhängigen externen Anbieter betrieben und ist weltweit verfügbar. Darüber hinaus kann anonym über ein Kontaktformular eine E-Mail an das Compliance-Büro von Henkel gesendet werden.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Einkauf und Lieferanten

- Ganzheitliches Wachstum durch verantwortungsvolle Beschaffung
- Was wir von Vertragspartnern erwarten
- Auszeichnung unserer Lieferanten
- Kooperation mit strategischen Partnern
- Unser Prozess für eine nachhaltige Beschaffung
- Unser Umgang mit Rohstoffen
- Gemeinsam für eine nachhaltige Lieferkette



Einkauf und Lieferanten

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Ganzheitliches Wachstum durch verantwortungsvolle Beschaffung

Mit unserem führenden Konzept der verantwortungsvollen Beschaffung wollen wir ganzheitliches Wachstum ermöglichen, indem wir die Nachhaltigkeit in unserer gesamten Lieferkette zum Wohl der Menschen und unseres Planeten vorantreiben. Aus diesem Grund pflegen wir einen intensiven Dialog und eine enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, um nachhaltige Praktiken und die Achtung der Menschenrechte zu fördern. Wir haben einen strategischen Rahmen definiert, der auf unserem soliden Risikomanagement- und Compliance-Ansatz aufbaut. Unser Ziel, klimapositiv zu werden, unsere Verpflichtung zur Förderung einer Kreislaufwirtschaft und unser Engagement zur Unterstützung des sozialen Fortschritts sind drei Schwerpunktbereiche unserer „Responsible Sourcing“-Agenda. Diese werden durch vier strategische Faktoren – Zusammenarbeit, Transformation, Innovation und Befähigung – ergänzt, die unseren Fortschritt in Richtung „100 Prozent Responsible Sourcing“ leiten werden.

Was wir von Vertragspartnern erwarten

Unsere Lieferantenbasis ist eine unserer wichtigsten Ressourcen und hat maßgeblichen Einfluss auf unseren ökologischen Fußabdruck. Damit ist sie auch ein entscheidender Faktor für die Verwirklichung unserer ehrgeizigen Vision, bis 2040 ein klimapositives Unternehmen zu werden und unseren positiven Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung weiter zu verbessern. Um den globalisierten Wertschöpfungsketten und komplexen Beschaffungsaktivitäten Rechnung zu tragen, brauchen wir ein ganzheitliches Lieferantenmanagement, das wir gemeinsam mit unseren Partnern vorantreiben. Neben wirtschaftlichen und operativen Kennzahlen rücken hier auch Umwelt- und Sozialaspekte immer weiter in den Fokus. Henkel hat derzeit Vertragspartner aus 123 Ländern. Über 76 Prozent unserer Einkäufe tätigen wir in Mitgliedstaaten der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), erschließen jedoch auch verstärkt Beschaffungsmärkte außerhalb der OECD-Mitgliedstaaten. Unsere hohen Anforderungen an Vertragspartner sind dabei weltweit einheitlich. Wir erwarten von ihnen, dass ihr unternehmerisches Handeln unseren Ansprüchen an nachhaltiges Wirtschaften entspricht. Bei der Auswahl der Vertragspartner sowie in der Zusammenarbeit berücksichtigen wir zudem ihre Leistungen in Bezug auf Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, soziale Standards und faire Geschäftspraktiken. Grundlage hierfür sind unsere konzernweit gültigen und erstmals



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

1997 definierten  **Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt**. Mit ihnen haben wir uns schon früh zu unserer Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette bekannt. Weiterhin gelten weltweit unsere Einkaufsstandards, die wir um eine  „**Responsible Sourcing Policy**“ ergänzt haben. Der Chief Procurement Officer (CPO) ist für alle Beschaffungsaktivitäten und für die Durchführung eines verantwortlichen Lieferkettenmanagements zuständig. Er berichtet direkt an den Finanzvorstand.

Verbindlicher Lieferanten-Kodex

Der industrieübergreifende Verhaltenskodex des deutschen  **Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME)** ist für alle Lieferanten von Henkel weltweit verbindlich. Henkel hat sich bereits 2009 dem BME angeschlossen, da dessen Kodex auf den zehn Prinzipien des  **Global Compact der Vereinten Nationen** basiert und somit eine internationale Anwendung ermöglicht. Der BME-Kodex dient neben der „Responsible Sourcing Policy“ auch als Grundlage der vertraglichen Beziehungen mit unseren strategischen Lieferanten, die entweder den branchenübergreifenden Kodex des BME – und damit die Prinzipien des Global Compact – anerkannt oder einen eigenen, vergleichbaren Verhaltenskodex vorgewiesen haben. Der BME-Kodex ist in zwölf Sprachen verfügbar.



Henkel ist einer der Unterzeichner des industrieübergreifenden Verhaltenskodex des Bundesverbands Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) in Deutschland.

Auszeichnung unserer Lieferanten

Im Rahmen unseres Lieferantenmanagements arbeiten wir gezielt mit unseren strategischen Lieferanten zusammen, um die Beschaffung nachhaltiger Rohstoffe zu gewährleisten. Wir wollen durch gemeinsame Projekte hinsichtlich Prozessoptimierung, Ressourceneffizienz, Umwelt- und Sozialstandards sowie Innovationen positive Veränderungen entlang der Wertschöpfungskette anstoßen. Henkel zeichnet zudem seit acht Jahren nachhaltige Innovationen seiner Lieferanten aus.

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies vergab 2020 den Nachhaltigkeitspreis an Clariant. Der Anbieter von Spezialchemie erhielt die Auszeichnung für seine Leistungen bei der Entwicklung innovativer Lösungen, die zu mehr Gesundheit und Sicherheit beitragen. Clariant hat herausragende Leistungen gezeigt und 2020 einen außerordentlichen Beitrag zu unseren Zielen und Ambitionen im Bereich der Nachhaltigkeit geleistet. Die starke Partnerschaft zwischen Henkel und Clariant ist durch einen offenen Austausch mit eindeutigem Fokus auf nachhaltige Lösungen gekennzeichnet.

Der Unternehmensbereich Beauty Care verlieh den Nachhaltigkeitspreis an Evonik als Anerkennung für die Leistungen in der Entwicklung eines ersten Biotensids, das in Körperpflege-Produkten von Henkel verwendet wird. Der biotechnisch hergestellte, natürliche Inhaltsstoff von Evonik liefert starke Leistungen in Bezug auf Milde, Aussehen und Schaumbildung. Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care vergab den Nachhaltigkeitspreis für das Jahr 2020 an Stepan für einen neuen veganen Weichmacher. Dieser Stoff wird aus erneuerbaren Pflanzenölen hergestellt, die in Europa angebaut werden, wodurch unsere Bemühungen zur Reduktion unseres



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

ökologischen Fußabdrucks unterstützt werden. Evonik und Stepan erhielten die Auszeichnungen im Rahmen einer gemeinsamen Lieferantenveranstaltung beider Unternehmensbereiche, die zum ersten Mal in einem komplett virtuellen Format stattfand.

Kooperation mit strategischen Partnern

Seit Jahren ist Henkel gezielt mit seinen wichtigsten strategischen Partnern zu den Themen nachhaltige Innovationen und verantwortungsvolle Lieferketten im kontinuierlichen Dialog. Im Mittelpunkt stehen die Definition und Umsetzung eines gemeinsamen Plans zu den Henkel-Nachhaltigkeitszielen für 2025 und darüber hinaus. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Schaffung von Transparenz bezüglich der Nachhaltigkeitsprogramme unserer Direktlieferanten und der verantwortungsvollen Beschaffungsprogramme, die sie in ihrer vorgelagerten Lieferkette über die zweite Ebene hinaus umgesetzt haben. Um die Entwicklung in Richtung unseres langfristigen Ziels, **→ bis 2040 klimapositiv zu werden**, zu unterstützen, verlangen wir außerdem Transparenz unserer Lieferanten bezüglich der Emissionswerte ihrer Produktportfolios. Darüber hinaus erwarten wir, dass sie einen Beitrag zur Reduzierung der CO₂-Emissionen entlang ihrer Lieferketten gemäß unserer wissenschaftsbasierten Zielsetzung für Scope-3-Emissionen leisten.

Unser Prozess für eine nachhaltige Beschaffung

Ein zentrales Element unseres strategischen Risikomanagements und Compliance-Ansatzes ist unser sechsstufiger „Responsible Sourcing Process“, in dem es um die Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung unserer Lieferanten geht. Mit diesem unterstützen wir unsere strategischen Lieferanten dabei, durch gezielte Zusammenarbeit ihren Beitrag zur kontinuierlichen Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung in der Wertschöpfungskette leisten zu können – zum Beispiel durch Wissenstransfer und Fortbildung in Bezug auf Prozessoptimierung, Ressourceneffizienz sowie Umwelt- und Sozialstandards. Der Responsible Sourcing Process ist ein integraler Bestandteil unserer Beschaffungsaktivitäten und findet sowohl zu Beginn einer Zusammenarbeit Anwendung als auch im wiederkehrenden Zyklus der Überprüfung, Analyse und kontinuierlichen Verbesserung mit bestehenden Lieferanten. Mithilfe dieses Prozesses zur Überprüfung und Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung unserer Lieferanten decken wir rund 91 Prozent unseres Einkaufsvolumens in den Bereichen Verpackung, Rohstoffe und Lohnhersteller ab.

Schritt 1: Pre-Check und Risikobewertung

Henkel verfügt über ein Frühwarnsystem für Nachhaltigkeitsrisiken in seinen globalen Beschaffungsmärkten. Zunächst bewerten wir das Risikopotenzial einer Region oder eines Landes. Hierbei legen wir den Schwerpunkt auf von internationalen Fachinstituten identifizierte Länder, in denen es höhere Nachhaltigkeitsrisiken gibt. Die Bewertung umfasst unter anderem die Kriterien „Menschenrechte“, „Korruption“ und „gesetzliches Umfeld“. Hinzu kommt die Bewertung von Risikowertschöpfungsketten. Dies sind für uns Industrien und Branchen, die potenziell ein Nachhaltigkeitsrisiko für unser Unternehmen



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

darstellen. So identifizieren wir Länder und Beschaffungsmärkte, die besondere Maßnahmen erfordern. Ein Beispiel für einen Risikomarkt sind die Rohstoffe für Lötpasten und andere Lötmaterialien für die Elektronikindustrie. Sie enthalten Metalle zur Erzeugung ihrer elektrischen Leitfähigkeit – hauptsächlich Silber, Kupfer und Zinn. In einigen Ländern wird der Abbau von Kassiterit, dem wesentlichen Ausgangsmineral für die Gewinnung von Zinn, mit militärischen Konflikten und Menschenrechtsverletzungen in Verbindung gebracht. Jedes Jahr fordern wir deswegen unsere direkten Lieferanten für Metalle im Rahmen eines standardisierten Prozesses auf, mit entsprechender Dokumentation nachzuweisen, dass sie keine Metalle aus kritischen Regionen beziehen oder verarbeiten.

Schritt 2: Onboarding

Die Ergebnisse des Pre-Checks und der Risikobewertung fließen dann zusammen in unseren Onboarding-Prozess für Lieferanten ein. Wir erwarten von unseren Lieferanten, dass sie unserem Lieferanten-Kodex und unserer „Responsible Sourcing Policy“ zustimmen. Unser Onboarding-Prozess ist in einem weltweit einheitlichen Registrierungssystem verankert und fasst unsere Nachhaltigkeitsanforderungen in standardisierter Form zusammen.

Schritt 3: Initiales Assessment oder Audit

Zu Beginn einer neuen Geschäftsbeziehung werden neue Lieferanten aufgefordert, entweder bestehende Ergebnisse zur Nachhaltigkeitsleistung offenzulegen oder einen Selbstbewertungsfragebogen – ein sogenanntes Assessment – hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsleistung auszufüllen. Für den Assessment-Ansatz nutzen wir Fragebögen, die von dem unabhängigen Nachhaltigkeitsbewertungs-Spezialisten EcoVadis erstellt werden. Diese Fragebögen umfassen Anforderungen in den Bereichen Sicherheit, Gesundheit, Umwelt, Qualität, Menschenrechte, Mitarbeiterstandards und Anti-Korruption.

Bei ausgewählten Lieferanten führen wir alternativ zu den Selbstbewertungsfragebögen ein initiales Audit durch. Henkel arbeitet hierbei mit unabhängigen Prüfgesellschaften zusammen, um die Einhaltung der definierten Standards in Audits überprüfen zu lassen. Unsere Audits sind Vor-Ort-Prüfungen, zum Beispiel in Produktionsstätten, und beinhalten neben der Begutachtung der Fabrik auch Gespräche mit Mitarbeitern aller Hierarchieebenen.

Henkel wurde 2020 von EcoVadis erneut mit dem „Sustainable Procurement Leadership Award“ im Bereich des besten internen Stakeholder-Engagements ausgezeichnet. EcoVadis würdigte damit unsere Fortschritte bei der verantwortungsvollen Beschaffung – sowohl intern als auch bei unseren Lieferanten – im Rahmen unseres herausragenden Stakeholder-Engagements. Im Einklang mit unserer Strategie treiben wir unser internes und externes Stakeholder-Engagement als Teil unseres kollaborativen Ansatzes nun weiter voran.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten**
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Schritt 4: Analyse der Leistungsstanderhebung

Auf Basis des Auditberichts oder des Resultats des Selbstbewertungsfragebogens analysieren externe Nachhaltigkeitsexperten und unsere Lieferantenbetreuer im Einkauf die Ergebnisse und identifizieren Nachhaltigkeitsdefizite und Verbesserungspotenziale. Im gleichen Schritt werden die Lieferanten verschiedenen Nachhaltigkeitsrisikoklassen zugeordnet. Ein standardisierter Prozess im Nachgang eines Assessments oder Audits stellt sicher, dass unsere Lieferanten die festgelegten Korrekturmaßnahmen umsetzen. Bei anhaltenden schwerwiegenden Verstößen wird das Lieferantenverhältnis beendet.

Schritt 5: Korrekturmaßnahmen und kontinuierlicher Verbesserungsprozess

Unabhängig von dem jeweiligen Ergebnis fordern wir alle Lieferanten nach ihrer Evaluierung auf, einen Verbesserungsplan („Corrective Action Plan“) zu definieren und an den identifizierten Verbesserungspotenzialen zu arbeiten. Den Fortschritt bei der Umsetzung des Verbesserungsplans überprüfen wir im Austausch mit den Lieferanten im Verlauf der Erhebungsperiode bis zu einem erneuten Assessment oder Audit.

Responsible Sourcing Process

Sechsstufiger Lieferantenmanagement-Prozess



- Implementierung in allen Regionen, in allen Unternehmensbereichen und für alle Materialgruppen
- Gesteuert vom Nachhaltigkeitsteam im Einkauf und ausgeführt vom globalen Einkaufsteam
- Ergänzt durch Lieferantenaudits durch die Abteilung Safety, Health and Environment (SHE)



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Schritt 6: Re-Assessment / Re-Audit

Mittels wiederkehrender Re-Assessments oder Re-Audits überprüfen wir die Leistungsfortschritte unserer Lieferanten und stellen damit einen kontinuierlichen Verbesserungszyklus, bestehend aus Evaluierung, Analyse und Korrekturmaßnahmen, sicher. Die hierdurch gewonnene Transparenz über die Entwicklung der Nachhaltigkeitsleistungen unserer Lieferanten wird mittels digitaler Plattformen in Echtzeit zur Verfügung gestellt.

Entwicklung oder Beendigung des Lieferantenverhältnisses

Im Rahmen unseres Lieferantenmanagements arbeiten wir gezielt mit unseren Lieferanten an der Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung. Dabei versuchen wir, entlang der gesamten Wertschöpfungskette positive Veränderungen anzustoßen – beispielsweise durch Schulungen und gemeinsame Projekte. Insgesamt sind uns für das Jahr 2020 keine Verstöße seitens unserer bewerteten strategischen Vertragspartner bekannt geworden, die eine Beendigung des Lieferantenverhältnisses notwendig gemacht hätten.

Lieferantenbefragung zu papierbasierten Verpackungen

Es ist unser Bestreben, 100 Prozent des Papier- und Kartonmaterials, das wir in unseren Verpackungen einsetzen, als recyceltes Material oder – wo der Einsatz von Frischfasern erforderlich ist – aus Quellen nachhaltiger Fortwirtschaft zu beziehen. Eine umfassende Lieferantenbefragung, die im Jahr 2020 zum wiederholten Male stattfand, bestätigte, dass alle unsere Hauptlieferanten, die an dieser Umfrage teilgenommen haben, unserem Anspruch gerecht werden. Die teilnehmenden Lieferanten decken 93 Prozent unseres Auftragsvolumens in diesem Bereich ab. Darüber hinaus müssen seit 2017 alle Lieferanten von papierbasierten Verpackungsmaterialien in unserem Onboarding-Prozess die Einhaltung unserer Beschaffungsrichtlinien bestätigen. Und auch im Rahmen von Ausschreibungsverfahren ist diese Zustimmung zwingend erforderlich.

Die Ergebnisse zeigen, dass unsere Lieferanten im Jahr 2020 zu 69 Prozent recyceltes Material einsetzten. Rund 86 Prozent der Lieferanten nutzen dabei mindestens ein oder mehrere Zertifizierungssysteme, wobei FSC das am häufigsten vorgewiesene Zertifikat ist, gefolgt von PEFC und SFI. Ein weiterer Schwerpunkt der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten ist die Schaffung von mehr Transparenz in der Lieferkette. Das betrifft die Rückverfolgbarkeit der von uns bezogenen Materialien, insbesondere mit Lieferanten, die Frischfasern aus Hochrisikoländern beziehen. Hier arbeiten wir gemeinsam an Maßnahmen zur Risikominimierung. Im Jahr 2020 haben wir zusätzlich unseren Lieferanten die Frage gestellt, ob sie über ihre Treibhausgasemissionen berichten, um hierdurch unsere Zusammenarbeit in Bezug auf unsere Klimaziele weiter vorantreiben zu können.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Unser Umgang mit Rohstoffen

Henkel bekennt sich zu einer verantwortungsvollen Rohstoffwirtschaft – insbesondere zum Schutz von natürlichen Ressourcen und Biodiversität. Wir setzen Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe zur Optimierung von Produkteigenschaften ein, wenn dies unter Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und gesellschaftlicher Auswirkungen sinnvoll ist. In vielen unserer Produkte wie Waschmitteln, Seifen, Shampoos, Klebestiften oder Tapezierklebstoffen sind Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe zentrale Bestandteile der Rezeptur.

Nachwachsende Rohstoffe in unseren Waschmitteln

Bei den Wasch- und Reinigungsmitteln stellen nachwachsende Rohstoffe historisch eine der wichtigsten Rohstoffquellen dar. Seife – seit jeher auch als Waschmittel verwendet – wird seit Jahrtausenden aus pflanzlichen oder tierischen Ölen und Fetten hergestellt. Heute bestehen die meisten Wasch- und Reinigungsmittel aus einer Vielzahl von Inhaltsstoffen, jeweils mit speziellen Funktionen. Die meisten der großvolumigen Inhaltsstoffe von Wasch- und Reinigungsmitteln sind anorganisch und können daher nicht durch Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe ersetzt werden. Eine wichtige Ausnahme bilden Tenside. Sie bestehen aus einem lipophilen – „fettfreundlichen“ – Teil, der aus pflanzlichen oder erdölbasierten Ölen gewonnen wird, und einem hydrophilen – „wasserfreundlichen“ – Teil, der in der Regel erdölbasiert oder anorganisch ist. Tenside wie Alkylpolyglucoside, die vollständig auf Basis nachwachsender Rohstoffe hergestellt werden, sind die Ausnahme. Um optimale Waschleistungen erzielen zu können, setzen wir eine Mischung verschiedener Tenside ein. Bei mehr als der Hälfte basiert der lipophile Teil auf nach-

wachsenden Rohstoffen. Dies ist ein Ergebnis der langjährigen Erfahrungen von Henkel mit Inhaltsstoffen auf Basis von pflanzlichen Ölen. 42 Prozent der Tenside für Wasch- und Reinigungsmittel basieren auf nachwachsenden Rohstoffen. Der übrige Teil gliedert sich auf in anorganische und in erdölbasierte Bestandteile.

Kosmetikprodukte mit Rohstoffen natürlichen Ursprungs

In der Kosmetik werden naturbasierte Rohstoffe in allen Produktgruppen eingesetzt. Auf den Einsatz einzelner naturbasierter Wirk- und Duftstoffe in unseren Produkten weisen wir hin, wenn sie mit bestimmten Eigenschaften verbunden sind – beispielsweise die pflegende Wirkung von Sheabutter und Joghurt oder die beruhigende Wirkung von Aloe Vera. Darüber hinaus arbeiten wir daran, den Anteil von Inhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe in unseren Kosmetikprodukten – wo möglich und sinnvoll – weiter zu erhöhen. Werden beispielsweise in einer Rezeptur erdölbasierte Inhaltsstoffe durch stärkebasierte ersetzt, erhöht dies den Anteil der nachwachsenden Rohstoffe und leistet einen Beitrag zur Schonung fossiler Ressourcen. Bei Inhaltsstoffen, die sowohl auf nachwachsenden Rohstoffen als auch auf Erdöl basieren, wird bei der Berechnung nur der nachwachsende Anteil berücksichtigt. Üblicherweise berechnen wir den Anteil nachwachsender Rohstoffe bezogen auf die Trockenmasse unserer Produkte. Wir setzen nachwachsende Rohstoffe nicht nur bei unseren Seifen, Shampoos und Duschgelen ein, sondern auch in Stylingprodukten kommen Inhaltsstoffe auf Basis erneuerbarer Rohstoffe zum Einsatz. Dabei verpflichten wir uns, beim Einkauf von nachwachsenden Rohstoffen auch auf ökologische und soziale Aspekte zu achten.

 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

Auf natürlicher Basis kleben

Für Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker sowie für die Industrie gibt es eine ganze Reihe von Anwendungen, in denen nachwachsende Rohstoffe wie Stärke, Cellulose, Dextrine und Proteine eingesetzt werden. Beispielsweise verwenden wir nachwachsende Rohstoffe bei Klebestiften, Tapetenkleistern und Verpackungsklebstoffen. Bei Klebstoffen zur Flaschenetikettierung zum Beispiel beträgt deren Anteil rund 45 Prozent.

Verwendung von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl

Wir bei Henkel sind uns unserer Verantwortung beim Einkauf und beim Einsatz von Inhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe bewusst. Daher ist es unser Anliegen, sicherzustellen, dass die Inhaltsstoffe für unsere Produkte aus nachhaltigem Palm- und Palmkernöl hergestellt werden. Hierzu arbeiten wir sowohl mit den Unternehmen, von denen wir unsere Rohstoffe beziehen, als auch mit weiteren Partnern zusammen, um Einfluss auf die Palmöllieferkette vom Kleinbauern bis hin zum Endverbraucher zu nehmen.

In den vergangenen Jahren haben wir dabei mit vielfältigen Maßnahmen erhebliche Fortschritte erzielt. Für das Geschäftsjahr 2020 konnten wir 90 Prozent unseres gesamten Bedarfs an Palm- und Palmkernöl sowie der von Henkel überwiegend eingesetzten Derivate als zertifizierte Rohstoffe nach dem  **Massenbilanzmodell des RSPO („Roundtable on Sustainable Palm Oil“)** beziehen. Leider stehen uns in manchen Märkten weiterhin lokal keine zertifizierten Rohstoffe zur Verfügung, da die Nachfrage in bestimmten Schwellenländern noch nicht ausreichend vorhanden ist. In diesen Fällen suchen wir gemeinsam mit unseren Lieferanten nach Lösungen oder müssen alternativ – mit entsprechendem Aufwand – Rohstoffe importieren.



Palmöl als wichtiger Rohstoff

Palmöl ist das am weitesten verbreitete Pflanzenöl und kann nicht einfach durch andere pflanzliche Öle ersetzt werden. Die Ölpalme beansprucht für den gleichen Ertrag etwa dreimal weniger Fläche als Raps und sogar sechsmal weniger Fläche als Soja. Der Ersatz von Palmöl durch andere Pflanzenöle würde bestehende Probleme nicht lösen, sondern lediglich verlagern oder noch verschlimmern.

Palm- und Palmkernöl sowie deren Derivate sind zwei der wichtigsten nachwachsenden Rohstoffe, die wir zur Herstellung von Inhaltsstoffen für unsere Wasch- und Reinigungsmittel sowie Kosmetikprodukte einsetzen. Dabei nutzen wir weniger als 0,2 Prozent des weltweit produzierten Palm- und Palmkernöls – insbesondere das Palmkernöl als Basis für Tenside. Diese Materialien stehen am Ende einer langen und häufig sehr komplexen Lieferkette. Wir wollen nachhaltige Praktiken in der Palmölindustrie – entlang der gesamten Wertschöpfungskette – fördern und vorantreiben.

Darüber hinaus sind eine Reihe von Derivaten palmkernölbasierter Rohstoffe, die wir in vergleichsweise kleinen Mengen einsetzen, immer noch nicht RSPO-zertifiziert erhältlich. Auch hier stehen wir im intensiven Dialog mit unseren Lieferanten. Im Jahr 2020 kamen zu den bereits genannten Herausforderungen Verzögerungen bei der RSPO-Zertifizierung einiger Lieferanten infolge der COVID-19-Pandemie



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

hinzu. Wir sind zuversichtlich, dass wir in den kommenden Jahren weitere Fortschritte bei der Umstellung auf zertifizierte Rohstoffe machen werden, müssen jedoch anerkennen, dass die vollständige Umstellung unserer Wertschöpfungsketten auf  **nachhaltiges Palmöl** nach wie vor herausfordernd ist. Daher gleichen wir die verbleibenden Anteile über RSPO-Credits nach dem „Book & Claim“-Modell aus und decken so 100 Prozent des Palm- und Palmkernöls und der Derivate, die in unseren Produkten eingesetzt werden, über den RSPO ab. Mit dem Kauf der RSPO-Credits nach dem „Book & Claim“-Modell wollen wir einen Anreiz für Plantagenbetreiber schaffen, weiterhin in die Umsetzung anspruchsvoller Nachhaltigkeitsstandards und die Zertifizierung zu investieren, bis wir die verbleibenden Rohstoffmengen physisch umstellen und damit die Ketten schließen können.

Neben unseren Fortschritten im Bereich der Zertifizierung konnten wir die Rückverfolgbarkeitsquote im Rahmen einer Erhebung der Transparenz unserer Lieferketten für palmbasierte Rohstoffe auf 75 Prozent bis zur Mühle erhöhen.¹ Hierbei wurden wir von einer externen Nachhaltigkeitsberatung unterstützt. Insgesamt haben wir dazu beigetragen, dass die Verfügbarkeit von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl auf dem Markt erhöht wird. Durch sieben verschiedene Kleinbauernprojekte, die wir bereits im Jahr 2017 etabliert hatten, konnten wir das Angebot von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl auf dem Weltmarkt um eine Menge erweitern, die zur Deckung unserer gesamten geschätzten Nachfrage ausreichte.

Basierend auf unseren bisherigen Erfolgen haben wir uns ambitionierte Ziele für das Jahr 2025 gesetzt und wollen aufbauend auf den vorhandenen Zertifizierungen unsere Lieferketten weiterentwickeln, um eine vollständige NDPE-Compliance (No Deforestation, No Peat,

No Exploitation) zu gewährleisten. Wir wollen sicherstellen, dass die für die Inhaltsstoffe unserer Produkte verwendeten Palm- und Palmkernöle nicht zur Entwaldung von Primär- oder Sekundärregenwald mit bedeutendem ökologischem Wert beitragen. Dazu zählen auch Torfböden und andere Flächen mit hohem Kohlenstoffgehalt („High Carbon Stocks“). Darüber hinaus wollen wir die Rückverfolgbarkeit und Transparenz kontinuierlich ausbauen sowie die Lebensgrundlage von Kleinbauern weiter verbessern und einen Beitrag zum Klimaschutz und zur Anpassung an den Klimawandel leisten.

Aufbauend auf unseren Zielen für das Jahr 2020 haben wir uns weiterführende Ziele für das Jahr 2025 gesetzt, von denen wir glauben, dass sie auf die zentralen Prioritäten für einen erfolgreichen Wandel der Palmölindustrie einzahlen. Dabei gehen wir gezielt die spezifischen Herausforderungen an, für die wir unseren bestmöglichen Beitrag leisten können. Unsere Ziele für das Jahr 2025 sind:

1. Deckung unseres Bedarfs zu 100 Prozent mit Ölen, deren verantwortungsbewusste Beschaffung zertifiziert oder extern bestätigt ist:

Wir wollen weiterhin die Zertifizierung unserer Rohstoffe nach dem RSPO-Massenbilanzmodell vorantreiben. Darüber hinaus streben wir die Zertifizierung nach dem RSPO-Segregationsmodell für den Anteil an direkt bezogenem Palm- und Palmkernöl an.

2. Vollständige Rückverfolgbarkeit und Transparenz des für unsere Produkte eingesetzten Palm- und Palmkernöls:

Aus unseren Aktivitäten haben wir gelernt, dass das Thema Transparenz und Rückverfolgbarkeit insbesondere für palmbasierte Derivate weiteren Entwicklungsbedarf hat und es industrieübergreifender



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Initiativen bedarf, um das Ziel der Null-Netto-Entwaldung überprüfbar zu machen. Daher verfolgen wir für das Jahr 2025 weiterhin das Ziel einer vollständigen Transparenz und Rückverfolgbarkeit, gemeinsam mit unseren Partnern.

3. Verbesserte Lebensgrundlage von Kleinbauern und Schutz der Natur:

Wir knüpfen an die bisherigen Erfolge unserer Kooperationsprojekte mit Kleinbauern an und werden unser Engagement weiter ausbauen, um Rohstoffe dieser Kleinbauern in unsere Lieferkette einzubinden. Darüber hinaus berücksichtigen wir verstärkt ökologische Aspekte und unterstützen eine klimaschonende Landwirtschaft sowie einen positiven Einfluss auf die Biodiversität.

Wir unterstützen die physische Transformation zur Nutzung zertifizierter Produkte in der Industrie sowie die Transformation des Marktes hin zu zertifizierten nachhaltigen Palmölprodukten. Dabei steht ein Multi-Stakeholder-Ansatz im Mittelpunkt unserer Initiative für eine nachhaltige Palm- und Palmkernölwirtschaft. Durch Partnerschaften, Projekte und einen kontinuierlichen Dialog können wir mit den wichtigsten Stakeholdern kooperieren und so unseren Beitrag zur Nachhaltigkeit in der Palmölindustrie ausbauen. Henkel ist engagiertes Gründungsmitglied des Forums Nachhaltiges Palmöl (FONAP) in Deutschland und Teil verschiedener Arbeitsgruppen. Der Zusammenschluss von derzeit 51 Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, Verbänden und politischen Gremien verfolgt das Ziel, den Anteil nachhaltig erzeugten Palmöls signifikant zu erhöhen und gleichzeitig existierende Standards und Zertifizierungen zu verbessern. Darüber hinaus bringen wir uns aktiv beim Runden Tisch für nachhaltiges Palmöl (RSPO) ein. Der RSPO-Standard bezieht nach der letzten Revi-

sion neben Umweltaspekten verstärkt die Einhaltung der Menschenrechte entlang der gesamten Lieferkette ein. Gemeinsam wollen wir sichtbare Fortschritte auf dem Weg zu nachhaltigem Palm- und Palmkernöl machen und einen positiven Beitrag für die Umwelt und die betroffenen Menschen leisten.

Im Mai 2020 wurde unsere globale Supply-Chain-Organisation erneut gemäß dem  **Lieferketten-Zertifizierungsstandard** des RSPO erfolgreich geprüft. Neben den Produktionsstandorten in Westeuropa und den USA haben wir erstmalig drei Standorte in Osteuropa in die Zertifizierung aufgenommen. Dieser Standard unterstützt die Verwendung von nachhaltigem Palm- und Palmkernöl entlang der gesamten Wertschöpfungskette und gilt als Beleg unter anderem gegenüber dem Handel, dass die Wertschöpfungskette von der Pflanzung bis zur letzten Produktionsstätte zertifiziert ist.

Neben unserem Engagement zur Erreichung einer vollständig zertifizierten Lieferkette und der Entwicklung unserer Lieferanten zur vollständigen NDPE-Compliance arbeiten wir außerdem an der Steigerung der Transparenz und Rückverfolgbarkeit des für unsere Produkte eingesetzten Palm- und Palmkernöls. Auch hier arbeiten wir gemeinsam mit verschiedenen Akteuren und werden in Zukunft verstärkt die branchenübergreifende Initiative  „**Action for Sustainable Derivatives**“ (ASD) einbeziehen. Im Dialog mit allen relevanten Lieferanten werden wir weiterhin unsere Erwartungshaltung klar adressieren und unsere Lieferanten gezielt weiterentwickeln. Im Jahr 2020 haben wir ein Pilotprojekt mit unserem Partner  **Orbital Insight** gestartet, um die Rückverfolgbarkeitsquote von ausgewählten Mühlen bis zu den Plantagen anhand einer umfangreichen Analyse von Geodaten weiter zu erhöhen. Orbital Insight nutzt die Analyse

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten**
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

von anonymisierten Handyfunkdaten zur Erkennung von dauerhaften Lieferbeziehungen.

Kleinbauernprojekte fördern nachhaltige Produktion

Kleinbauern produzieren 40 Prozent des Palmöls weltweit, aber ihre Produktivität und ihr Qualitätsniveau sind im Vergleich zu großen Plantagen viel niedriger. Häufig fehlt ihnen der Zugang zu technischem Wissen sowie zu Finanzdienstleistungen, die für eine Verbesserung ihrer Produktion entscheidend sind. Hinzu kommt die Befürchtung einiger Kleinbauern, nur bedingt Zugang zum Markt für Palmöl zu erhalten, wenn ihre Ernten nicht den festgelegten Kriterien des RSPO entsprechen. Denn viele Großabnehmer von Palmöl haben sich dazu verpflichtet, nur Ölprodukte zu kaufen, die als nachhaltig zertifiziert sind. Gemeinsam mit der Entwicklungsorganisation  Solidaridad begegnet Henkel diesen Herausforderungen und engagiert sich derzeit für sieben Initiativen in Ghana, Honduras, Indonesien, Kolumbien, Mexiko, Nicaragua und Nigeria, um innovative marktorientierte Lösungen zu finden, die sich auf Ertragssteigerungen für Kleinbauern konzentrieren. Dabei liegt der Fokus auf Schulungen zu Best-Practice-Ansätzen, einschließlich einer klimafreundlichen Landwirtschaft, sowie auf der Einflussnahme auf die Politik und die Einbeziehung der Stakeholder. Bis heute wurden so bereits rund 34.000 Kleinbauern erreicht, die rund 305.000 Hektar Anbaufläche bewirtschaften.

Im Jahr 2020 konnte mit unserer Unterstützung eine weitere Projektphase in  West-Kalimantan, Indonesien, abgeschlossen werden. Das Projekt wurde 2016 gestartet und hat bereits eine Vielzahl von Kleinbauern auf ihrem Weg zu einer Zertifizierung durch den RSPO unterstützt. Der Umfang des Projekts konnte nun durch den Einsatz von Henkel und BASF erweitert werden. Durch die Unterstützung

von mehr als 2.000 Kleinbauern, die in Trainings gelernt haben, wie sie ihre Erträge steigern und Umweltschäden durch die richtige Anbauweise verhindern können, konnte im Durchschnitt eine Ertragssteigerung um bis zu 20 Prozent jährlich erreicht werden.

Darüber hinaus wurde im Jahr 2020 gemeinsam mit Solidaridad ein neues Projekt in Nigeria gestartet, bei dem vier Baumschulen für Keimlinge gebaut werden. In diesen Baumschulen werden verbesserte Sorten herangezogen, die zu einer Steigerung der Ernteerträge sowie zur Vermeidung von Entwaldung durch Neuanpflanzungen führen. Die Einrichtung der Baumschulen wird durch Schulungen begleitet, in denen nachhaltige Landnutzungspraktiken und Themen rund um den Waldschutz vermittelt werden. Zusätzlich werden spezielle Schulen für Frauen und Jugendliche eingerichtet, um diese auf dem



Unterstützung von Palmöl-Kleinbauern

Gemeinsam mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad engagiert Henkel sich derzeit für sieben Initiativen in Ghana, Honduras, Indonesien, Kolumbien, Mexiko, Nicaragua und Nigeria. Dabei stehen Trainings und Weiterbildungen der Kleinbauern im Fokus, um eine verbesserte Lebensgrundlage zu schaffen und den Naturschutz durch die Anwendung ökologischer Anbauweisen zu verstärken. Foto: Solidaridad



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

Gebiet der Agrarwirtschaft zu fördern und ihnen unternehmerische Fähigkeiten zu vermitteln.

Aufbauend auf der sehr guten Zusammenarbeit mit Solidaridad haben wir konkrete Pläne für die nächsten Jahre entwickelt, um das Engagement weiter auszubauen. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, das erfolgreiche Projekt in [Kolumbien](#), das Kleinbauern mit der innovativen Plattform „Farming Solution“ unterstützt, auf die Nachbarländer auszuweiten. Die Plattform wurde von Solidaridad entwickelt, um die Zusammenarbeit entlang der gesamten Palmöl-Lieferkette zu stärken. Außerdem soll sie Kleinbauern dabei helfen, ihre Produktivität zu steigern und negative Umweltauswirkungen zu verringern, um schneller die Anforderungen für die Zertifizierung zu erreichen.

Im Jahr 2020 haben wir im Rahmen einer [Fallstudie](#) über unseren Ansatz zur Förderung nachhaltiger Palm- und Palmkernölprodukte und unser Engagement gemeinsam mit Solidaridad berichtet. Die Fallstudie wurde auf der „Palm Oil Buyers Scorecard“-Webseite des WWF veröffentlicht.

Action for Sustainable Derivatives (ASD)

Im November 2019 hat sich Henkel als Gründungsmitglied gemeinsam mit weiteren führenden Konsumgüterherstellern sowie Unternehmen aus der oleochemischen Industrie der branchenübergreifenden Initiative [„Action for Sustainable Derivatives“ \(ASD\)](#) angeschlossen. Vorrangiges Ziel der Initiative ist es, mehr Transparenz in der komplexen Wertschöpfungskette der Palmderivate zu generieren. Daraus resultierend besteht der gemeinsame Anspruch, identifizierte Risiken zu bewerten sowie die nachhaltige Produktion und Beschaffung von Palmöl- und Palmkernölderivaten zu fördern. Die Initiative

will den Austausch von Informationen, Daten und Lösungsansätzen erleichtern, um eine umfassende Transformation des komplexen Palmölderivatsektors zu erreichen. Außerdem werden durch die Harmonisierung von Anforderungen, Instrumenten und Kriterien faire Wettbewerbsbedingungen für Unternehmen und ihre direkten Zulieferer geschaffen und somit auch die Belastung für die vorgelegerten Akteure in der Lieferkette verringert. Der erste Fortschrittsbericht von ASD im Jahr 2020 zeigt, welche Erfolge bereits zehn Monate nach der Gründung erzielt werden konnten. Dazu zählt unter anderem die Auswertung von Daten zu Lieferströmen entlang der Lieferketten für 18 Mitgliedsunternehmen, die insgesamt eine Menge von 450.000 Tonnen palmölbasierter Materialien abdecken. Dadurch konnte eine Rückverfolgbarkeit der kollektiven Mengen von bis zu 90 Prozent zur Raffinerie und von 81 Prozent zur Mühle erreicht werden. Des Weiteren haben wir für unsere Hauptlieferanten von palmölbasierten Rohstoffen im Jahr 2020 mithilfe des „Sustainable Palm Index“ ein Compliance-Profil erstellen lassen. Dieses Instrument hilft uns, gezielt Verbesserungspotenziale zu entdecken und gemeinsam mit unseren Lieferanten Maßnahmenpläne zu definieren.

Wir setzen uns für den Erhalt von Biodiversität ein

Der Erhalt von Artenvielfalt und Biodiversität ist für Henkel ein wichtiges Anliegen, da intakte Ökosysteme und Bodenbiodiversität wesentliche Grundlagen für eine nachhaltige Landwirtschaft und Rohstoffproduktion darstellen. Dazu gehört auch unser Engagement für die Initiative des [Consumer Goods Forums](#) gegen die weltweite Entwaldung und zum Schutz der Biodiversität. Mit der Förderung von Kleinbauernprojekten im Bereich Palm- und Palmkernöl berücksichtigen wir verstärkt ökologische Aspekte und unterstützen eine klimaschonende Landwirtschaft. Ein weiteres Beispiel für die

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Förderung von Biodiversität ist der Einsatz von Guar und Guar-Derivaten als wichtigen pflanzenbasierten Rohstoffen, die in Kosmetikprodukten zum Einsatz kommen. Die Haar- und Körperpflegemarke → **Nature Box**, die im Juli 2018 im Markt eingeführt wurde, beinhaltet Guar zur Pflege von Haaren und Haut. Henkel unterstützt mit Nature Box Guar-Bauern in der Wüstenregion Bikaner in Rajasthan, Indien. Sie erlernen den nachhaltigen Guar-Anbau und erhalten wertvolle Ratschläge zur Bepflanzung ihres eigenen Gemüsegartens. Alle Produktformeln wurden so entwickelt, dass sie sich zum größten Teil aus natürlichen Stoffen zusammensetzen. Gemeinsam mit Solidaridad unterstützt Nature Box zudem den nachhaltigen Anbau von Palmöl und Palmkernöl.

Gemeinsam für eine nachhaltige Lieferkette

Im Jahr 2011 hat Henkel gemeinsam mit fünf weiteren Unternehmen der chemischen Industrie die Initiative „**Together for Sustainability – Chemical Supply Chains for a Better World**“ (TfS) ins Leben gerufen. Sie basiert auf den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen und der Responsible-Care-Initiative des Internationalen Chemieverbands (ICCA). Die TfS-Initiative hat das Ziel, das immer komplexer werdende Lieferantenmanagement im Bereich Nachhaltigkeit zu harmonisieren und den Dialog mit weltweiten Vertragspartnern zu optimieren. Dabei sollen vor allem Synergien geschaffen werden, um Ressourcen effizienter zu nutzen und bürokratische Hürden zu verringern – sowohl bei den Mitgliedsunternehmen als auch bei den gemeinsamen Lieferanten. Kernelemente der TfS-Initiative sind Audits und Online-Assessments. Audits werden von einer Reihe ausgewählter, unabhängiger Firmen durchgeführt. Im Bereich

der Online-Assessments arbeitet TfS mit dem auf die Bewertung von Nachhaltigkeitsleistungen spezialisierten Dienstleister EcoVadis zusammen. Die TfS-Initiative verzeichnete in den letzten Jahren ein starkes Wachstum und besteht heute aus 29 Mitgliedern, die Gesamtausgaben in Höhe von mehr als 225 Milliarden Euro repräsentieren. Im Jahr 2020 wurde die Reichweite der Initiative innerhalb der Lieferketten der chemischen Industrie durch sieben neue Unternehmen, die sich TfS angeschlossen haben, weiter ausgebaut.

Im Zentrum der Initiative steht der Kerngedanke „Ein Audit für einen ist ein Audit für alle!“. Lieferanten müssen nur ein Assessment beziehungsweise ein Audit absolvieren, das von unabhängigen Experten durchgeführt wird. Seit der Gründung von TfS sind rund 16.000 Assessments und Audits durchgeführt worden. Bewertet werden die Leistungen in den Bereichen Management, Umwelt, Gesundheit und Sicherheit, Arbeits- und Menschenrechte sowie Themen der ethischen Unternehmensführung. Die anschließend eingeleiteten Maßnahmen werden durch erneute Assessments oder Audits überprüft. Die Nachkontrolle und das weitere Lieferantenmanagement liegen dann wiederum bei den einzelnen Mitgliedsunternehmen.



TfS-Präsident Bertrand Conquéret

Seit Mai 2019 ist Bertrand Conquéret, Chief Procurement Officer (CPO) von Henkel, Präsident der TfS-Initiative. Er war maßgeblich an der Entwicklung der neuen „Grow&Deliver“-Strategie beteiligt.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten**
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Über eine Online-Plattform werden die Ergebnisse unter allen Mitgliedern der Initiative geteilt.

TfS stellte im September 2020 den neuen strategischen Rahmen „TfS Grow&Deliver“ vor. Diese neue Strategie baut auf den bisherigen Erfolgen der Initiative auf und verschiebt den Fokus von einer Zusammenarbeit, die sich auf Messungen konzentriert, hin zu einer Gemeinschaft, die spürbare Auswirkungen erzielt. Die TfS-Mitglieder werden sich weiterhin für die Förderung höherer Standards und verbesserte Erkenntnisse und Daten aus Assessments und Audits einsetzen, die es TfS ermöglichen, Lieferanten in den Bereichen mit

dem größten potenziellen Einfluss auf die Nachhaltigkeit zu schulen. TfS hat darüber hinaus beschlossen, die Initiative auf aufstrebende Märkte wie China und Indien auszudehnen, und hat gemeinschaftliches Handeln als einen weiteren Baustein der neuen Strategie hinzugefügt. Damit will TfS seinen Beitrag zur Nachhaltigkeit erhöhen. Darüber hinaus ist die Pflege der TfS-Gemeinschaft ein weiterer zentraler Faktor bei der Erreichung der Ziele dieser Initiative.

TfS arbeitet eng mit Chemieverbänden weltweit zusammen. Gemeinsam mit dem Wirtschaftsverband der europäischen chemischen Industrie mit Sitz in Brüssel, Conseil Européen des Fédérations de



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

l'Industrie Chimique (CEFIC), mit dem man sich zusammengeschlossen hat, nutzen beide Seiten Synergien in der chemischen Industrie. Ein weiterer wichtiger Partner für Tfs ist der chinesische Chemieverband, China Petroleum and Chemical Industry Federation (CPCIF).

Wir entwickeln und schulen unsere Lieferanten

Im Jahr 2020 fokussierte sich Henkel insbesondere auf die Lieferantenentwicklung und den Aufbau von Kompetenzen zu den Themen verantwortungsvolle Beschaffung und Nachhaltigkeit. In 28 Webinaren wurden rund 3.000 Teilnehmer unserer Lieferantenbasis über den „Responsible Sourcing Process“ von Henkel, die Tfs-Initiative und das Assessment-Verfahren von EcoVadis geschult. Darüber hinaus nahmen mehr als 900 Mitarbeiter aus unserem Einkaufsteam an einer Weiterbildung zu unseren Erfolgen in puncto verantwortungsvolle Beschaffung teil. In diesem Rahmen wurde ihnen auch unsere Strategie erläutert, mit der wir künftig auf diesen Errungenschaften aufbauen wollen. Diese Schulungen und Weiterbildungen wurden in Chinesisch, Englisch, Deutsch, Japanisch, Portugiesisch und Spanisch durchgeführt.



Lieferantenschulung von Tfs

Tfs organisierte eine Lieferantenschulung für chinesische Petrochemieunternehmen, um tiefere Einblicke in die Herausforderungen und Ansprüche im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit in der chemischen Lieferkette zu gewinnen.

Auch im Jahr 2020 veranstaltete Tfs eine Lieferantenschulung für chinesische Unternehmen aus dem Petrochemiesektor. Die diesjährige Veranstaltungsreihe fand im Rahmen der China Petroleum and Chemical International Conference (CPCIC) in Nanjing mit rund 500 Teilnehmern statt, darunter Lieferanten und Vertreter von Tfs-Mitgliedern und Branchenverbänden. Der Fokus lag dabei auf dem Aufbau einer nachhaltigen Lieferkette und den spezifischen Anforderungen an Chemieunternehmen.

Verantwortungsvolle Beschaffung mit unseren Partnern

Neben unserem Engagement in der „Together for Sustainability“-Initiative ist Henkel zudem Mitglied von  „AIM-PROGRESS“, einem Forum von Unternehmen der Konsumgüterindustrie. Auch hier ist das Ziel, Erfahrungen im Bereich nachhaltiger Beschaffung unter den Mitgliedsunternehmen auszutauschen und Synergien zu nutzen. Das Forum fokussiert sich außerdem auf die Durchführung von regionalen Lieferantenveranstaltungen zur Vermittlung und Verbesserung von CSR-Leistungen innerhalb der Wertschöpfungskette. Im Einklang mit unserer festen Überzeugung der Wirksamkeit von Multi-Stakeholder- und branchenübergreifenden Initiativen sind wir auch Gründungsmitglied der Initiative → „Action for Sustainable Derivatives“ (ASD). Die Initiative bringt Organisationen aus der gesamten Lieferkette von Palmölderivaten zusammen, um die Bemühungen um mehr Transparenz und die Einhaltung der NDPE-Prinzipien (No Deforestation, No Peat, No Exploitation) zu unterstützen, mit dem übergeordneten Ziel, die Palmölindustrie positiv zu verändern.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Produktion

- Wie wir unsere Produktion nachhaltiger gestalten
- Effizienz vorantreiben
- Klimapositiv werden bis 2040
- Verringerung von Produktionsabfällen und Förderung einer Kreislaufwirtschaft
- Einsparung von Wasser
- Potenzial von Industrie 4.0 nutzen
- Unsere Zusammenarbeit mit Lohnherstellern

Produktion

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion**
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Wie wir unsere Produktion nachhaltiger gestalten

Henkel betreibt weltweit 179 Produktionsstandorte. An allen arbeiten wir kontinuierlich daran, bei gleichbleibend hoher Qualität und Sicherheit unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Wir haben konkrete Zielvorgaben für unsere Produktionsstandorte festgelegt, um unseren positiven Einfluss zu maximieren und die Entwicklung in Richtung unseres langfristigen Ziels, bis 2030 dreimal effizienter zu werden, zu unterstützen. Wir hatten für das Jahr 2020 mittelfristige Ziele festgelegt: eine Steigerung des Umsatzes um 22 Prozent pro Tonne Produkt und eine Verbesserung unserer weltweiten Unfallrate um 40 Prozent pro eine Million Arbeitsstunden. Gleichzeitig wollten wir die direkten und indirekten CO₂-Emissionen unserer Produktionsstandorte, unser Abfallaufkommen und unseren Wasserverbrauch im Vergleich zum Basisjahr 2010 um jeweils 30 Prozent pro Tonne Produkt verringern.

Wir haben bezogen auf spezifische Ziele für „mehr Wert schaffen“ und „bei reduziertem Fußabdruck“ bis zum Jahr 2020 große Fortschritte erzielen können. Wir haben unsere Ziele in Bezug auf die Verbesserung unserer Unfallrate, die Verringerung der CO₂-Emissionen und die Reduktion des Abfallaufkommens übertroffen. Bei unserem Ziel der Reduktion des Wasserverbrauchs haben wir unsere Zielsetzung für 2020 nicht erreichen können. Insgesamt bestätigen unsere Ergebnisse unser jahrelanges Engagement, zur verbesserten Effizienz beizutragen. Die Effizienzsteigerung bis zum Jahr 2020 beträgt insgesamt 64 Prozent.

	Erreicht 2020 ¹	Ziele 2020 ¹
 mehr Umsatz pro Tonne Produkt	+ 1 %	+ 22 %
 sicherer pro eine Million Arbeitsstunden	+ 50 %	+ 40 %
 weniger CO ₂ -Emissionen pro Tonne Produkt	- 44 %	- 30 %
 weniger Abfall pro Tonne Produkt	- 44 %²	- 30 %
 weniger Wasser pro Tonne Produkt	- 28 %	- 30 %
Effizienz insgesamt	+ 64 %	+ 75 %

¹ Gegenüber dem Basisjahr 2010.

² Abfallmengen unserer Produktionsstandorte ohne Abfälle aus Bau- und Abbrucharbeiten.


[Vorwort](#)
[Henkel auf einen Blick](#)
[Nachhaltigkeitsstrategie](#)
[Management](#)
[Einkauf und Lieferanten](#)
[Produktion](#)
[Logistik und Transport](#)
[Produktverantwortung](#)
[Verpackungen](#)
[Adhesive Technologies](#)
[Beauty Care](#)
[Laundry & Home Care](#)
[Mitarbeiter](#)
[Gesellschaftliches Engagement](#)
[Stakeholder-Dialog](#)
[Externe Bewertungen](#)
[Kennzahlen](#)
[Referenz- und Berichtsrahmen](#)

Für 2025 und darüber hinaus haben wir uns → **ehrgeizige Ziele** für die weitere Verbesserung unserer Leistung und die Reduzierung der CO₂-Emissionen unserer Produktionsstandorte, des Abfallaufkommens und des Wasserverbrauchs gesetzt. Wir verfolgen einen umfassenden Ansatz auf Unternehmensebene und arbeiten eng mit den Unternehmensbereichen zusammen, um unsere Ziele zu erreichen.

Effizienz vorantreiben

Um unser gesamtes Produktionsnetzwerk kontinuierlich zu verbessern, haben wir 2015 begonnen, das „Henkel Production System“ (HPS) einzuführen. Mit diesem unternehmensweiten Optimierungsprogramm sollen Ineffizienzen entlang unserer Wertschöpfungskette wie Wartezeiten, Überproduktion oder Defekte systematisch identifiziert und eliminiert werden. Dazu haben wir für alle drei Unternehmensbereiche Standards zur Harmonisierung von Produktionsabläufen



In einem Nachhaltigkeits-Workshop, der aufgrund der COVID-19-Pandemie virtuell stattfand, analysierten und diskutierten die Teilnehmer „Best Operative Practices“ zur Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks.

festgelegt. HPS basiert auf „Lean“-Prinzipien (von englisch „lean“: schlank) sowie auf der Einbindung all unserer Mitarbeiter, damit sie die neuen Standards effektiv umsetzen und dabei Ressourcen sparen.

In diesem Zusammenhang hat unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies im Jahr 2014 das „Best Operative Practice“-Programm eingeführt. Im Rahmen von Nachhaltigkeits-Workshops an den Henkel-Standorten, die maßgeblich zu unserem ökologischen Fußabdruck beitragen, werden die Hauptverursacher ermittelt, „Best Operative Practices“ analysiert und mit den Teilnehmern erörtert sowie Verbesserungsvorschläge erarbeitet. In den Workshops für funktionsübergreifende Teams kommen sogenannte Nachhaltigkeits-Scorecards für die Priorisierung von Projekten und die Planung ihrer Umsetzung zum Einsatz. Trotz der Herausforderungen angesichts der COVID-19-Pandemie haben wir im Jahr 2020 16 Workshops durchgeführt. Wir haben auch mehrere Projektüberprüfungen veranstaltet und mittels digitaler Tools wie Microsoft Teams, virtueller Plattformen und Smart Glasses Nachhaltigkeitsschulungen durchgeführt. Mitarbeiter von 26 Standorten haben an den Workshops teilgenommen, bei denen Themen wie die Reduzierung von Emissionen im Zusammenhang mit der Nutzung von thermischer Energie sowie die Minimierung von Rohstoffverpackungen behandelt wurden. Außerdem haben wir spezielle Schulungen gemäß der ISO-Norm 50001 für Energieeffizienz durchgeführt. Insgesamt haben seit Beginn des „Best Operative Practice“-Programms 74 Workshops stattgefunden. Diese führten zu einer Vielzahl von Verbesserungsprojekten. So haben wir beispielsweise den Kessel zur Erzeugung von Dampfenergie an unserem Standort in Itapevi, Brasilien, ersetzt. Dieses Projekt beinhaltete ein neues modulares Steuerungssystem auf Grundlage der Speicherprogram-



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

mierbaren Steuerungstechnologie (SPS) und ermöglicht Einsparungen von bis zu 10 Prozent des Erdgasverbrauchs pro produzierte Tonne.

Wir streben zudem Energieeinsparungen durch die Optimierung unserer Sprühtrocknungstürme an, in denen Pulver hergestellt wird, das die Grundlage für viele unserer Waschmittel bildet. Dieser Prozess ist auch für einen wesentlichen Teil des Energieverbrauchs unseres Unternehmensbereichs Laundry & Home Care am Standort Düsseldorf verantwortlich. Daher bietet das Sammeln zusätzlicher Daten über den Energieverbrauch in diesem Prozess Chancen, die Effizienz zu steigern und den damit verbundenen CO₂-Fußabdruck zu verringern. Um die datengesteuerte Reduzierung der Emissionen voranzutreiben, wird die Granularität der Sensorik schrittweise gesteigert. Dafür haben wir beispielsweise zusätzliche Sensoren innerhalb und außerhalb der Sprühtrocknungstürme in Düsseldorf installiert, um mehr Daten zu sammeln, die wir dann in unserem globalen Digital-Backbone-System zur Verfügung stellen. Nach dem Erfolg dieses Pilotprojekts implementieren wir diese datengesteuerte Methode an all unseren Produktionsstandorten, die Waschmittel mithilfe von Sprühtrocknungstürmen herstellen. So können wir durch Datenanalyse und Vergleiche mit anderen Standorten Potenziale zur weiteren Steigerung der Energieeffizienz identifizieren. Unsere Maßnahmen zur Effizienzsteigerung umfassen auch die Nutzung von Wärmerückgewinnungssystemen. Die Umsetzung eines dieser Systeme an unserem Standort in Port Said, Ägypten, hat seit 2018 zu einer Senkung des Energieverbrauchs um rund 20 Prozent beigetragen. Das System gewinnt heiße Luft aus dem Sprühturm zurück, mit der Frischluft beim Eingang in den Gasbrenner des Turms erwärmt wird. Derzeit implementieren wir auch Wärmerückgewinnungssysteme an unseren Produktionsstandorten in Ferentino, Italien, und Mornag, Tunesien.



Sensoren sammeln Daten

Im Rahmen eines Pilotprojekts haben wir am Standort Düsseldorf zusätzliche Sensoren innerhalb und außerhalb des Sprühtrocknungsturms für die Produktion von Waschpulver installiert, um mehr Daten zu sammeln, die es uns ermöglichen, Prozesse effizienter zu gestalten und Vergleiche zwischen unseren Standorten weltweit herzustellen.

Die digitale Transformation ermöglicht auch betriebliche Effizienzsteigerungen im Unternehmensbereich Beauty Care. So haben wir beispielsweise die „Connected Worker Plattform“ eingeführt, um die Verfügbarkeit und Visualisierung von Daten zu verbessern und die Verwendung von Papier im Betrieb abzuschaffen. Dieses Leuchtturmprojekt haben wir 2020 an unserem Standort in Maribor, Slowenien, umgesetzt und konnten nach nur drei Monaten des Echtzeiteinsatzes die Zeit, die für die Umrüstung einer Produktionslinie zur Herstellung eines anderen Produkts erforderlich ist, um 5 Prozent senken. Außerdem wurden alle Formulare als Papierversion abgeschafft und in die digitale Plattform integriert. Diese Maßnahmen sind Teil des weiterentwickelten strategischen Rahmens für die nachhaltige Lieferkette des Unternehmensbereichs Beauty Care, der ein Aktivitätsspektrum umfasst, das digitale Technologien zur Verringerung des ökologischen Fußabdrucks auf jeder Stufe der Wertschöpfungskette einsetzt.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)**
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)

Standards und Managementsysteme

Global einheitliche Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE) sowie integrierte Managementsysteme bilden die Grundlage für unsere weltweiten Optimierungsprogramme. Unsere SHE- wie auch unsere Social Standards gelten für alle Standorte. Unsere → **Managementsysteme** stellen sicher, dass diese Standards in unserem weltweiten Produktionsnetzwerk konsequent umgesetzt werden.

Externe Zertifizierung unserer Managementsysteme im Jahr 2020

Code	Standard für	Prozentsatz der abgedeckten Produktionsmenge
ISO 14001	Umweltmanagementsysteme	81 Prozent
ISO 9001	Qualitätsmanagementsysteme	83 Prozent
ISO 50001	Energiemanagementsysteme	52 Prozent
ISO 45001	Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagementsysteme	46 Prozent
OHSAS 18001	Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagementsysteme	79 Prozent

Bereits im Jahr 2018 haben wir Standorte nach der neuen ISO 45001 zertifizieren lassen, die im März 2018 veröffentlicht wurde und mit einer Übergangsfrist von drei Jahren die OHSAS-18001-Zertifizierung ablösen wird.

Neue Multitechnologie-Produktionsstätten

Beim Bau neuer Standorte zielen wir darauf ab, das Effizienzprinzip und erneuerbare Energien bereits in der Planungsphase zu integrieren. So haben wir beispielsweise in Songdo, Südkorea, eine neue Anlage gebaut, die bereits mit der Testproduktion begonnen hat und als **Hightech-Produktionsstätte** mit einem umfassenden Gebäudemanagementsystem konzipiert wurde. Die Produktionsanlagen sind mit Solarzellen ausgestattet, die die höchsten Nachhaltigkeitsstandards erfüllen und zur Optimierung von Leistungsabgabe und Zuverlässigkeit mit unseren innovativen elektrisch leitfähigen Klebstoffen ausgerüstet sind. Auf dem Gelände wurden auch ein Recyclingsystem

für Regenwasser sowie hocheffiziente Einrichtungen zur Minimierung des Energieverbrauchs installiert. Zusätzlich gibt es spezifische Grünbereiche. Der neue Standort bewirbt sich um die LEED („Leadership in Energy and Environmental Design“) Gold-Zertifizierung sowie um eine Green-Building-Zertifizierung nach südkoreanischer Norm.



Neue Produktionsstätte in Südkorea

Unsere neue Hightech-Produktionsstätte in Songdo, Südkorea, wurde konsequent auf der Grundlage eines ganzheitlichen Nachhaltigkeitskonzepts gebaut, das die Nutzung erneuerbarer Energien und intelligenter Technologien für Ausrüstung und Infrastruktur umfasst.

In den vorangegangenen Jahren erhielten mehrere unserer Multitechnologie-Produktionsstätten Zertifizierungen für ihr nachhaltiges Konzept, zum Beispiel unsere Anlage in Kurkumbh, Indien, deren Konzept für geringstmögliche Umweltauswirkungen und die gleichzeitige Erfüllung der höchsten Nachhaltigkeitsstandards mit dem LEED Gold-Zertifikat ausgezeichnet wurde. Für eine weitere Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung dieses Standorts haben wir damit begonnen, die Fläche des Dachs zu vergrößern, wodurch die bereits vorhandene, mit Solarzellen abgedeckte Fläche von 7.000 Quadratmetern um weitere 2.000 Quadratmeter ergänzt wird. Unsere neue


[Vorwort](#)
[Henkel auf einen Blick](#)
[Nachhaltigkeitsstrategie](#)
[Management](#)
[Einkauf und Lieferanten](#)
[Produktion](#)
[Logistik und Transport](#)
[Produktverantwortung](#)
[Verpackungen](#)
[Adhesive Technologies](#)
[Beauty Care](#)
[Laundry & Home Care](#)
[Mitarbeiter](#)
[Gesellschaftliches Engagement](#)
[Stakeholder-Dialog](#)
[Externe Bewertungen](#)
[Kennzahlen](#)
[Referenz- und Berichtsrahmen](#)

Multitechnologie-Produktionsstätte in Montornès del Vallès, Spanien, die Lösungen für die Luft- und Raumfahrtindustrie bereitstellt, wurde 2019 gemäß hohen Nachhaltigkeitsstandards eröffnet und als erstes Fertigungsgebäude in Spanien mit einem DGNB-Zertifikat in Gold ausgezeichnet. Der Standort wurde 2020 in Betrieb genommen, und unser Team vor Ort sucht kontinuierlich nach Möglichkeiten, die Nachhaltigkeit zu verbessern. Für die Erzeugung von Kühlwasser wurde zum Beispiel eine Absorptionskältemaschine installiert, die durch von einem Biomassekessel erzeugte erneuerbare thermische Energie betrieben wird. Wir haben auch unser Warenlager optimiert und bewegliche Regale in unserem Tiefkühlager für Fertigprodukte eingeführt. Auf diese Weise wird der vorhandene Raum durch Einsparungen von Gängen besser genutzt und weniger Kühlkapazität benötigt. Unser Standort Gebkim, Türkei, wurde 2020 von der türkischen Industriekammer mit dem renommierten „Şahabettin Bilgisu Environmental Award“ in der Kategorie „Chemische Industrie“ ausgezeichnet.



Award für unser Werk in Gebkim, Türkei

2020 erhielten wir eine bedeutende Auszeichnung für unseren Produktionsstandort in Gebkim. Wir wurden als Vorreiter in den Bereichen Umwelt und Nachhaltigkeit sowie für die Förderung der Bewusstseinsbildung in der chemischen Industrie ausgezeichnet.

Klimapositiv werden bis 2040

Im Pariser Klimaschutzabkommen der UN hat sich die Staatengemeinschaft verpflichtet, die globale Erderwärmung auf deutlich unter 2 Grad Celsius gegenüber dem vorindustriellen Niveau und nach Möglichkeit sogar auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen. Dazu ist es erforderlich, die CO₂-Emissionen bis 2050 zu senken. Henkel hat sich dem 1,5-Grad-Ziel verpflichtet und betrachtet es als wesentliche Voraussetzung dafür, dass im Jahr 2050 mehr als neun Milliarden Menschen im Rahmen der begrenzten Ressourcen unseres Planeten gut leben können. Vor dem Hintergrund der Notwendigkeit, Emissionen zu reduzieren und den CO₂-Ausstoß der Wirtschaft zu mindern, verfolgen wir die Vision, bis 2040 ein **☐ klimapositives Unternehmen** zu werden, indem wir in unserer eigenen Geschäftstätigkeit und in anderen maßgeblichen Bereichen unserer Wertschöpfungskette deutliche Fortschritte erzielen und aktiv zum Klimaschutz beitragen.

Wir fokussieren uns dabei zunächst auf unsere **☐ eigene Produktion**, die wir direkt beeinflussen können. Der CO₂-Fußabdruck unserer Produktion liegt bei rund 535.000 Tonnen und verteilt sich auf die von uns selbst genutzten Brennstoffe (Scope 1) sowie auf die fremdbezogene Energie (Scope 2), insbesondere Strom. Um bis 2040 klimapositiv zu werden, konzentrieren wir uns zunächst darauf, den CO₂-Fußabdruck unserer Produktion gegenüber dem Basisjahr 2010 bis zum Jahr 2025 um 65 Prozent und bis 2030 um 75 Prozent zu senken. Diese Ziele unterstützen die Entwicklung in Richtung unseres langfristigen Ziels, bis 2030 dreimal effizienter zu werden. Das erreichen wir durch die kontinuierliche Prüfung und Verbesserung unserer Energieeffizienz und die angestrebte Verringerung des Energieverbrauchs unserer Produktionsstandorte um jeweils 30 Prozent pro Tonne

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion**
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Produkt bis 2020 im Vergleich zum Basisjahr 2010. Bis zum Jahr 2030 streben wir weiterhin eine Einsparung um 50 Prozent gegenüber dem Basisjahr an. Wir konnten unser 30-Prozent-Ziel bereits 2019 erreichen und haben die Kohlenstoffemissionen bis 2020 insgesamt um 44 Prozent verringert. Parallel zu den Effizienzzielen streben wir an, bis zum Jahr 2030 100 Prozent des Stroms, den wir für unsere Produktion einkaufen, aus erneuerbaren Quellen zu beziehen. Auf dem Weg dorthin wollten wir bis 2020 eine Abdeckung von 50 Prozent erreichen.

Erneuerbare Energien

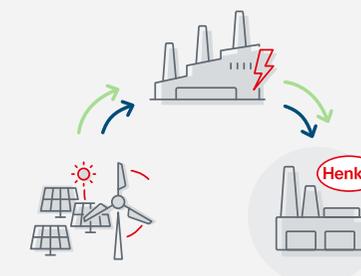
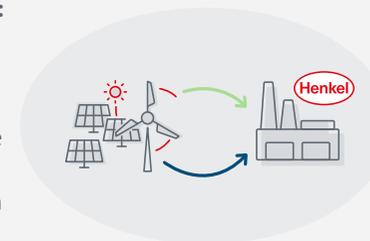
Die unterschiedliche Gesetzgebung und Infrastruktur, stark regulierte Märkte, abweichende Standortbedingungen und unterschiedliche klimatische Bedingungen in den einzelnen Ländern erfordern länderspezifische Ansätze und ein Portfolio an Optionen sowie Flexibilität, um unser Ziel, 100 Prozent des Stroms für unsere Produktion aus erneuerbaren Quellen zu beziehen, zu erreichen. Daher setzen wir bei der Umstellung auf erneuerbare Energien auf eine Kombination der folgenden drei Modelle: Produktion an unserem Standort, direkter Bezug und virtuelle Abdeckung.

Zur Unterstützung unseres Ziels, klimapositiv zu werden, haben wir 2020 in den USA einen umfangreichen **virtuellen Stromabnahmevertrag** (Virtual Power Purchase Agreement, „VPPA“) für den Strombedarf unterzeichnet, den wir nicht durch Vor-Ort-Produktion oder Direktbezug decken können. Damit haben wir uns verpflichtet, 50 Prozent der in einem neuen Windpark in Bee County, Texas, erzeugten Energie abzunehmen. Dieses Volumen entspricht der gesamten Strommenge, die wir bei unserer Geschäftstätigkeit in den USA verbrauchen, und deckt mehr als 30 Produktionsstandorte ab.

Drei Modelle der Umstellung auf erneuerbare Energien

Produktion an unserem Standort:

Dieses Modell beinhaltet die Erzeugung von „Grünstrom“ durch Windturbinen, Solarzellen oder andere Technologien. Die benötigte Infrastruktur finanziert Henkel entweder selbst oder in Kooperation mit externen Partnern.

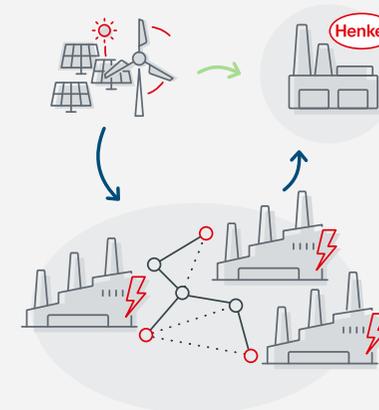


Direkter Bezug:

Bei diesem Ansatz beziehen wir Grünstrom entweder direkt aus dem Netz eines lokalen Energieversorgers oder im Rahmen eines langfristigen Stromabnahmevertrags.

Virtuelle Abdeckung:

Sollten beide zuerst genannten Optionen an einem Standort nicht umsetzbar sein und können wir somit den Strom nicht direkt beziehen, decken wir den Bedarf an Grünstrom virtuell ab. Dazu schließen wir beispielsweise langfristige Stromabnahmeverträge mit Energieversorgern ab, die Grünstrom von spezifischen Standorten in einer Größenordnung in das Versorgungsnetz einspeisen, die unserem Verbrauch entspricht.



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion**
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Zudem haben wir unseren Bezug von „Grünstrom“ weiter ausgebaut und im Berichtsjahr Stromabnahmeverträge in Ländern wie Österreich, Ungarn und Puerto Rico unterzeichnet. Somit kann die Planung und Errichtung der jeweiligen Energieerzeugungsanlagen in den kommenden Monaten beginnen. Dazu gehören auch Energiebelieferungen aus dem Netz oder aus spezifischen Anlagen. Ende 2020 haben wir 17 Länder vollständig auf 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Quellen umgestellt, und den Anteil unseres Stromeinkaufs der zweiten Jahreshälfte, der aus erneuerbaren Quellen stammt, auf 56 Prozent erhöht. Wir verfügen über konkrete Pläne, unsere jeweilige Beschaffung zu beschleunigen und weitere Länder vollständig auf Grünstrom umzustellen.

Darüber hinaus haben wir die Erzeugung erneuerbarer Energien an mehreren Produktionsstätten weltweit weiter ausgebaut. So haben wir beispielsweise an unserem Standort in Norrköping, Schweden,



Erneuerbare Energien durch Solarzellen

Neben dem Ziel, bis zum Jahr 2030 100 Prozent des Stroms, den wir für unsere Produktion einkaufen, aus erneuerbaren Quellen zu beziehen, bauen wir die Erzeugung erneuerbarer Energien an unseren Produktionsstandorten, beispielsweise in Gebkim, Türkei, aus.

mit dem Bau eines Biomassekessels begonnen, in dem Holzpellets aus Waldabfällen verarbeitet werden. Nach seiner voraussichtlichen Fertigstellung im Jahr 2021 wird er den alten Dampf- und Wärmekessel ersetzen. Mit dem neuen Kessel wird der Standort nahezu klimaneutral sein. Insgesamt arbeiten wir derzeit an 37 Projekten zur Installation von Photovoltaikanlagen an unseren Standorten. Rund neun Projekte befinden sich in der Abschlussphase des Baus oder erzeugen bereits Energie. Das Dach unseres Standorts in Kurkumbh, Indien, ist mit 7.000 Quadratmetern Solarzellen bedeckt, die bis zu 1.000.000 Kilowattstunden Energie pro Jahr erzeugen. Darüber hinaus haben wir ein Projekt zur Installation von Dachsolarmodulen abgeschlossen, das die Kapazität hat, bis zu 30 Prozent des gesamten Stromverbrauchs an unserem Standort in Gebkim, Türkei, zu erzeugen und das rund 800 Tonnen CO₂ pro Jahr einsparen kann. In China und Nordamerika werden weitere Projekte für die Erzeugung von Solarnergie umgesetzt. An unserem Standort in Wassertrüdingen wird eine große autarke Photovoltaikanlage mit einer jährlichen Kapazität von rund 1.650.000 kWh Strom gebaut.

Szenario bis 2040

Bis 2040 wollen wir die verbleibenden Brennstoffe in unserer Produktion durch klimaneutrale Alternativen wie Biogas oder Gas aus der Umwandlung von CO₂ ersetzen. Außerdem wollen wir Dritte mit CO₂-neutraler Energie versorgen, die Henkel nicht für eigene Zwecke benötigt – das heißt: ein **klimateilnehmendes Unternehmen** werden. Auf diese Weise vermeiden wir nicht nur eigene Emissionen, sondern ermöglichen es anderen, von sauberer Energie zu profitieren und so potenzielle Emissionen zu vermeiden.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Verringerung von Produktionsabfällen und Förderung einer Kreislaufwirtschaft

Henkel setzt sich für eine Kreislaufwirtschaft ein. Dafür treiben wir die Entwicklung innovativer → **Verpackungslösungen** für unsere Konsumenten und Industriekunden voran und arbeiten eng mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette zusammen. Gleichzeitig sind wir bestrebt, Produktionsabfälle zu verringern und die Kreislaufwirtschaft im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit zu fördern. Wir beschleunigen den Fortschritt zur Zielerreichung, indem wir Abfallströme systematisch identifizieren und, wo dies möglich ist, geschlossene Kreislaufsysteme schaffen. Unser Fokus liegt auf verstärktem Recycling an unseren Standorten und der Zusammenarbeit mit Verpackungslieferanten. Unsere Initiativen konzentrieren sich auf vier Schlüsselbereiche: Verringerung des Materialverbrauchs und Abfallaufkommens, Wiederverwendung von Materialien, Recycling von Materialien und Energierückgewinnung.

Entsprechend unserem Ziel, unseren ökologischen Fußabdruck zu senken, wollten wir das gesamte Abfallvolumen an unseren Produktionsstandorten bis 2020 im Vergleich zum Basisjahr 2010 um 30 Prozent pro Tonne Produkt verringern. Im Jahr 2020 haben wir eine Reduzierung von 44 Prozent erreicht. Auf Grundlage dieser Leistung wollen wir die Gesamtabfallmenge an unseren Produktionsstandorten bis 2025 um 50 Prozent pro Tonne Produkt im Vergleich zum Basisjahr 2010 weiter reduzieren.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Reduzierung der Deponieabfälle aus unserer Produktion. Unser Ziel bis 2020 bestand darin, dass alle Standorte für unsere Konsumentengeschäfte keine Deponie-

abfälle mehr produzieren. Ende 2020 haben wir dieses Ziel dank der Anpassung unseres Abfallmanagements in Nordamerika erreicht, wo Deponieabfälle immer noch gängige Branchenpraxis sind. Wir weiten dieses Ziel bis 2030 auf alle Standorte, inklusive unseres Industriegeschäfts, aus. Ende 2020 hatten 68 Prozent der Standorte das Ziel bereits erreicht.

In diesem Zusammenhang hat unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies zur Optimierung des Abfallmanagements in unseren Werken ein Instrument entwickelt, das Abfalltypen unterscheidet und eine Übersicht über den Lebenszyklus des Abfalls – von dessen Entstehung bis zur Entsorgung – gibt. Dieses Instrument ist für Produktionswerke und Forschungszentren nutzbar und wurde 2017 in der Region Asien / Pazifik initiiert. Es umfasst eine Klassifizierung, Compliance-Prüfung, die Steuerung der Abfallströme und die Berichterstattung. Das Instrument ermöglicht es, Unterschiede zwischen Standorten zu identifizieren, die ähnliche Abfalltypen erzeugen. Anschließend prüfen wir Best-Practice-Beispiele und entwickeln konkrete Verbesserungsmaßnahmen. So haben wir beispielsweise an unserem Standort in Ipoh, Malaysia, das Ziel erreicht, keine Deponieabfälle zu erzeugen, nachdem wir im Jahr 2020 ein Projekt durchgeführt haben, das dieses Instrument zur Erfassung der maßgeblichen Abfallströme nutzte. Dieser Erfolg beruht auf der Koordination mehrerer Aktivitäten. So sind wir zum Beispiel eine Partnerschaft mit einem lokalen Entsorgungsdienstleister eingegangen. Im Jahr 2020 konnten wir fünf Standorte in Nordamerika in die Liste der Anlagen aufnehmen, die Alternativen zur Deponierung von Produktionsabfällen implementiert haben.


[Vorwort](#)
[Henkel auf einen Blick](#)
[Nachhaltigkeitsstrategie](#)
[Management](#)
[Einkauf und Lieferanten](#)
[Produktion](#)
[Logistik und Transport](#)
[Produktverantwortung](#)
[Verpackungen](#)
[Adhesive Technologies](#)
[Beauty Care](#)
[Laundry & Home Care](#)
[Mitarbeiter](#)
[Gesellschaftliches Engagement](#)
[Stakeholder-Dialog](#)
[Externe Bewertungen](#)
[Kennzahlen](#)
[Referenz- und Berichtsrahmen](#)

Rohstoffverpackungen stellen einen bedeutenden Anteil des gesamten Abfallaufkommens an unseren Standorten dar. Aus diesem Grund hat unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies eine Initiative zur Reduzierung dieser Art von Abfällen angestoßen, die zwölf Standorte im asiatisch-pazifischen Raum und elf Standorte in Europa umfasst, mit dem Ziel, die Wiederverwendung von Materialien zu fördern. Damit streben wir gemeinsam mit unseren Lieferanten eine Förderung des Kreislaufdenkens und die Vermeidung von Verpackungsabfällen an. Dafür wurden mehrere Projekte mit einem Potenzial zur Vermeidung von 700 Tonnen Abfall pro Jahr identifiziert, deren Umsetzung bereits begonnen hat und im Jahr 2021 fortgesetzt wird.

Darüber hinaus soll diese Initiative auf alle anderen Regionen ausgeweitet werden. Viele unserer anderen Standorte haben ebenfalls Verbesserungen bei Rohstoffverpackungen erzielt. So haben wir 2020 an mehreren Standorten in Lateinamerika ein neues Verfahren für das Management von Paletten eingeführt, die nun für eine Wiederverwendung gewartet werden. Zusätzlich haben wir an unserem Adhesives-Standort in Bogotá, Kolumbien, ein Reverse-Logistics-Programm mit unseren Rohstofflieferanten eingeführt, bei dem die Metallfässer für den Transport von Chemikalien wiederverwendet werden und so vermieden wird, dass leere Fässer als Sondermüll entsorgt werden müssen.

Entsprechend unserem Ziel, geschlossene Kreislaufsysteme zu implementieren, arbeitet unser Unternehmensbereich Laundry & Home Care mit unseren Verpackungslieferanten zusammen. Wir verwenden beispielsweise an verschiedenen europäischen Standorten Vorformlinge für Kunststoffflaschen, die unsere Wasch- und Reinigungsmittel enthalten. Vorformlinge, die während der Produktion aussortiert werden, werden vom Verpackungshersteller weiterverarbeitet, sodass das Material wiederverwendet werden kann. Darüber hinaus sind wir

an unserem Standort in West Hazleton, Nordamerika, wo wir Produkte für Laundry & Home Care und Beauty Care herstellen, eine Partnerschaft mit Valicor eingegangen. Das Unternehmen sammelt und verwertet die am Standort anfallenden Seifenabfälle.

Außerdem beteiligen wir uns an Projekten für die Umsetzung geschlossener Kreislaufsysteme und die Erreichung unseres Ziels, keine Deponieabfälle an unseren Beauty Care-Standorten zu erzeugen. An unserem Standort in Maribor, Slowenien, planen wir zum Beispiel den Wechsel zu einem neuen Lieferanten für Kunststoffflaschen, der sich in der Nähe unseres Standorts befindet und die Flaschen in Mehrwegkartons anliefert. Auf diese Weise können wir rund 40 Tonnen Verpackungsabfälle pro Jahr einsparen.

Einsparung von Wasser

Wasser ist eine der wertvollsten Ressourcen der Welt. Wir benötigen Wasser für unsere Produktionsprozesse und als Inhaltsstoff für unsere Produkte, und sind uns bewusst, wie wichtig der verantwortungsvolle Umgang mit dieser Ressource ist. Daher hatten wir uns das Ziel gesetzt, den Verbrauch pro Tonne Produkt bis 2020 um 30 Prozent zu senken. Bis Ende 2020 haben wir eine Einsparung von 28 Prozent erreicht. Eine darüber hinausgehende Senkung unseres Wasserverbrauchs im Hinblick auf unser Ziel für 2020 war nicht möglich. Die Gründe dafür waren vor allem Veränderungen in unserem Portfoliomix, insbesondere in unserem Konsumentengeschäft, wo Wasser ein integraler Bestandteil unserer Produkte ist. Daher werden wir unsere Bemühungen zur Reduzierung des Wasserverbrauchs und des Abwasseraufkommens in unseren Produktionsprozessen weiter



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

vorantreiben. Damit kommen wir unserem Ziel näher, bis 2025 Einsparungen von 35 Prozent zu erreichen. Jeder Produktionsstandort prüft dafür sorgfältig Möglichkeiten, den Wasserverbrauch zu senken und Abwasser zu vermeiden. Das Abwasser aus industriellen Anwendungen wird zur Entfernung von Schadstoffen mit modernster Technologie vorbehandelt und fachgerecht entsorgt.

Die weltweite Verfügbarkeit von Wasser wird durch regionale und saisonbedingte Knappheiten beeinträchtigt. Darüber hinaus schwanken Verfügbarkeit und Leistung von Abwasserbehandlungsanlagen, und die spezifischen ökologischen Eigenschaften jedes aufnehmenden Gewässers sind anders. Wir haben weltweit Wasserknappheitsprüfungen und darüber hinaus detaillierte lokale Untersuchungen durchgeführt. Dabei haben wir keine wesentlichen Risiken identifiziert und dennoch unsere Ambitionen dahingehend bekräftigt, dass in Regionen mit starker Wasserknappheit ein besonderer Fokus auf Projekten für mehr Wassereffizienz liegt.

Um Wasser zu sparen, nutzt unser Unternehmensbereich Laundry & Home Care Online-Messsysteme und unser Digital-Backbone-System. Auf diese Weise können Optimierungspotenziale und erhöhte Wasserverbräuche identifiziert werden. Somit konnten wir zum Beispiel Wasserleckagen einer unterirdischen Leitung erkennen und an unserem Standort in Cork, Irland, den Verlust von bis zu 20 Kubikmetern Wasser pro Tag vermeiden. Zusätzlich überprüfen und optimieren wir kontinuierlich die Wassermenge, die für die Reinigung der Produktionslinien bei Produktumstellungen benötigt wird. Dabei berücksichtigen wir die spezifischen Eigenschaften des herzustellenden Produkts vor und nach der Umstellung. An unserem Standort in Montornès del Vallès, Spanien, wählt unser Prozessleitsystem auto-

matisch den Reinigungszyklus, der am wenigsten Wasser verbraucht. Die Wasseraufbereitung ist ein wichtiger Prozess, weil wir für unsere Produktion eine bestimmte Wasserqualität benötigen. Am Standort in Toluca, Mexiko, haben wir spezielle Wasseraufbereitungsanlagen angeschafft, die es uns ermöglichen, die richtige Wasserqualität mit höchster Effizienz zu erhalten, wodurch die Abwassermenge um 5 Prozent verringert wird. Entsprechend unserem Ziel, das Abwasseraufkommen zu verringern und die Kreislaufwirtschaft zu fördern, hat unser Standort in Kruševac, Serbien, eine Zusammenarbeit mit einem Abwasseraufbereiter begonnen, der aerobe Fermentationsprozesse zur Abwasserbehandlung einsetzt. Die mobile Kompostieranlage für nicht gefährliche, biologisch abbaubare Abfälle arbeitet mit aeroben Behandlungsverfahren ohne Zugabe von Chemikalien, sodass keine Schadstoffe entstehen. Der biologisch abbaubare Abfall wird zersetzt und umgewandelt, und der Kompost kann zur Bodenverbesserung eingesetzt werden. Auf Grundlage dieses erfolgreichen Projekts wurde ein ähnliches Konzept für die Stadt Maribor in Slowenien entwickelt.

Im Jahr 2020 hat der Unternehmensbereich Adhesive Technologies ein Wasserbilanzierungsprogramm in der Region Asien / Pazifik eingeführt. Das Programm zielt darauf ab, den Wasserverbrauch zu senken und gleichzeitig die wichtigsten Wasserverbraucher zu identifizieren und zu verfolgen sowie Verluste durch Lecks zu beseitigen. Es wurde an elf Standorten eingeführt und lieferte innerhalb kurzer Zeit erste Erfolge. Nur drei Monate nach der Installation von Wasser-Nebenzählern wurden an vier Standorten Schlüsselprojekte für die Hauptauslöser des Wasserverbrauchs identifiziert. Die Projekte können potenziell mehr als 5.000 Kubikmeter Wasser pro Jahr einsparen. Außerdem wird an unserem Standort in Jundiaí, Brasilien, eine neue Wasseraufbereitungsanlage errichtet, die Regenwasser für die



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wiederverwendung in Anwendungen wie Bewässerung oder Toilettenspülungen aufbereiten wird. Dadurch werden der Wasserverbrauch und das Abwasservolumen reduziert.

Darüber hinaus haben wir Projekte zur Abwasserbehandlung an unseren Beauty Care-Standorten in Bogotá, Kolumbien, und Maribor, Slowenien, begonnen. Derzeit wird in Bogotá eine neue Abwasseraufbereitungsanlage installiert, die die Aufbereitungskapazität an unserem Standort um 30 bis 50 Kubikmeter Wasser pro Tag erhöhen wird. Gleichzeitig können wir 90 Prozent des aufbereiteten Abwassers zurückgewinnen, um es für andere Prozesse wie für unsere Kessel- und Kühlsysteme oder für sanitäre Zwecke wiederzuverwenden. An unserem Standort in Maribor werden mehrere Verfahren zur Abwasserbehandlung umgesetzt, darunter die Verwendung von aufbereitetem Regenwasser zur Reinigung unserer Maschinen und Behälter sowie die Verwendung von enthärtetem Flusswasser, um Wasserproben aus unserem Kessel abzukühlen. Als Pilotprojekt werden einige Mischer und Abfüllmaschinen mit Dampf anstelle von entmineralisiertem Wasser gereinigt, um den Wasserverbrauch zu verringern. Darüber hinaus haben wir eine neue Nanofiltrations-Technologie für die Abwasseraufbereitung realisiert, die es uns ermöglicht, bis zu 70 Prozent des Abwassers aus der Umkehrosmoseanlage in Sfax, Tunesien, zurückzugewinnen.

Potenzial von Industrie 4.0 nutzen

Für Henkel beinhaltet die  **Industrie 4.0** erhebliches Potenzial, um durch intelligente Produktionsprozesse den Fortschritt in Richtung Produktivität, Effizienz und Flexibilität voranzutreiben. Durch auto-

matisierte Systeme und vernetzte Daten werden unsere Abläufe schneller, stabiler und nachhaltiger. Henkel nutzt die Industrie 4.0 zur besseren Planung, Beschaffung und Herstellung bis hin zur Lieferung von Produkten und Lösungen. Ein zentrales Element ist die „Smart Factory“, in der intelligente Maschinen Produktionsprozesse auf der Grundlage von Echtzeitinformationen und Funkverbindungen steuern und optimieren. Die Digitalisierung unserer integrierten globalen Lieferkette trägt bereits dazu bei, das Service-Level für unsere Kunden zu erhöhen, Produktionsstandorte effizienter zu verwalten, Produktions- und Logistikprozesse zu optimieren sowie unsere Nachhaltigkeitsleistung weiter zu verbessern.

Die Produktionsstandorte und Prozesse für unseren Unternehmensbereich Laundry & Home Care sind weltweit vernetzt und alle Informationen werden in Echtzeit zentral gesammelt. Somit dient die Digitalisierung als Motor für Nachhaltigkeit. Im Jahr 2020 wurde Henkel vom Weltwirtschaftsforum (WEF) für den hochmodernen Standort von Laundry & Home Care in Düsseldorf als  „Advanced 4th Industrial Revolution Lighthouse“ ausgezeichnet. In einer Studie, die sich darauf konzentrierte, wie führende Unternehmen Technologien der vierten industriellen Revolution für die Verbesserung ihrer Abläufe nutzen, wurde Henkel für seine einzigartige cloudbasierte Datenplattform, das „Digital Backbone“, mit der globale Abläufe durchgängig vernetzt werden, gewürdigt. Darüber hinaus erhielt der Standort für seine Umwandlung von einem historischen Produktionsstandort in eine moderne, digitale, nachhaltige und effiziente Anlage die Auszeichnung „Fabrik des Jahres“ von der Unternehmensberatung A.T. Kearney. Diese Transformation wurde durch Maßnahmen wie die Umsetzung unseres Digital Backbone ermöglicht. In diesem laufen die Daten des „Online Metering Systems“ aus allen Waschmittel-Standorten weltweit

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)**
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)



Auszeichnung durch das Weltwirtschaftsforum

Die hochmoderne Waschmittelproduktion in Düsseldorf wurde sowohl vom Weltwirtschaftsforum als auch von der Unternehmensberatung A.T. Kearney stellvertretend für das globale Produktionsnetzwerk von Laundry & Home Care ausgezeichnet.

zusammen und werden verarbeitet. Mit den Informationen von rund 4.000 Sensoren erfasst es, wie viel Energie und Wasser jede Anlage verbraucht, und stellt die Daten visuell dar. Durch die Analyse großer Datenmengen und den Einsatz künstlicher Intelligenz kann das System Muster erkennen und Optimierungspotenziale identifizieren. Seit 2016 werden zusätzlich Effizienzdaten unserer Produktionslinien ins System übermittelt und ausgewertet. Die Gesamtanlageneffektivität (Overall Equipment Effectiveness, OEE) quantifiziert in Echtzeit, wie gut die Leistung eines Ausrüstungsteils im Vergleich zu seiner erwarteten Kapazität ist. Dank einer hochstandardisierten Ausrüstungskonfiguration können unsere Mitarbeiter die entsprechenden Informationen aller anderen Produktionsstandorte weltweit einsehen, sie mit Best-Practice-Vorgaben vergleichen und Maßnahmen einleiten, um Produktionsabläufe zu verbessern. Seit Einführung des Energie-Monitoring-Programms im Jahr 2011 konnte Laundry & Home Care den Energieverbrauch um 30 Prozent pro Tonne Produkt senken.

Da die Plattform flexibel, erweiterbar und skalierbar ist, wurden weitere Module hinzugefügt, die auf identischen Technologien und Managementverfahren für Qualität, Gesundheitsmanagement, Produktionslinienneffizienz und Rückverfolgbarkeit aufbauen. 2020 haben wir unser globales Energiemesssystem weiter zur Einführung standardisierter und digitalisierter Energieprüfungsprozesse genutzt. Das digitale Expertensystem ermöglicht Vergleiche zwischen Produktionsstandorten basierend auf einer tiefgehenden Analyse des Energiebedarfs pro Standort, einschließlich detaillierter Analysen der relevantesten Energieverbräuche. Nach der Durchführung des Pilotprojekts in Montornès del Vallès, Spanien, hat der globale Einführungsprozess begonnen, der 2021 abgeschlossen wird.



Mitarbeiter sind untereinander vernetzt

Wir verbinden die Mitarbeiter an den Produktionsstandorten über mobile Geräte, um die Produktionsdaten und eventuelle Abweichungen kontinuierlich zu beobachten. Dadurch können wir unsere Betriebsprozesse verbessern.

Unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies nutzt eine „Smart Operations“-Plattform zur Visualisierung, Überprüfung und Analyse des Ressourcenverbrauchs. Damit werden Optimierungspotenziale



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

für den Rohstoffeinsatz identifiziert. Die Plattform ist derzeit in den Regionen Asien / Pazifik, Indien, Nahost, Afrika sowie an mehreren Standorten in den USA, die wir 2020 angebunden haben, in Betrieb. Sie ermöglicht außerdem eine bessere Nutzung von Daten zur Verbesserung der Effizienz beim Verbrauch von Rohstoffen sowie von Wasser und Energie. Die fortschrittliche Nutzung von Daten und die Automatisierung führen auch zur Gestaltung einer sichereren Arbeitsumgebung. Zur Gewährleistung höchster Qualität bei unseren Produkten wird der Unternehmensbereich Adhesive Technologies sein Instrument der statistischen Qualitätskontrolle weiterentwickeln, um den Einsatz der Ressourcen weltweit weiter zu optimieren. Die COVID-19-Pandemie hat uns vor die Herausforderung gestellt, neue Möglichkeiten zu finden, um weiterhin vernetzt zu bleiben. Wir haben daraufhin Augmented-Reality-Lösungen mit Smart Glasses eingeführt, die Online-Audits und -Workshops ermöglichen. So konnten wir eine sicherere Arbeitsumgebung schaffen und unsere Geschäftstätigkeit auch in diesen schwierigen Zeiten weiterführen.

Im Einklang mit unserem Ansatz, automatisierte Systeme und vernetzte Daten zu implementieren, um unsere Prozesse effizienter und nachhaltiger zu gestalten, hat sich unser Unternehmensbereich Beauty Care 2020 auf ein globales Mess- und Digitalisierungsprojekt für Energie- und Wasserverbrauchsdaten konzentriert. Dazu haben wir zunächst die kritischen Bereiche für Verbesserungen identifiziert und analysiert. Ende 2020 hatten wir neue digitale Zähler implementiert, die mit dem lokalen Energiemanagementsystem (EMS) verbunden sind und Echtzeitdaten sammeln. In einem nächsten Schritt werden diese Zähler in ein globales EMS eingebunden. Gleichzeitig läuft der Auswahlprozess für ein neues Manufacturing Operations Management-Tool (MOM). Dazu wurden bereits einige Tests an unserem

Standort in Viersen-Dülken, Deutschland, sowie an unseren Standorten in Maribor, Slowenien, und Bogotá, Kolumbien, durchgeführt. Das MOM wird Echtzeitdaten zur Gesamtanlageneffektivität (OEE) und zum Energieverbrauch kombinieren, um eine schnelle Analyse der Informationen zu ermöglichen und sicherzustellen, dass entsprechende Maßnahmen ergriffen werden. Da das globale EMS ein integraler Bestandteil des gesamten MOM ist, werden die Fertigungsdaten aller Beauty Care-Standorte zentralisiert, sobald die Integration vollständig abgeschlossen ist. Damit werden Sichtbarkeit und Analysen verbessert und der Wasser- und Energieverbrauch verringert. Wir arbeiten weiterhin an der Anbindung aller anderen Standorte mit dem Ziel, ein globales digitales Datensystem einzuführen, das uns bei der weiteren Senkung des Energie- und Wasserverbrauchs unterstützt.

Unsere Zusammenarbeit mit Lohnherstellern

Die Lohnherstellung ist ein integraler Bestandteil unserer Produktionsstrategie. Zum Beispiel setzen wir auf die Unterstützung von Lohnherstellern, wenn wir neue Märkte erschließen oder neue Produkte und Technologien einführen und das entsprechende Produktionsvolumen häufig noch gering ist. Der Einsatz von Lohnherstellern hilft uns auch, unsere Produktions- und Logistikstrukturen zu optimieren und Ressourcen wirtschaftlicher zu nutzen. Jährlich beziehen wir rund 10 Prozent zusätzliche Produktionstonnage von Lohnfertigungsbetrieben. Unsere Anforderungen an Qualitäts-, Umwelt-, Sicherheits- und Sozialstandards sind integraler Bestandteil von Verträgen und Auftragsvergaben. Diese prüfen wir durch eigene Audits sowie vermehrt auch durch spezialisierte externe Dienstleister.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Logistik und Transport

- Wie wir unsere Transport- und Logistikprozesse optimieren
- Ausweitung intermodaler Transporte
- Verbesserung unseres Lagernetzwerks
- Optimierung des Transportwesens
- Digitale Tools für eine verbesserte Logistik
- Mobilität der Zukunft



Logistik und Transport

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wie wir unsere Transport- und Logistikprozesse optimieren

Unsere Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette umfasst die Optimierung unserer Transport- und Logistikprozesse hinsichtlich Umweltverträglichkeit und Ressourceneffizienz. Unser Ziel für 2020 war, die Emissionen aus dem Transport unserer Produkte im Vergleich zum Basisjahr 2015 insgesamt um 5 Prozent pro Tonne Produkt zu reduzieren. Indem wir die transportbedingten Emissionen gegenüber dem Jahr 2015 um mehr als 10 Prozent pro Tonne Produkt verringerten, haben wir dieses Ziel Ende 2020 übertraffen. Unser neues Ziel für 2025 ist es, die transportbedingten CO₂-Emissionen um 15 Prozent pro Tonne Produkt gegenüber 2015 zu reduzieren. Außerdem wollen wir bis 2025 für 50 Prozent der Lagerflächen in von Henkel betriebenen Lagerhäusern erneuerbaren Strom verwenden.

Die Reduzierung unseres Logistik-Fußabdrucks beginnt bei der Produktentwicklung. Wir arbeiten an Produkt- und Verpackungsoptimierungen hinsichtlich des Gewichts und Volumens, soweit dies ohne Einschränkung der Leistung, Handhabbarkeit oder Stabilität möglich ist. Konzentriertere Produkte und → **leichtere Verpackungen** sparen Transportgewicht und damit CO₂-Emissionen.

Neben der Optimierung von Produkten und Verpackungen hilft uns die Verbesserung unserer Logistikstrukturen bei der Senkung von Transportemissionen. Dazu berücksichtigen wir auch die Lage unserer

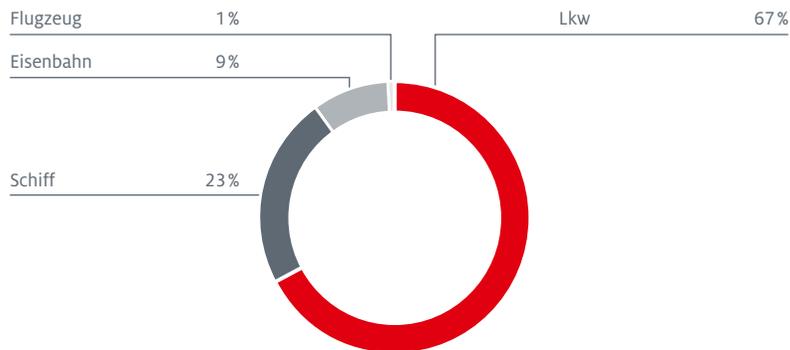
Produktionsstandorte: Bei eher großvolumigen Produkten reduzieren wir durch regionale Produktionsstandorte die Transportwege und die damit verbundenen Umweltbelastungen. Bei kompakten Produkten fällt der Transportaufwand geringer aus. Hier erhöhen wir die Effizienz in der Produktion, indem wir diese Produkte möglichst zentral herstellen. Für den Transport und die Logistik fertiger Waren konzentrieren wir unsere Aktivitäten auf drei wesentliche Treiber:

- Ausweitung intermodaler Transporte,
- Verbesserung unseres Lagernetzwerks,
- Optimierung des Transportwesens.

Wir verstärken diese Treiber durch die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten und Kunden, mit denen wir gemeinsam Logistikprojekte umsetzen. Insbesondere haben wir unser bestehendes → „**Say yes! to the future**“-Programm, das Teil unseres Nachhaltigkeitsbotschafter-Programms ist, auf den Bereich Logistik ausgedehnt, um den Austausch von Best-Practice-Projekten zwischen unseren Unternehmensbereichen zu fördern und Logistikprojekte in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden zu initiieren. Im Hinblick auf eine verbesserte Logistik nutzen wir auch fortschrittliche digitale Lösungen. Darüber hinaus ist die Verwendung alternativer Antriebsarten Bestandteil unseres Ansatzes zur Optimierung von Transport und Logistik.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport**
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Produkttransporte nach Verkehrsträgern 2020



Bei der Auswahl unserer Transportpartner achten wir auf deren Leistungen in den Bereichen Effizienz sowie Umweltschutz und Sicherheit. Entsprechende Kriterien sind Teil unserer Ausschreibungs- und Auswahlverfahren beim Einkauf von Logistikdienstleistungen. Dazu gehört neben dem Umfang der vom Dienstleister realisierten Emissions-Einsparungen auch der Einsatz von neuen Technologien, alternativen Antriebsarten und Energiesparprogrammen.

Ausweitung intermodaler Transporte

Der intermodale Verkehr kombiniert mindestens zwei Verkehrsträger. Bei Henkel bedeutet das die zunehmende Verlagerung von der Straße auf die Schiene: Ein Lkw bringt die zu transportierende Ware zum nächsten Bahnverladeterminal. Von dort wird die lange Strecke mit der Bahn zurückgelegt, bevor ein zweiter Lkw die Ware am Bestimmungsort abholt und an den Kunden ausliefert. Damit nutzen wir

den geringeren CO₂-Fußabdruck der Bahn gegenüber dem eines Lkw, wodurch bei gleichem Gewicht der Ware rund ein Drittel des CO₂-Ausstoßes eingespart wird. Daher stellt der intermodale Transport einen Schlüsselfaktor für die CO₂-Verringerung in der Logistik von



Von der Straße auf die Schiene

Es ist unser Ziel, intermodale Lösungen im Jahr 2021 weiterzuentwickeln. Daher testen wir kontinuierlich die Anwendungsmöglichkeiten des intermodalen Transports auf neuen Strecken für die Logistik unseres Unternehmens.

Henkel dar. Mittels spezieller Ausschreibungen erschließen wir zusätzliche Bahnstrecken in Europa für die Verlagerung auf den intermodalen Transport. Alle drei Unternehmensbereiche haben diese Bemühungen 2020 weiter intensiviert. So wurden beispielsweise Lkw-Transporte für unsere Lieferungen aus Körösladány, Ungarn, nach Düsseldorf für den Unternehmensbereich Laundry & Home Care im Februar 2020 erfolgreich auf die Schiene verlagert. Bei den jährlich mehr als 500 Lieferungen können wir so rund 630 Tonnen CO₂-Emissionen pro Jahr einsparen. Im Juni 2020 verlagerte unser Unternehmensbereich Beauty Care wichtige Versorgungswege von



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

unserem Werk in Maribor, Slowenien, für mehrere Warenlager in der EU auf die Schiene und reduzierte damit die CO₂-Emissionen um 680 Tonnen pro Jahr. Auch für die Verbindungen unserer Produktionsstätte in Wien mit Düsseldorf und unserer Produktionsstätte in Racibórz, Polen, mit Lazzate, Italien, wurden ähnliche intermodale Lösungen umgesetzt.

Seit 2019 ist unser Unternehmensbereich Beauty Care auch an einem „Pooling“-Konzept eines externen Dienstleisters beteiligt, der eine Bahnverbindung in Frankreich betreibt. Diese Verbindung deckt mehr als 800 Kilometer zwischen Château Thierry im Norden Frankreichs und Nîmes im Süden ab. Die Verlagerung des Transports vom Lkw auf die Schiene ermöglichte uns zusätzliche CO₂-Einsparungen auf dieser Strecke. Darüber hinaus übernimmt der Dienstleister Auftragsvolumen aller Lieferanten, sodass die Lkw besser ausgelastet und weniger Lieferfahrten erforderlich sind, wodurch die Emissionen ebenfalls sinken.

Eine weitere Möglichkeit zur Verbesserung unseres ökologischen Fußabdrucks ist die Verlagerung vom Lufttransport zum Seetransport. Beispielsweise hat unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies das per Luftfracht transportierte Bruttogewicht 2019 um mehr als 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr senken können, was im Vergleich zu 2018 zu einer fast 5-prozentigen Verringerung des CO₂-Ausstoßes führte. Die Maßnahmen, die zu dieser Verringerung beitrugen, umfassten Verbesserungen bei der Genauigkeit unserer Nachfrageprognosen und die Einrichtung eines Luftfracht-Dashboards zur Ermittlung und Auflösung möglicher Problemfelder.

Im Jahr 2020 haben wir uns weiterhin auf die Begrenzung des Luftfrachtvolumens konzentriert. Trotz steigender Nachfrage nach eiligen Zustellungen im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie ist unser weltweites Luftfrachtvolumen gegenüber dem Vorjahr stabil geblieben. Aufgrund eines durch die Pandemie ausgelösten vorübergehenden Engpasses bei den Seefrachttransporten wurde eine intermodale Route von Deutschland nach China geschaffen. Mit dem Versand eines Containers pro Woche über diese Route konnte somit zusätzliches Luftfrachtvolumen vermieden werden.

Verbesserung unseres Lagernetzwerks

Die Auswahl der Standorte von Warenlagern und Verteilzentren zielt darauf ab, die Routen zwischen Produktionsstandorten und Kunden zu optimieren. Sogenannte „Wall-to-Wall“-Konzepte, bei denen sich das Lager direkt an die Produktionsanlage anschließt, minimieren die Transportwege. Wo dies nicht möglich ist, erzielen wir Synergien, indem wir Transporte zwischen einzelnen Werken und Lagern unternehmensweit zusammenlegen. Des Weiteren nutzen wir das „Mega Warehouse“-Konzept, bei dem wir in wenigen Hauptverteilzentren Produkte bis zur rechtzeitigen Lieferung der jeweils benötigten Menge an die Außenlager und an den Handel lagern.

Im Rahmen unseres Ansatzes zur Verbesserung von Effizienz und Nachhaltigkeit in der Logistik hat unser Unternehmensbereich Adhesive Technologies weitere Lager zusammengelegt, um den Ressourcenverbrauch und Transportbedarf zu minimieren. Diese Zusammenlegungen beruhen auf einer detaillierten Analyse von Kundenanforderungen, Netzwerkszenarien und betrieblichen

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Einschränkungen. Die 2018 begonnene Integration mehrerer Lager in Belgien in ein einziges modernes Lager in Frankreich wurde 2020 fortgeführt. Mit der geplanten Integration eines weiteren Lagers werden bei Abschluss des Projekts insgesamt 39 Prozent CO₂-Emissionen eingespart werden. Ende 2019 führte das Projekt bereits zu einer Reduzierung der CO₂-Emissionen in Höhe von 30 Prozent. Darüber hinaus begann der Unternehmensbereich Adhesive Technologies, fünf Lager in Deutschland und Belgien zusammenzulegen. 2020 waren bereits vier davon in ein neues Lager in der Nähe von Düsseldorf überführt worden. Der Standort des Lagers wurde den Standorten unserer Kunden entsprechend ausgewählt und ermöglicht eine verbesserte Auslastung unserer Lkw beim Transport vom Werk zum Lager. Auf der nachgelagerten Ebene hat die Zusammenlegung den Effekt, dass ursprünglich von verschiedenen Lagern aus belieferte Kunden nur noch von einem einzigen Lager beliefert und so transportbedingte Emissionen eingespart werden. Das neue Lager, das auch das größte unseres Unternehmensbereichs Adhesive Technologies ist, erhielt die Gold-Zertifizierung der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB) für Logistikgebäude. Es ist nach dem neuesten Stand der Technik zur Senkung des Energieverbrauchs ausgestattet und verfügt über fortschrittliche Abfallsortierverfahren, um in Zusammenarbeit mit Verwertungsunternehmen die Wiederverwertung recyclingfähiger Materialien sicherzustellen. Der Betrieb wurde in der zweiten Jahreshälfte 2019 aufgenommen, und im Jahr 2020 verließen pro Tag durchschnittlich 500 Tonnen Produktvolumen dieses Lager.

2019 verlegte unser Unternehmensbereich Beauty Care seine Lagertätigkeiten vom Standort Willebroek in Belgien in ein neues niederländisches Lager. Diese Verlagerung ging auf eine Evaluierung der

Lieferaktivitäten des Unternehmensbereichs im Jahr 2017 zurück, die verdeutlichte, dass der Schwerpunkt der Lieferungen in den Benelux-Ländern im Raum Heteren in den Niederlanden liegt. Durch die anschließende Verlegung des Lagers konnte die Lieferentfernung zu diesem Logistikzentrum um 125 Kilometer reduziert werden, wodurch CO₂-Einsparungen ermöglicht werden.

Im Jahr 2020 wurde unser neues Warenlager für Laundry & Home Care in Toluca, Mexiko, eröffnet, das sieben Lagerhäuser an einem Standort zusammenfasst. Durch diese Konsolidierung konnten über 1.000 innerbetriebliche Transporte pro Tag vermieden werden. Ein weiterer Meilenstein der Optimierung unserer Lagernetzstruktur wurde in Montornès del Vallès (bei Barcelona), Spanien, mit der **Eröffnung unseres hochmodernen, vollautomatischen Lagers** für unseren



Neues vollautomatisches Lager in Spanien

Das neue vollautomatische Lager des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care in Montornès del Vallès, Spanien, erstreckt sich über eine Fläche von 24.000 m² und wird mehr als 1 Million Paletten pro Jahr abfertigen. Die Faktoren Effizienz und erneuerbare Energien wurden bereits in der Planungsphase des Gebäudes berücksichtigt, wodurch der CO₂-Fußabdruck dieses Lagers reduziert und seine Nachhaltigkeit verbessert wurde.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Unternehmensbereich Laundry & Home Care im November 2020 erreicht. Das Lager, das mit 80 Solarpanelen auf dem Dach ausgestattet ist, wird acht Lagerhäuser zusammenfassen und so die interne Logistik optimieren. Es wird die CO₂-Emissionen schätzungsweise um 60 Prozent reduzieren.

Wir wollen unser Lagernetz weiter verbessern, gleichzeitig aber auch die betrieblich bedingten CO₂-Emissionen unserer Lagerhäuser verringern. Im Jahr 2020 haben wir in mehreren Lagerhäusern eine energiesparende LED-Beleuchtung installiert. Zum Beispiel haben wir unser Lager für den Unternehmensbereich Laundry & Home Care in Wien vollständig mit LED-Beleuchtung und intelligenter Sensorik ausgestattet. Die neue Beleuchtung spart monatlich rund 22.000 Kilowattstunden Energie ein. Ähnliche Installationen wurden in Lagerhäusern in den USA und Australien vorgenommen.

Optimierung des Transportwesens

Wir steigern die Auslastung unserer Frachtcontainer durch die Ausweitung unserer „Pooling“-Aktivitäten kontinuierlich. Dazu gehören das gezielte Zusammenlegen von Transport und Lagerung von ähnlichen Produktkategorien innerhalb von Henkel sowie der gemeinsame Transport mit anderen Herstellern, die denselben Logistikdienstleister nutzen. Darüber hinaus optimieren wir unsere Prozesse durch eine enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden. Die dadurch erreichten Synergien bei Lagerung, Versand und Transport stellen sicher, dass besser ausgelastete Lkw zu den Zentrallagern unserer Kunden fahren. Des Weiteren mieten wir Paletten an, statt sie zu kaufen. So wird deren Einsammlung effizienter und der

Umgang mit beschädigten Paletten verbessert. Wo immer es möglich ist, nutzen wir wiederverwendbare Kartonpaletten anstelle von Holzpaletten. Diese sind aufgrund ihres niedrigeren Gewichts einfacher zu handhaben und tragen zu einem geringeren Treibstoffverbrauch bei. Im Jahr 2020 haben wir unseren Fokus verstärkt auf die Optimierung der Palettennutzung gelegt und verschiedene Lösungen implementiert, um die Gesamtnutzung der Paletten zu reduzieren und ihre Wiederverwendungsquote zu erhöhen. Beispielsweise werden jetzt mehrere interkontinental transportierte Waren von unserer Produktionsstätte in Kruševac, Serbien, direkt auf den Containerboden verladen, wodurch die Verwendung von Paletten entfällt. Dadurch wird nicht nur die Auslastung der Container erheblich gesteigert, sondern es werden auch Ressourcen gespart, da weniger Paletten für den Transport benötigt werden. 2020 haben wir ebenfalls die Nutzung des Paletten-Pooling-Konzeptes erweitert und dieses in unserem Werk in Noginsk, Russland, eingeführt. Mithilfe eines externen Partners, der das gesamte Paletten-Pooling (Abholung, Inspektion, Reparatur und Lieferung) steuert, wurden Einwegpaletten durch Mehrwegpaletten ersetzt. In den nächsten drei Jahren erwarten wir, dass das Paletten-Pooling-Konzept an unserem Standort in Noginsk zu einer Reduzierung des Holzverbrauchs um 72 Prozent und der CO₂-Emissionen um 56 Prozent führen wird.

Im Rahmen unserer Bestrebungen, den Transport zu optimieren und die damit verbundenen CO₂-Emissionen zu reduzieren, unterzeichnete Henkel France 2017 die FRET 21-Initiative. FRET 21 ist eine auf einer freiwilligen Verpflichtung basierende Initiative, die darauf abzielt, ökologische Auswirkungen in die Nachhaltigkeitsstrategien von Unternehmen zu integrieren, um dadurch die Reduzierung von transportbedingten Treibhausgasemissionen zu fördern. Unter der



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Im Rahmen unserer Beteiligung an der FRET 21-Initiative führte Henkel France ein Dreijahresprogramm ein, um kundenbezogene Transportemissionen bis 2020 um 10 Prozent zu reduzieren. Bis September 2020 konnte eine Reduzierung der CO₂-Emissionen um 7,5 Prozent erzielt werden. Logo: Association des Utilisateurs de Transport et de Fret.

Federführung der französischen Umweltschutzbehörde ADEME und des französischen Verbands der Nutzer des Frachtverkehrs (Association des Utilisateurs de Transport et de Fret, AUTF) konzentriert sich die Initiative auf folgende Schlüsselbereiche: Wahl des Transportmittels, Lademenge, zurückgelegte Strecke und Priorisierung einer nachhaltigen Beschaffung. Derzeit beteiligen sich mehr als 20 Unternehmen an dieser Initiative. Henkel France hat sich als einziger Hersteller von Verbrauchsgütern im Nicht-Nahrungsmittelbereich der FRET 21-Initiative angeschlossen und in deren Rahmen ein Dreijahresprogramm eingeführt, um die CO₂-Emissionen aus dem nachgelagerten Transport zu den Kunden in Frankreich bis Ende 2020 um 10 Prozent zu senken. Bis Ende September 2020 konnten mit dem Programm 660 Tonnen CO₂ eingespart werden, was einer fast 7,5-prozentigen Reduzierung im Zusammenhang mit unseren Logistikaktivitäten in Frankreich entspricht. 2020 bekräftigte Henkel seine fortgesetzte Unterstützung der FRET 21-Initiative und weitete den Anwendungsbereich auf den vorgelagerten Transport aus.

Da sich dieses Programm über die Lieferketten unserer drei Unternehmensbereiche erstreckt, wird es von einer „Green Logistics“-Gruppe bei Henkel France gesteuert. Gemeinsam mit einer externen Beratungsfirma hat diese Gruppe die wichtigsten Maßnahmen ermittelt, die eine erfolgreiche Umsetzung des Programms ermöglichen. Dazu gehören Pooling, Entwicklung von Transportlösungen und Einsatz alternativer Verkehrsträger.

Ein weiteres Konzept zur Optimierung von Transportprozessen führten wir 2019 mit dem „Cost to Serve“-Ansatz in die Geschäftstätigkeiten unseres Unternehmensbereichs Beauty Care in West- und Osteuropa ein. Dieser Ansatz beinhaltet die Identifizierung von Maßnahmen zur Maximierung der Profitabilität durch die Bewertung von Kundenbetreuungskosten im Rahmen einer bestehenden Lieferkette. Im Jahr 2020 konzentrierten wir uns noch stärker auf den „Cost to Serve“-Ansatz und führten ihn auch für unser Friseurgeschäft ein. Durch die Einführung dieses Konzepts wurden die Auftragsverwaltung und Lieferprofile optimiert, um die Lieferhäufigkeit zu senken und die Auslastung von Lkw zu erhöhen. Dies trug nicht nur zur Gesamtprofitabilität der Logistikprozesse des Unternehmensbereichs Beauty Care bei, sondern ermöglichte es uns auch, mehr Güter in weniger Lieferungen zu befördern und somit die transportbedingten CO₂-Emissionen zu senken.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Digitale Tools für eine verbesserte Logistik

Im Jahr 2015 führten wir das Transport-Management-System ein, eine unternehmensweite IT-Lösung, um unsere Transportplanung und -umsetzung über alle Unternehmensbereiche und Länder hinweg effizienter zu gestalten. Auf der Grundlage von Echtzeitdaten zum Transport ermöglicht dieses System eine höhere Lkw-Auslastung sowie optimierte Routen, was Transportstrecken reduziert, den Treibstoffverbrauch verringert und somit CO₂ einspart. Die IT-Lösung wurde bereits in China, Europa und Nordamerika implementiert.

Zur Darstellung unserer Fortschritte ist die systematische Nachverfolgung der CO₂-Emissionen unserer Logistik sehr wichtig. Im Jahr 2016 haben wir daher das Instrument „EcoTransIT World“ eingeführt. Auf Basis der Norm DIN EN 16258 ermittelt es die Umweltauswirkungen von Transporten aller Verkehrsträger. EcoTransIT World ist vom Smart Freight Centre, einer globalen gemeinnützigen Organisation für den nachhaltigen Güterverkehr, akkreditiert. Alle Berechnungen von CO₂-Emissionen aus Fracht- und Logistikoperationen entsprechen den Vorgaben des Global Logistics Emissions Council Framework for Logistics Emissions Methodologies (GLEC Framework).

Zu den Vorteilen dieses wissenschaftlich entwickelten Berechnungstools gehört die Verwendung von länderspezifischen Emissionsfaktoren sowie tatsächlichen Entfernungen auf der Basis von GPS-Daten. Mit dem unternehmenseigenen Berichterstattungsmodell von Henkel, das detaillierte Analysen nicht nur auf Länderebene, sondern auch auf Standort- und Kundenebene ermöglicht, wird die Überwachung von Emissionen weiter optimiert.

Die kombinierte Anwendung des externen Berechnungstools EcoTransIT World und des unternehmenseigenen Berichterstattungsmodells hilft uns dabei, Transparenz und Vergleichbarkeit von Daten in der gesamten Branche zu fördern und unseren Fortschritt bei der Erreichung unseres Emissionsziels besser nachzuverfolgen. Bis Ende 2020 verringerte Henkel seine transportbedingten Emissionen um mehr als 10 Prozent pro Tonne Produkt gegenüber dem Jahr 2015.

Mobilität der Zukunft

Die Verwendung alternativer Antriebsarten ist ebenfalls Teil unseres Ansatzes zur Optimierung von Transport und Logistik. Daher führen wir Tests an unseren Standorten durch, um die Einsatzfähigkeit von Fahrzeugen mit alternativen Antriebsarten zu überprüfen. Hierbei berücksichtigen wir regionale Aspekte und Fahrprofile.

An unserem Unternehmenssitz in Düsseldorf haben wir seit 2012 rund 30 Elektroautos in den internen Fuhrpark aufgenommen, um konventionelle Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor zu ersetzen. 2021 werden wir auch die ersten firmeneigenen Transportfahrzeuge auf rein elektrischen Betrieb umrüsten. Eine entsprechende Infrastruktur mit über 35 Ladeplätzen haben wir im und um den Industriepark errichtet, einige davon in Kooperation mit den Stadtwerken Düsseldorf. Des Weiteren haben wir unseren Mitarbeitern 14 Ladeplätze auf dem Werksgelände zur Verfügung gestellt, an denen sie ihre privaten Elektroautos aufladen können.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)**
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)



Die zunehmende Ausstattung der Firmenflotte mit Elektrofahrzeugen und der Ausbau der Ladeinfrastruktur an unserem Standort Düsseldorf, ergänzt um neue Projekte zur Förderung alternativer Antriebsarten wie Wasserstoffantrieb, sind wichtige Schritte hin zur Förderung einer umweltverträglichen Mobilität.

Im April 2020 führte Henkel in Deutschland auch eine neue Fahrzeugrichtlinie für Elektro- und Hybridautos ein, die es unseren Mitarbeitern ermöglicht, ein Elektro- oder Hybridfahrzeug als Firmenwagen zu fahren. Dazu bietet Henkel ein komplettes Servicepaket einschließlich einer Ladestation für zu Hause mit Erstattung der entsprechenden Stromkosten an. Mit dieser Strategie wollen wir emissionsarme Firmenwagen attraktiver machen.

An unserem Standort in Maribor, Slowenien, haben wir 2020 damit begonnen, die interne Fahrzeugflotte mit den ersten Elektrofahrzeugen, darunter mehrere elektrische Gabelstapler und ein elektrischer Transporter, aufzurüsten. Das Projekt soll 2021 fortgesetzt werden. 2020 haben wir auch an unserem Produktionsstandort in Kruševac, Serbien, mit dem Kauf neuer Stapler mit Lithium-Ionen-Antrieb einen starken Vorstoß in Richtung effizienterer Betriebsausstattung unternommen. Die Technologie bietet viele Vorteile

gegenüber der traditionellen Blei-Säure-Batterietechnologie, zum Beispiel höhere Sicherheit und Leistung sowie Wartungsfreiheit.

Neben dem Einsatz von Elektroautos planen wir auch die Integration weiterer alternativer Antriebsarten in unsere Geschäftstätigkeit. Im März 2019 nahmen wir das erste wasserstoffbetriebene Fahrzeug in den internen Fuhrpark unseres Standorts in Düsseldorf auf. Dieses Projekt ist eine zukunftsorientierte Investition, da das Netz der Wasserstofftankstellen in Deutschland in den kommenden Jahren weiter ausgebaut werden soll. Im selben Werk trugen wir bereits im Januar 2019 zu dieser Entwicklung bei, indem wir der Firma Air Liquide einen geeigneten Standort zur Installation einer zweiten Wasserstofftanksäule in Düsseldorf bereitstellten.

Zur Förderung der wasserstoffbasierten Mobilität beteiligt sich Henkel aktiv an verschiedenen Initiativen und Forschungsprojekten, zum Beispiel „Modellregion Wasserstoffmobilität NRW Düssel.Rhein. Wupper“. Für unseren Logistikbedarf geeignete Wasserstoff-Mobilitätslösungen sind nicht vor 2023 zu erwarten. Daher untersuchen wir mehrere Alternativen für nachhaltige Logistik, die bereits jetzt eingesetzt werden können. Konventionelle Verbrennungsmotoren, die mit hauptsächlich aus Methan bestehendem komprimiertem Erdgas (CNG) betrieben werden, stellen eine der Technologien dar, die wir auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Mobilität in unserer Geschäftstätigkeit nutzen. Von allen fossilen Brennstoffen produziert CNG am wenigsten CO₂. 2019 führte unser Unternehmensbereich Laundry & Home Care ein Pilotprojekt durch, bei dem ein Lkw mit CNG-Antrieb für Lieferfahrten zwischen Serbien und Österreich eingesetzt wurde. Durch die Nutzung des neuen CNG-betriebenen Lkw können auf dieser Strecke bis zu 15 Prozent CO₂-Einsparungen



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

gegenüber der Nutzung eines herkömmlichen Dieselfahrzeugs erzielt werden. Nach dem erfolgreichen Pilotprojekt kamen im Jahr 2020 zwei weitere CNG-betriebene Lkw zum Einsatz. Damit stiegen unsere Transporte mit CNG-betriebenen Lkw von Österreich nach Serbien für den Unternehmensbereich Laundry & Home Care auf 40 Prozent. Als weitere alternative Antriebsart setzt Henkel mit Flüssigerdgas (LNG) betriebene Lkw ein. Seit September 2020 fahren zwei LNG-betriebene Lkw auf unseren Versorgungsrouten von Düsseldorf nach Bönen, Deutschland, und Barcelona, Spanien. Die Technologie ermöglicht im Vergleich zu konventionellen Diesel-Lkw CO₂-Einsparungen von 20 Prozent.



Neue Lkw werden mit Flüssigerdgas betrieben

„Powered by our vision for a clean future“ – dieser Slogan ist auf zwei LNG-Lkw zu sehen, die unsere fertigen Erzeugnisse transportieren. Der Zusatz „Today gas, tomorrow H₂“ verdeutlicht unsere Position: Erdgas alleine reicht uns nicht – unser Ziel sind wasserstoffbetriebene Schwerlastfahrzeuge.

Neben dem Transport an externe Standorte nutzen wir auch innerhalb unserer Unternehmensgelände alternative Transportarten, um interne Lieferungen zu tätigen. Mit Blick auf die Mobilität der Zukunft sind wir bestrebt, durch die Einführung eines ganzheitlichen, modernen und nachhaltigen Konzepts zur Förderung der Mobilität unserer Mitarbeiter weitere transportbedingte Emissionen zu senken. Für seine Aktivitäten in diesem Bereich wurde Henkel im November 2019 mit dem Düsseldorfer Mobilitätspreis ausgezeichnet. Ein gutes Beispiel für die Unterstützung von Projekten zur Förderung der Mobilität unserer Mitarbeiter ist unser deutschlandweites → **Fahrrad-Leasing-Programm**, das im Mai 2019 eingeführt wurde. Bis Ende 2020 wurden bereits über 1.200 Fahrräder an Henkel-Mitarbeiter übergeben.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Produkt- verantwortung

- Wie wir nachhaltige Produkte entwickeln
- Gemeinsam nachhaltigen Konsum vorantreiben
- Sicherheit unserer Produkte
- Schrittweise Vermeidung von Mikroplastik
- Unser Beitrag in den Wachstumsmärkten

Produktverantwortung

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wie wir nachhaltige Produkte entwickeln

Wenn wir die Steigerung der Lebensqualität und den Ressourcenverbrauch voneinander entkoppeln wollen, spielen Produktinnovationen eine wesentliche Rolle. Unsere Produkte sind daher ein wichtiger Ansatzpunkt und Hebel zur Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Sie sollen Kunden und Verbrauchern mehr Wert und bessere Leistungen bieten – bei einem geringeren ökologischen Fußabdruck. Um das zu erreichen, ist eine hohe Innovationskraft sehr wichtig.

2020 beschäftigte Henkel im Jahresdurchschnitt rund 2.600 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung und wandte dafür 495 Millionen Euro auf. Um die Produktentwicklung von Beginn an im Sinn unserer Nachhaltigkeitsstrategie zu steuern, sind Kriterien zur Nachhaltigkeitsbewertung seit 2008 im Henkel-Innovationsprozess systematisch verankert. Im Fokus stehen dabei Innovationen, die unseren Kunden und Verbrauchern helfen, ihren Energieverbrauch und damit auch ihren CO₂-Fußabdruck zu verringern.

Nachhaltigkeitsbewertung im Henkel-Innovationsprozess

Die Henkel-Fokusfelder sind seit 2008 systematisch in unserem Innovationsprozess verankert. Das heißt, unsere Forscher müssen an einem bestimmten Punkt aufzeigen, welche konkreten Vorteile ihr Projekt in Bezug auf Produktleistung, Mehrwert für die Kunden und

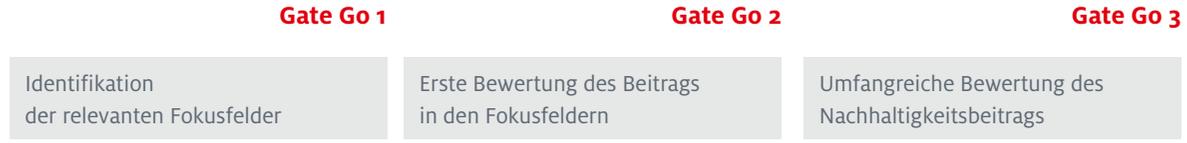


Umfangreiche Prüfung vor Markteinführung

Henkel setzt sich dafür ein, dass seine Produkte für Mensch und Umwelt sicher sind. Eine umfangreiche Prüfung und Bewertung aller Rohstoffe und Fertigprodukte vor der Markteinführung nach anerkannten wissenschaftlichen Methoden bietet ein hohes Maß an Sicherheit bei Herstellung, Anwendung und Entsorgung.

Verbraucher sowie gesellschaftlichen und sozialen Nutzen bietet („mehr Wert“). Zudem müssen sie darlegen, wie es zu einem geringeren Ressourcenverbrauch beiträgt („geringerer ökologischer Fußabdruck“). Bei der Bewertung der Beiträge hilft ihnen unter anderem der „Henkel-Sustainability#Master®“.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung**
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen



Henkel-Sustainability#Master® – Nachhaltigkeitsbewertung von Produkten und Prozessen

Im Henkel-Sustainability#Master® laufen verschiedene Instrumente zum Messen von Nachhaltigkeit zusammen. Das Herzstück dieses Bewertungssystems ist eine Matrix, die auf den einzelnen Schritten der Wertschöpfungskette sowie auf unseren sechs Fokusfeldern basiert. Ziel ist es, den Wert eines Produkts zu steigern und möglichst gleichzeitig den ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. Für jede Produktkategorie können auf Basis von wissenschaftlichen Messmethoden

sogenannte Hotspots identifiziert werden. Das sind die Felder mit der größten Nachhaltigkeitsrelevanz – das gilt sowohl für die Dimension „Wert“ als auch für den „Fußabdruck“. Mithilfe der definierten Hotspots kann auch das Nachhaltigkeitsprofil zweier Produkte oder Prozesse verglichen werden. So kann für jede Produktkategorie ein eigenes Nachhaltigkeitsprofil erstellt werden. Die Forscher von Henkel nutzen diese Erkenntnisse für Innovationen und kontinuierliche Produktverbesserungen.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung**
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel-Fokusfelder		Bewertung entlang der gesamten Wertschöpfungskette					
	Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel	Anwendung	Entsorgung
	Leistung					z.B. bessere Produktleistung	
	Gesundheit und Sicherheit						
	Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt					z.B. leichtere Anwendung	
	Materialien und Abfall	z.B. weniger Rohstoffe				z.B. weniger Umverpackung	z.B. weniger Kunststoff
	Energie und Klima			z.B. weniger Emissionen		z.B. geringere Dosierung	
	Wasser und Abwasser					z.B. weniger Wasserbedarf	
Fußabdruck							

Hotspot = Feld mit der größten Nachhaltigkeitsrelevanz. Hier ist es besonders wichtig, Veränderungen zu bewerten.

Verbesserung auf Basis von Lebenszyklusanalysen

Eine nachhaltige Entwicklung braucht System. Mithilfe von Lebenszyklusanalysen und langjährigem Wissen zum Thema Nachhaltigkeit analysieren unsere Fachleute den gesamten Lebensweg unserer Produkte. So bewerten wir bereits während der Produktentwicklung, in welcher Phase des Produktlebenswegs welche Umweltauswirkungen in welcher Höhe anfallen. Aufbauend auf den Ergebnissen, können wir Maßnahmen dort ansetzen, wo die Auswirkungen besonders relevant

sind und Verbesserungen effizient umgesetzt werden können. Zur Erstellung von Lebenszyklusanalysen verwenden wir eigene Primärdaten sowie Daten unserer Partner entlang der Lieferkette.

Sollten diese nicht verfügbar sein, greifen wir auf Sekundärdaten aus bestehenden Datenbanken für Lebenszyklusanalysen, Durchschnittswerte und Emissionsfaktoren zurück. Zur Weiterentwicklung der Messmethoden und Kennzahlen arbeiten wir gemeinsam mit externen



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

Partnern an Themen wie dem CO₂- und Wasser-, „Fußabdruck“ für Produkte. Und wir engagieren uns bei internationalen Initiativen wie dem „Sustainability Consortium“ oder der „Measurement Group“ des Consumer Goods Forums.

Kohlendioxid-Fußabdruck von Produkten

Um die Bedeutung einzelner Produkte für den Klimaschutz zu messen, wird weltweit mit der Erhebung von sogenannten Kohlendioxid-Fußabdrücken von Produkten (englisch: Product Carbon Footprints) experimentiert. Im Gegensatz zu einer vollständigen Lebenszyklusanalyse werden hier nur die klimarelevanten Treibhausgasemissionen erfasst, die entlang der gesamten Wertschöpfungskette eines Produkts anfallen – also vom Bezug der Rohstoffe über Herstellung, Nutzung bis zur Entsorgung. Allerdings gibt es noch keine standardisierte Methode, um den Kohlendioxid-Fußabdruck eines Produkts zu bestimmen. Um eine belastbare und international einheitliche Methode zur Ermittlung von Kohlendioxid-Fußabdrücken voranzutreiben, beteiligt sich Henkel in den USA und Europa an entsprechenden Pilotprojekten.

2013 unterstützte der Unternehmensbereich Laundry & Home Care den europäischen Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelverband  A.I.S.E. in der Pilotphase der „Product Environmental Footprint“-Initiative der Europäischen Kommission. Gezielt für Flüssigwaschmittel sollten aussagekräftige Umweltangaben entwickelt werden, die von den Verbrauchern verstanden werden und zu einem bewussten Waschverhalten führen. So war es das generelle Anliegen des Pilotprojekts der Europäischen Kommission, den ökologischen Fußabdruck eines Produkts entlang seines gesamten Lebenszyklus inklusive

der jeweiligen Anwendungsphase zu verkleinern. Unter der Führung des europäischen Kosmetikverbands Cosmetics Europe wurde 2016 ein weiteres Projekt auf freiwilliger Basis durchgeführt, zu dem der Unternehmensbereich Beauty Care einen maßgeblichen Beitrag geleistet hat. Hier ging es um die Bewertung der Produktkategorie Shampoo mithilfe einer Lebenszyklusanalyse. Ein weiterer Fokus lag auf der Kommunikation der Ergebnisse: In einem Video wird die Anwendungsphase eines Shampoos als wichtiger Beitrag zum gesamten ökologischen Fußabdruck erläutert. Zusätzlich werden auch Möglichkeiten aufgezeigt, wie dieser reduziert werden kann.

Unser Umgang mit Wasser als wichtige Ressource

Die Wasserressourcen der Erde sind ungleich verteilt und durch zunehmende Verschmutzung und Übernutzung bedroht. Für uns ist es daher ein wichtiges Ziel, den Wasserverbrauch während der Produktion und Anwendung unserer Produkte zu senken. Um auch hier geeignete Ansatzpunkte für Verbesserungen zu ermitteln, beteiligen wir uns an der Entwicklung von Methoden zum sogenannten Water Footprinting. Zum Beispiel untersuchten wir 2010 gemeinsam mit der Eidgenössischen Technischen Hochschule (ETH) in Zürich die Auswirkungen des Wasserbedarfs unserer Waschmittelproduktion an unseren Standorten in der Region Naher Osten / Nordafrika. Im Zentrum stand dabei die Betrachtung der unterschiedlichen Wasserbedarfe für die Produktion von Pulver- und Flüssigwaschmitteln unter Berücksichtigung regionaler Gegebenheiten wie Wasserverfügbarkeit, -knappheit und -qualität. Unsere Erfahrungen aus solchen Pilotprojekten haben wir in die Diskussion zur Entwicklung eines internationalen ISO-Standards (ISO 14046) für einen Wasser-Fußabdruck eingebracht.

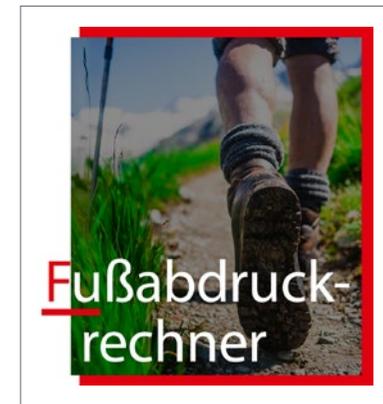
- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung**
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Gemeinsam nachhaltigen Konsum vorantreiben

Ein wichtiges Ziel unserer Strategie ist die Förderung von nachhaltigem und ressourcenschonendem Konsum. Hier sind unsere Produkte der Schlüssel: Sie werden täglich millionenfach in Haushalten und Industrieprozessen eingesetzt. Daher konzentrieren wir uns auf die Entwicklung von Produkten, die den effizienten Einsatz von Ressourcen wie Energie und Wasser im täglichen Leben ermöglichen. Unser Ziel ist, durch unsere Produkte und mithilfe unserer Expertise unseren Kunden und Verbrauchern zu helfen, 100 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen bis zum Jahr 2025 einzusparen. Gleichzeitig wollen wir durch gezielte Kommunikation Einfluss auf ein verantwortungsvolles Verhalten während der Produkthanwendung nehmen. Dies ist besonders wichtig, da der ökologische Fußabdruck vieler unserer Produkte zum großen Teil in der Anwendungsphase bestimmt wird.

Die Bedeutung der Anwendungsphase wird auch im  **Henkel-Fußabdruckrechner** verdeutlicht, der 2020 überarbeitet wurde. Er zeigt, dass nicht nur Unternehmen, sondern auch jeder Einzelne mit seinem Verhalten einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten kann. Anwender können mithilfe des Rechners in wenigen Minuten ihren persönlichen CO₂-Fußabdruck berechnen. Durch die Beantwortung einfacher Fragen können sie schnell abschätzen, wie viel CO₂ durch ihren eigenen Lebensstil in den Bereichen Wohnen, Ernährung, Mobilität oder Urlaub und Freizeit entsteht. Durch die Benutzung dieses Rechners können Verbraucher nicht nur die Klimaverträglichkeit ihres alltäglichen Verhaltens einschätzen, sondern auch

die aktuelle Forschung des Wuppertal Instituts zu nachhaltigen Lebensstilen unterstützen: Jeder Teilnehmer kann durch die Freigabe seiner anonymisierten Ergebnisse zur empirischen Datengrundlage für ein besseres Verständnis von Verbraucherverhalten beitragen.



Jeder Einzelne kann mit seinem Verhalten einen Beitrag zu mehr Umweltverträglichkeit leisten. Der Henkel-Fußabdruckrechner fasst das auf anschauliche Art zusammen: Durch die Beantwortung einfacher Fragen können Verbraucher abschätzen, wie viel CO₂ durch den eigenen Lebensstil in den Bereichen Wohnen, Ernährung, Mobilität und Freizeit entsteht.

Darüber hinaus hat Henkel im Mai 2020 auch Energiespartipps im Rahmen einer Klimakampagne in seinem  **Spotlight-Magazin** auf der Unternehmenswebseite veröffentlicht. Im Alltag gibt es viele einfache Möglichkeiten, den Energieverbrauch zu senken und die Energieeffizienz zu verbessern. Vorgestellt wurden Tipps wie beispielsweise die Reduzierung der Temperatur beim Geschirr- oder Wäschewaschen, die Vermeidung der Standby-Funktion bei elektronischen Geräten und die optimale Befüllung von Gefrier- und Kühlschränken.

- [Vorwort](#)

- [Henkel auf einen Blick](#)

- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)

- [Management](#)

- [Einkauf und Lieferanten](#)

- [Produktion](#)

- [Logistik und Transport](#)

- [Produktverantwortung](#)

- [Verpackungen](#)

- [Adhesive Technologies](#)

- [Beauty Care](#)

- [Laundry & Home Care](#)

- [Mitarbeiter](#)

- [Gesellschaftliches Engagement](#)

- [Stakeholder-Dialog](#)

- [Externe Bewertungen](#)

- [Kennzahlen](#)

- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)



Der größte Teil der Energie beim Geschirr- und Wäschewaschen wird für die Erwärmung des Wassers benötigt. Bereits wenn die Wassertemperatur von 40 auf 30 Grad Celsius gesenkt wird, kann bis zu 40 Prozent Energie pro Waschlading gespart werden. Viele Waschmittel funktionieren mittlerweile auch gut in kaltem Wasser.

Neben entsprechenden Produkten spielt die Zusammenarbeit mit unseren → **Handelspartnern** eine entscheidende Rolle. Der Handel ist für Henkel ein wichtiger Partner auf dem Weg zu einem nachhaltigeren Konsum und bietet uns ausgezeichnete Plattformen, um Verbraucher über nachhaltigere Produkte und umweltbewusstes Verhalten bei deren Anwendung zu informieren. Wir arbeiten auch mit unseren Handelspartnern zusammen, um eine verantwortungsvolle Nutzung und Entsorgung unserer Verpackungen am Ende unserer Wertschöpfungskette voranzutreiben. Henkel ist beispielsweise Mitglied des im Jahr 2018 gegründeten → **Rezyklat-Forums** in Deutschland.

Die Bildungspartnerschaft „Verstehen durch Erleben“ von Henkel und dem Handelsunternehmen dm-drogerie markt trug auch 2020 wieder Früchte: Dabei beschäftigen sich 32 Henkel-Auszubildende und dm-„Lernlinge“ über mehrere Monate intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit und entwickeln in gemischten Teams eigenständige Projekte. Die Partnerschaft ermöglicht den Auszubildenden, einen Blick über den Tellerrand zu werfen. Junge Menschen mit unterschiedlichem beruflichem Hintergrund können sich in gemeinsamen Projekten austauschen und so ein Bewusstsein für die vielfältigen Facetten von Nachhaltigkeit entwickeln.



Bernhard Banowski aus dem Bereich Forschung & Entwicklung bei Henkel Beauty Care erläutert Henkel-Auszubildenden und dm-„Lernlingen“ die Bedeutung naturbasierter Wirk- und Duftstoffe in Kosmetikprodukten.



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

Sicherheit unserer Produkte

Unsere Kunden und Verbraucher sollen sich darauf verlassen können, dass unsere Produkte bei sachgerechter Anwendung sicher sind. Alle Rohstoffe sowie fertigen Produkte durchlaufen zahlreiche Prüfungen und Bewertungen, um bei Herstellung, Anwendung und Entsorgung ein hohes Maß an Sicherheit zu bieten. Die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und darüber hinausgehender Henkel-Standards ist die Basis dafür.

Unsere Produktentwickler und Experten für Produktsicherheit bewerten die Inhaltsstoffe nach aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen und Sicherheitsdaten. Sie beobachten die Produkte von Henkel kontinuierlich im Markt und lassen die gesammelten Erfahrungen in die Bewertungen einfließen. Für die Bewertung der Verbrauchersicherheit und Umweltverträglichkeit von Stoffen und Produkten verfolgen wir einen risikobasierten Ansatz nach wissenschaftlichen Maßstäben. Ein wesentlicher Schritt dieses Bewertungsprozesses besteht darin, dass neben der sicheren Anwendungskonzentration einer Substanz auch ermittelt wird, inwiefern Mensch oder Umwelt ihr gegenüber exponiert sind. Da aus der Überschreitung der sicheren Anwendungskonzentration ein Risiko für Mensch und /oder Umwelt resultieren kann, beschränken wir den Einsatz der Substanz in diesen Fällen auf niedrigere Einsatzkonzentrationen und /oder bestimmte Produktkategorien. Im Einzelfall kann dies auch zum vollständigen Verzicht auf den Einsatz einer Substanz führen.

Da viele unserer Produkte nach ihrem Gebrauch ins Abwasser gelangen, sind sie in ihrer Zusammensetzung so konzipiert, dass ihre Anwendung die Umwelt möglichst wenig belastet. Abwässer aus unseren chemisch-technischen Anwendungen werden zum Entfernen von Schadstoffen nach dem Stand der Technik behandelt und fachgerecht entsorgt.

Bei der Auswahl und dem Einsatz von Inhaltsstoffen verfolgen wir auch kontroverse Diskussionen in der Öffentlichkeit über die Sicherheit chemischer Inhaltsstoffe in Produkten. Diese sind für uns Anlass, die wissenschaftlichen Grundlagen unserer Bewertungen kritisch zu überprüfen. Falls hieraus Bedenken in puncto Produktsicherheit entstehen und auch wissenschaftliche Daten und Erkenntnisse diese nicht ausräumen können, verwenden wir einen Stoff nicht mehr oder beschränken seinen Einsatz so, dass er immer noch unsere strengen Sicherheitsprüfungen besteht.

Gleichzeitig wird es immer wichtiger, Verbrauchern zu ermöglichen, sich über die in unseren Produkten enthaltenen Inhaltsstoffe zu informieren. Dazu werden wir die Transparenz über die eingesetzten Stoffe und deren Sicherheit global verbessern.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wie wir Produktsicherheit gewährleisten

Die Einhaltung der konzernweit gültigen Vorgaben und Abläufe zur Produktsicherheit wird in regelmäßigen Audits überprüft. Die Unternehmensbereiche verantworten die Umsetzung der entsprechenden Maßnahmen.

Sicherheitsbewertung von Produkten



Gefährdungen identifizieren – Risiken bewerten

Zur Bewertung der Sicherheit von Produkten untersuchen unsere Experten in einem ersten Schritt, ob die Inhaltsstoffe des Produkts eine mögliche Gefährdung für Mensch und Umwelt darstellen. In einem zweiten Schritt klären sie, in welchem Umfang Mensch oder Umwelt diesem Stoff ausgesetzt sind: Die sogenannte Exposition wird analysiert. Diese Analyse ist wichtig, da in den meisten Fällen eine schädliche Wirkung erst ab einer bestimmten Menge und Konzentration eines fraglichen Stoffs auftritt. Die Ergebnisse beider Bewertungsschritte werden dann zu einer Gesamtbewertung zusammengeführt. Nur diese erlaubt unseren Experten die verlässliche Aussage, ob ein Produkt im Rahmen seiner Anwendung sicher ist. Ein einfaches Beispiel: Essigsäure stellt eine mögliche Gefährdung dar, da sie in konzentrierter Form wegen ätzender Eigenschaften zu schweren Schäden führen kann. Nehmen wir sie allerdings verdünnt mit unserer Nahrung auf, besteht kein Risiko.

Bewertung der eingesetzten Stoffe

Für Stoffe mit bestimmten gefährlichen Eigenschaften haben wir festgelegt, dass ihr Einsatz für manche Anwendungen von vornherein ausgeschlossen ist. Für andere Stoffe haben wir strikte unternehmensinterne Auflagen und Beschränkungen vorgesehen und gehen damit häufig über die gesetzlichen Vorgaben hinaus. In anderen Fällen arbeiten wir daran, die gesundheitliche Verträglichkeit durch die Entwicklung von alternativen Inhaltsstoffen weiter zu verbessern – zum Beispiel durch den Wechsel von lösemittel- zu wasserbasierten Rezepturen in unseren Konsumenten- und Kontaktklebstoffen.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Bewertung der Produkte

Nach Abschluss der Bewertung der einzelnen Inhaltsstoffe unterziehen unsere Experten die Gesamtrezeptur eines Produkts einer weiteren Sicherheitsbewertung. Hier werden die Eigenschaften der Einzelbestandteile, deren Konzentration im Produkt und dessen Anwendungsbedingungen beurteilt. Produkte, die für die Anwendung am Menschen bestimmt sind, prüfen wir zusätzlich dermatologisch. Die Ergebnisse dieser Bewertungen und Prüfungen bilden dann die Basis bei der Festlegung der erforderlichen Vorsorge- und Schutzmaßnahmen für eine sichere Anwendung des Produkts. Diese werden gezielt darauf abgestimmt, ob es sich um ein Verbraucherprodukt oder um ein von Fachkräften eingesetztes Industrieprodukt handelt, und können von der Gestaltung der Verpackung über detaillierte Anwendungs- und Warnhinweise bis zu Verwendungsbeschränkungen reichen.

Kontrovers diskutierte Inhaltsstoffe

Die von chemischen Inhaltsstoffen ausgehenden Risiken werden von Wissenschaft und Öffentlichkeit häufig unterschiedlich beurteilt. Die Ursachen sind vielfältig. Besonders oft wird von der potenziellen Gefährdung, die von einem Stoff für Mensch oder Umwelt ausgehen kann, direkt auf ein Risiko geschlossen, ohne dass die sogenannte Exposition Berücksichtigung findet – das heißt, in welchem Umfang Mensch oder Umwelt dem Stoff tatsächlich ausgesetzt sind. Wir halten diese Differenzierung zwischen Gefahr und Risiko für notwendig und wesentlich, damit eine realitätsnahe Sicherheitsbewertung von Inhaltsstoffen erfolgen kann.

Produktrückruf-Prozess

Obwohl unsere Produkte zahlreiche Prüfungen und Bewertungen durchlaufen, um ein hohes Maß an Sicherheit zu bieten, kann es in

sehr seltenen Fällen zu unvorhergesehenen Abweichungen von unserem hohen Qualitätsstandard kommen. Um auf solche Fälle vorbereitet zu sein und die Gesundheit und Sicherheit von Kunden und Verbrauchern bestmöglich zu gewährleisten, hat Henkel im Jahr 2009 einen für alle Standorte gültigen Unternehmensstandard für potenzielle Produktkrisen und Produktrückrufe eingeführt. Dieser weltweite Unternehmensstandard definiert verbindliche Verfahren, klare Verantwortlichkeiten und Richtlinien für eine angemessene und schnelle Reaktion, falls es trotz aller Sicherheitsvorkehrungen zu Abweichungen und unvorhergesehenen Ereignissen im Zusammenhang mit unseren Produkten kommen sollte. Nach einer grundlegenden Überarbeitung des Unternehmensstandards wurden die internen Zielgruppen im Jahr 2020 mit Schulungen und Kurzvorträgen über die neuen Inhalte informiert. Darüber hinaus wird ein digitales Training angeboten.

Innovationen und Alternativmethoden

Unser Anspruch ist, dass wir unsere Kosmetikprodukte, Wasch- und Reinigungsmittel wie auch unsere Klebstoffe für Kunden und Verbraucher nicht an Tieren testen. Dennoch spielen Tierversuche nach wie vor eine Rolle, da in einzelnen Ländern Tierversuche für die Marktzulassung von Produkten wie Kosmetik, Wasch- und Reinigungsmittel oder Klebstoffe noch verpflichtend sind. Wir stellen nur sehr wenige Inhaltsstoffe selbst her, sondern beziehen sie überwiegend von Lieferanten, die ebenfalls nicht ausschließen können, dass ein Inhaltsstoff in der Vergangenheit an Tieren getestet wurde, bevor er auf den Markt kam. Viele Inhaltsstoffe, die wir in unseren Produkten einsetzen, zählen zu den chemischen Stoffen, die vom jeweiligen Hersteller nach den chemikalienrechtlichen Vorgaben abgesichert werden müssen – etwa nach der  **REACH-Verordnung** in Europa.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Um die Sicherheit und Verträglichkeit für Mensch und Umwelt zu gewährleisten, sind dafür mitunter immer noch Tierversuche gesetzlich vorgeschrieben, da noch nicht für alle Aspekte anerkannte Alternativmethoden zur Verfügung stehen.

Seit mehr als 40 Jahren arbeiten wir intensiv daran, **alternative Testmethoden** selbst zu entwickeln. Gemeinsam mit den entsprechenden Branchenverbänden ist es unser Ziel, die Behörden von einem Verzicht auf Tierversuche zu überzeugen. Zudem sind wir davon überzeugt, dass die Präsenz auf diesen Märkten und die Unterstützung der Agenda gegen Tierversuche letztlich dazu beitragen werden, die Akzeptanz von Alternativen zu erhöhen. Henkel gehört zu den Unternehmen, die im Jahr 2005 zusammen mit der Europäischen Kommission und einigen Industrieverbänden die „Europäische Partnerschaft für Alternativen zu Tierversuchen“ (**EPAA – European Partnership on Alternative Approaches to Animal Testing**) gegründet haben. Seitdem hat diese Partnerschaft zahlreiche Projekte vorangetrieben, Alternativen zu Tierversuchen erfolgreich gefördert und für die Sicherheitsbewertung im Rahmen der REACH-Verordnung nutzbar gemacht hat.

Die Fragen zur Hautverträglichkeit von Inhaltsstoffen werden inzwischen – wo immer dies möglich ist – mithilfe von In-vitro-Tests untersucht. In-vitro-Tests wurden in den vergangenen Jahrzehnten von Henkel in Zusammenarbeit mit externen Partnern entwickelt und als Ersatzmethode für Tierversuche zur internationalen Anerkennung bei der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) vorgeschlagen.



Hautmodell Phenion®

Henkel vertreibt unter der Marke **Phenion®** biotechnologisch hergestellte Hautmodelle an interessierte Prüflabore und Forschungseinrichtungen. Mit diesen Phenion®-Hautmodellen bietet das Unternehmen ein alternatives In-vitro-Prüfsystem, das nicht nur in der dermatologischen und kosmetischen Grundlagenforschung, sondern auch in der Sicherheitsbewertung von Rohstoffen und Produkten eingesetzt wird.

Im November 2020 hat Henkel die Akquisition der Hautmodell-Technologie der SkinInVitro GmbH abgeschlossen. Vorangegangen war ein umfangreicher und erfolgreich durchgeführter Technologietransfer, der die Produktion der **epiCS®-Hautmodelle** in unverändert hoher Qualität sicherstellt. Die epiCS®-Hautmodelle werden ab sofort in den Laboren von Henkel in Düsseldorf unter der Marke Phenion® hergestellt. Die epiCS®-Technologie umfasst unter anderem rekonstruierte humane Oberhaut (fachlich: Epidermis), die von der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für die Testung hautkorrosiver Eigenschaften und seit April 2019 ebenfalls für die Testung hautirritierender Eigenschaften anerkannt ist.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Als alternative Prüfmethode können solche Modelle wesentlich zur Verringerung und Vermeidung von Tierversuchen beitragen. Mit seiner Entscheidung stellt sich Henkel der gesellschaftlichen Verantwortung, den Zugang zu innovativen Alternativmethoden ungehindert und nachhaltig zu ermöglichen, und leistet somit einen wichtigen Beitrag zur weltweiten Anwendung von Alternativmethoden. Unsere Wissenschaftler arbeiten derzeit daran, dass die Hautmodelle in der Größe eines 1-Cent-Stücks auch für weitere Fragen der Chemikaliensicherheit Verwendung finden. Mehr Informationen finden Sie auf der Webseite des [Scientific Committee on Consumer Products](#) der Europäischen Kommission.

Im Rahmen unserer Test- und Bewertungsstrategien spielen auch computergestützte Analysen eine immer größere Rolle. Und wir unterstützen den Gesetzgeber mit unserer Expertise in unterschiedlichen Verbänden, um die langwierigen Prozesse bis zur Anerkennung einer alternativen Testmethode zu verkürzen und die Akzeptanz bereits bewährter Alternativmethoden weiter zu fördern.

Schrittweise Vermeidung von Mikroplastik

Wir setzen uns dafür ein, dass durch unsere Konsumentenprodukte kein [Mikroplastik](#) in die Umwelt gelangt. Unter Mikroplastik verstehen wir feste, unlösliche Kunststoffteilchen, die fünf Millimeter oder kleiner und nicht biologisch abbaubar sind. Diese können zum Beispiel über das Abwasser in Flüsse und Ozeane gelangen und sich dort dauerhaft anreichern.

In einem ersten Schritt haben wir auf sogenannte Microbeads in unseren Konsumgüterprodukten verzichtet, die als Peeling- oder Schleifpartikel in einzelnen Produkten enthalten waren. Diese Initiative haben wir bereits 2014 für unsere neu eingeführten Kosmetikprodukte in Europa gestartet und 2016 auch weltweit umgesetzt. Alle unsere Kosmetikprodukte sowie Wasch- und Reinigungsmittel sind frei von Microbeads. In einem zweiten Schritt haben wir uns intensiver mit festen synthetischen Kunststoffen auseinandergesetzt, die als Trübungsmittel in Konsumentenprodukten eingesetzt werden, um diesen ein cremig-weißes Aussehen zu verleihen.

Wir hatten uns das Ziel gesetzt, bis 2020 weltweit in unseren Konsumentenprodukten ausschließlich Trübungsmittel zu verwenden, die einen natürlichen Ursprung haben oder biologisch abbaubar sind. Für unsere Kosmetikprodukte wird die Umstellung auf Trübungsmittel, die einen natürlichen Ursprung haben oder biologisch abbaubar



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

sind, bis Ende des ersten Quartals 2021 abgeschlossen sein. Für unsere anderen Konsumentenprodukte verfolgen wir weiterhin die technisch anspruchsvolle Aufgabe, nur natürliche oder biologisch abbaubare Trübungsmittel zu verwenden und auf feste synthetische Kunststoffe zu verzichten, sobald eine geeignete Alternative hierfür verfügbar ist.

Darüber hinaus gibt es bestimmte Arten von Parfümverkapselungen, die ebenfalls als Mikroplastik diskutiert werden. Diese verkapselten Parfümöle werden insbesondere in Weichspülern oder bestimmten Waschmitteln eingesetzt, um mit wenig Parfüm langanhaltende Düfte zu schaffen. So leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeit, weil die andernfalls notwendige Parfümmenge deutlich reduziert wird. Zusammen mit unseren Technologiepartnern arbeiten wir bereits daran, alle synthetischen Parfümverkapselungen bis spätestens 2022 auf Materialien umzustellen, die biologisch abbaubar sind.

In anderen Bereichen setzen wir bereits erfolgreich lösliche, biologisch abbaubare Materialien zur Verkapselung ein, zum Beispiel für die Hülle unserer vordosierten Flüssigwaschmittel-Kapseln oder Geschirrspülreiniger-Tabs, die aus löslicher Polyvinylalkohol-Folie besteht. Um zu vermeiden, dass die unsachgemäße Entsorgung unserer Produktverpackungen aus Kunststoff zur Verschmutzung der Meere beiträgt, streben wir eine Kreislaufwirtschaft wie für Papier beziehungsweise Altpapier an. Dazu werden wir sowohl die Recyclingfähigkeit unserer Verpackungen weiter verbessern als auch den Anteil von recyceltem Material an unseren Verpackungen erhöhen.

Unser Beitrag in den Wachstumsmärkten

Im Geschäftsjahr 2020 erwirtschaftete Henkel weltweit einen Umsatz von 19.250 Millionen Euro. 40 Prozent des Umsatzes entfielen auf die Wachstumsregionen Osteuropa, Afrika/Nahost, Lateinamerika und Asien (ohne Japan). In den Wachstumsregionen beschäftigen wir 53 Prozent unserer Mitarbeiter und beziehen rund 38 Prozent unseres globalen Einkaufsvolumens von dort. Damit sind wir auch hier wichtiger Arbeitgeber und lokaler Wirtschaftspartner.

Gerade in den Wachstumsregionen rückt die Frage nach dem gesellschaftlichen Mehrwert von Produkten in den Vordergrund. Dabei haben Produkte, die sich an den Bedürfnissen der unteren Einkommensklassen orientieren, nicht nur wirtschaftliches Potenzial. Sie leisten gleichzeitig positive gesellschaftliche Beiträge, zum Beispiel zur Hygiene und Gesundheit im Haushalt. Um den weltweit unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht zu werden, verfolgen wir je nach Marktsituation verschiedene Strategien:

- **Global einheitliche Produkte:** Sind die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden und Verbraucher einheitlich, bieten wir global einheitliche Produkte an. Beispiele sind die international einheitlichen Anforderungen an einen Sekundenkleber oder an unsere Industrieklebstoffe.



[Vorwort](#)

[Henkel auf einen Blick](#)

[Nachhaltigkeitsstrategie](#)

[Management](#)

[Einkauf und Lieferanten](#)

[Produktion](#)

[Logistik und Transport](#)

[Produktverantwortung](#)

[Verpackungen](#)

[Adhesive Technologies](#)

[Beauty Care](#)

[Laundry & Home Care](#)

[Mitarbeiter](#)

[Gesellschaftliches Engagement](#)

[Stakeholder-Dialog](#)

[Externe Bewertungen](#)

[Kennzahlen](#)

[Referenz- und Berichtsrahmen](#)

- **Lokal angepasste Produktangebote:** Sind die Verbraucherbedürfnisse, die Einkommensverhältnisse oder die Infrastruktur in unseren Märkten unterschiedlich, passen wir Verpackungseinheiten oder Vertriebswege den lokalen Verhältnissen an, um unsere Produkte einer möglichst breiten Bevölkerungsschicht zugänglich zu machen. Verbraucher der untersten Einkommensschicht kaufen zum Beispiel kleine Einheiten, sobald sie hierfür Geld verfügbar haben. Dies berücksichtigen wir bei der Planung von Verpackungsgrößen. In Lateinamerika haben wir beispielsweise das Handspülmittel Pril in einer Packungsgröße von 30 Millilitern, das im Handel für umgerechnet 10 Eurocent erhältlich ist, auf den Markt gebracht. Gleiches gilt für unser Waschmittel Mas in Mexiko. Auf dem südamerikanischen Markt bieten wir Deocremes und Shampoos in kleinen Verkaufseinheiten von 10 bis 20 Millilitern an.

- **Lokal angepasste Produkte:** Unterschiedliche regionale Gegebenheiten können auch die Anpassung der Rezepturen unserer Produkte erforderlich machen. In Nordafrika und Lateinamerika beispielsweise stellt Wasser eine knappe und wertvolle Ressource dar. Henkel hat daher in Ägypten und Tunesien sowie in Mexiko einen Weichspüler für die Handwäsche auf den Markt gebracht, dessen spezielle Inhaltsstoffe ein schnelleres Ausspülen des Waschschaums ermöglichen. Ein weiteres Beispiel sind unsere Bautechnik- und Heimwerkerprodukte in Osteuropa. Da sich die lokale Bausubstanz oft sehr von der in Westeuropa unterscheidet, bieten wir lokal angepasste Produkte an.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Verpackungen



- Was wir uns im Bereich Verpackungen vornehmen
- Partnerschaften entlang der Wertschöpfungskette
- Neue Verpackungskonzepte
- Verpackungsbeispiele
- Investitionen für eine Kreislaufwirtschaft

Verpackungen

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

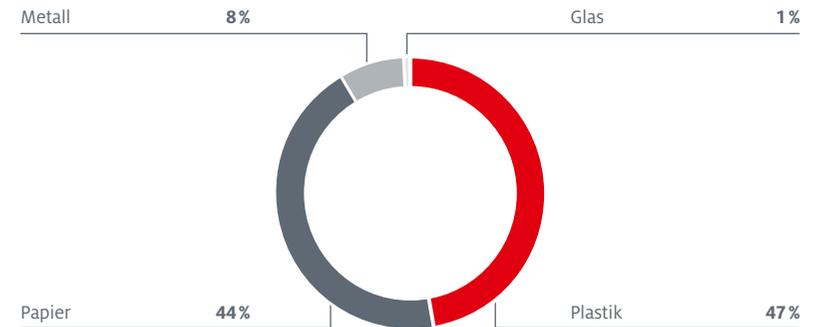
Was wir uns im Bereich Verpackungen vornehmen

Die  **Verpackungen** unserer Konsumgüter erfüllen viele verschiedene Funktionen: Sie sorgen für die Hygiene und Sicherheit der Produkte, schützen Güter während des Transports, bieten Platz für notwendige Verbraucherinformationen und spielen mithilfe einer attraktiven Gestaltung eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung.

Gleichzeitig haben Verpackungsabfälle – insbesondere Kunststoffabfälle und Umweltverschmutzung – die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit sowie von Regierungen und Unternehmen auf der ganzen Welt auf sich gezogen. Ein systemischer Wandel, der die Ursachen bekämpft, ist erforderlich: der Übergang zu einer  **Kreislaufwirtschaft**. Der Verbrauch von Ressourcen kann reduziert werden, wenn Materialien so lange wie möglich in den Wirtschaftskreisläufen erhalten bleiben. Unsere Mission ist es, Material aus nachhaltigen Quellen einzusetzen und ein intelligentes Verpackungsdesign zu nutzen, um den Kreis zu schließen. Unser Ziel ist, Verpackungen unter Verwendung der geringstmöglichen Verpackungsmenge und mit den nachhaltigsten Materialien zu konzipieren, ohne das hohe Leistungsniveau zu beeinträchtigen, das die Verbraucher von uns erwarten. Um dies zu erfüllen, arbeiten unsere Verpackungsentwickler eng mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette zusammen, damit im Entwicklungsprozess führende Gestaltungsmethoden, moderne Fertigungstechnologien und nachhaltige Materialien eingesetzt werden können.

* Mit Ausnahme von Produkten, bei denen Bestandteile oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

Henkel-Verpackungen: „Fußabdruck“ 2020¹



¹ Rund 754.000 Tonnen (geschätzt; basierend auf den Ausgaben für eingesetzte Verpackungsmaterialien)

Übersicht über unsere Verpackungsziele bis 2025

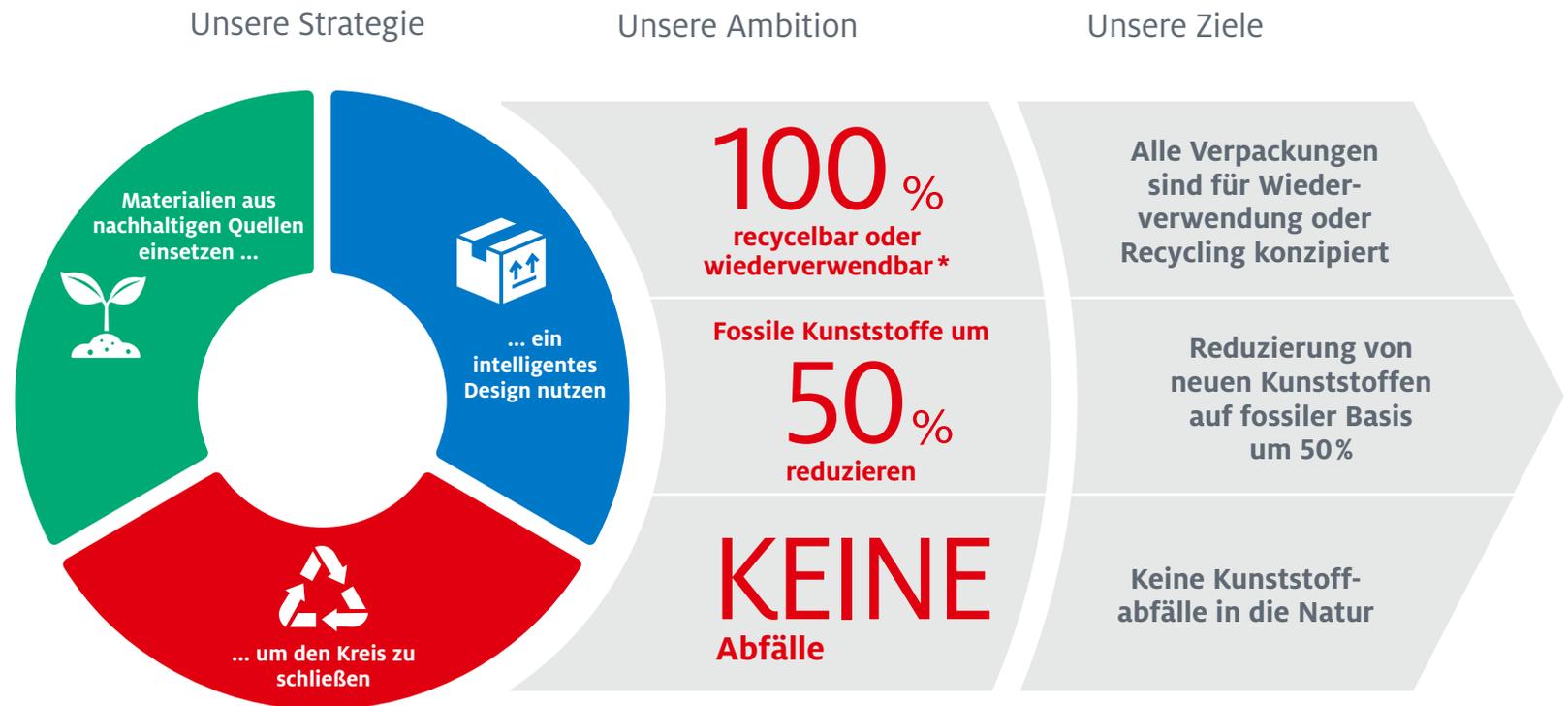
- 100 Prozent der Verpackungen von Henkel werden recycelbar oder wiederverwendbar sein.*
- Wir streben an, die Menge an neuen Kunststoffen aus fossilen Quellen in unseren Konsumgütern um 50 Prozent zu reduzieren. Wir werden dies erreichen, indem wir den Anteil an recyceltem Kunststoff auf mehr als 30 Prozent erhöhen, das Volumen von Kunststoffen reduzieren und zunehmend biobasierte Kunststoffe einsetzen.
- Wir wollen dazu beitragen, den Eintritt von Abfällen in die Umwelt zu vermeiden. Aus diesem Grund unterstützen wir Initiativen zum Einsammeln von Abfällen und zugunsten des Recyclings.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

- Wir investieren in innovative Lösungen und Technologien zur Förderung eines geschlossenen Recyclingprozesses und möchten jedes Jahr mehr als 2 Milliarden Verbraucherkontakte¹ mit gezielten Informationen zum Recycling erreichen.

Darüber hinaus ist es unser Ziel, dass 100 Prozent des verwendeten Papiers und Kartonmaterials entweder aus recyceltem Material bestehen oder, wenn Frischfasern erforderlich sind, aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammen. Wir wollen außerdem Polyvinylchlorid (PVC) und andere potenziell bedenkliche Stoffe austauschen und vermeiden.

Unsere Verpackungsziele für 2025



* Mit Ausnahme von Produkten, bei denen Bestandteile oder Rückstände die Recyclingfähigkeit beeinträchtigen oder Recyclingströme verschmutzen können.

¹ Messsysteme sind noch im Aufbau.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Drei Bereiche, um eine Kreislaufwirtschaft zu fördern

1. Material aus nachhaltigen Quellen

Henkel arbeitet stetig daran, den Anteil an recyceltem Material in den Verpackungen zu erhöhen. Während viele unserer Marken bereits Produkte mit Verpackungen aus recyceltem Material anbieten, haben wir uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, den Anteil an recyceltem Kunststoff bis 2025 weltweit auf mehr als 30 Prozent für alle Kunststoffverpackungen unserer Konsumgüterprodukte zu erhöhen. Ende 2020 lag dieser Anteil bei rund 15 Prozent.¹

Darüber hinaus wollen wir die Verwendung von biobasierten Kunststoffen kontinuierlich steigern, da diese nachhaltigere Lösungen ermöglichen. Vorausgesetzt, dass sie die gleiche technische Leistung wie konventionelle Polymere erbringen, können sie eine gute Alternative darstellen und langfristige Vorteile bieten. Dabei verzichten wir ausdrücklich auf Rohstoffquellen, die auch als Lebensmittel zum Einsatz kommen. Aus diesem Grund testen wir derzeit die zweite Generation biobasierter Ausgangsmaterialien.

Die am häufigsten verwendeten Verpackungsmaterialien aus nachwachsenden Rohstoffen sind Papier und Karton. Es ist unser Bestreben, 100 Prozent des Papier- und Kartonmaterials, das wir in unseren Verpackungen einsetzen, als recyceltes Material oder – wo der Einsatz von Frischfasern erforderlich ist – aus Quellen nachhaltiger Forstwirtschaft zu beziehen. Im Jahr 2020 setzten unsere Lieferanten zu **→ 69 Prozent recyceltes Material** ein. Rund 86 Prozent der Lieferanten nutzen dabei mindestens ein oder mehrere Zertifizierungssysteme, wobei FSC das am häufigsten vorzuweisende Zertifikat ist, gefolgt von PEFC und SFI. Ein weiterer Schwerpunkt der Zusammenarbeit

mit unseren Lieferanten ist die Schaffung von mehr Transparenz in der Lieferkette. Das betrifft die Rückverfolgbarkeit der von uns bezogenen Materialien, insbesondere bei Lieferanten, die Frischfasern aus Hochrisikoländern beziehen. Hier arbeiten wir gemeinsam an Maßnahmen zur Risikominimierung.

Polyvinylchlorid (PVC) wird als Verpackungsmaterial oft kritisiert. Henkel begann bereits in den 1990er Jahren damit, den Einsatz von PVC in seinen Verpackungen zu verringern und, nach Möglichkeit, ganz zu vermeiden. Heute verwenden wir PVC nur in wenigen Ausnahmefällen, für die wir bis jetzt noch keine funktionsfähige Alternative gefunden haben. Insgesamt machen PVC-haltige Materialien mittlerweile weniger als 0,1 Prozent unserer weltweiten Ausgaben für Verpackungen aus. Wir arbeiten weiter an unserem Ziel, PVC vollständig aus unseren Verpackungsmaterialien zu entfernen.

2. Intelligentes Verpackungsdesign

Verpackungsmaterial durch das Angebot intelligenter Lösungen zu reduzieren, ist der beste Weg, um Abfall und die damit verbundenen negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren. Seit vielen Jahren bemühen wir uns, die Menge an Verpackungsmaterial im gesamten Produktlebenszyklus zu reduzieren, ohne die Qualität, Leistung oder Sicherheit unserer Produkte zu beeinträchtigen. Das werden wir auch in Zukunft tun. Unser Ziel ist es, den Anteil an Kunststoffen in unseren Konsumgüterverpackungen zu reduzieren. Darüber hinaus spielt ein intelligentes Design von Anfang an eine zentrale Rolle, wenn es darum geht, Neuware durch recycelte oder erneuerbare Alternativen zu ersetzen, wo dies machbar und technisch realisierbar ist. Zum Beispiel können Stabilitätsanforderungen die Verwendung alternativer Materialien bei einzelnen Verpackungen



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

einschränken. Intelligentes Design geht jedoch darüber hinaus und ermöglicht die Verwendung von nachhaltigerem Material in geringeren Mengen. Um eine lineare Wirtschaft in eine Kreislaufwirtschaft zu transformieren, denken unsere Experten Verpackungskonzepte gänzlich neu und prüfen darüber hinaus weitere Möglichkeiten zur Entwicklung wiederverwendbarer und nachfüllbarer Verpackungslösungen, die den Wert von Langlebigkeit stärker in den Fokus rücken. Sie arbeiten auch weiterhin an der Optimierung von Transportverpackungen und der dazugehörigen Logistik.

3. Den Kreis schließen

Um eine  Kreislaufwirtschaft zu ermöglichen, bemühen wir uns darum, dass unsere Produktverpackungen nach der Verwendung des Produkts recycelt werden können. Unser Ziel bis 2025 ist, dass 100 Prozent der Verpackungen von Henkel recycelbar oder wiederverwendbar sein werden. Ende 2020 lagen wir bei mehr rund 89 Prozent.¹ Unser Verständnis von recycelbar oder wiederverwendbar basiert auf den „design for recyclability guidelines“ der Ellen MacArthur Foundation. Durch die konsequente Anwendung von solchen Designgrundsätzen, die das Recycling unterstützen sollen, wollen wir die für jede Verpackungskategorie – wie flexible Verpackungen, Schrumpfbänderolen oder schwarze Verpackungen – spezifischen Recyclinghürden überwinden. Gleichzeitig ist es wichtig, dass geeignete Systeme für das Recycling von Verpackungsmaterialien vorhanden sind. Aus diesem Grund arbeiten wir mit Unternehmen und Organisationen entlang der Verpackungswertschöpfungskette zusammen, um Fortschritte in der Recyclinginfrastruktur voranzutreiben. Wir arbeiten insbesondere mit unseren Handelspartnern zusammen, um die Verbraucher bei der korrekten Verwendung und Entsorgung unserer

Produkte zu unterstützen, beispielsweise durch Anbringen spezieller Recyclingsymbole. Wir möchten jedes Jahr mehr als 2 Milliarden Verbraucherkontakte² mit gezielten Informationen zum Recycling erreichen. Eine weitere Möglichkeit, den Kreis zu schließen, besteht darin, Verpackungen wiederzuverwenden. Wir führen → **Nachfülllösungen** in geeigneten Märkten ein, um die Akzeptanz beim Verbraucher sowie Aufwand und Kosten, die damit verbunden sind, zu untersuchen. In Bezug auf Sekundär- und Tertiärverpackungen, die typischerweise für die Präsentation im Regal oder zu Logistikzwecken verwendet werden, möchten wir die Wiederverwendbarkeit solcher Verpackungen maximieren.

Abfälle in wertvolle Ressourcen umwandeln

Neben unseren Zielen und Aktivitäten im Bereich der Konsumgüterverpackungen unterstützen wir auch unsere Kunden in der Verpackungsindustrie. Unser Geschäftsfeld Verpackungs- und Konsumgüterklebstoffe arbeitet mit führenden Herstellern und Markeninhabern an innovativen und nachhaltigen Lösungen für Lebensmittelverpackungen und Konsumgüter. Als Marktführer bei Klebstoffen und Beschichtungen hat sich Henkel einer aktiven Förderung der Kreislaufwirtschaft verpflichtet, damit hochwertige Materialien im Kreislauf verbleiben – und Abfälle in wertvolle Ressourcen umgewandelt werden können. Aus diesem Grund konzentrieren wir uns auf innovative Lösungen, die entweder recycelbar sind oder das Trennen inkompatibler Materialien erlauben. Zu unseren Innovationen gehört auch die Entwicklung neuer Verpackungs- und Konsumgüterkonzepte, die ein Recycling ermöglichen. Unsere Lösungen tragen zur Wiederverwertung von Materialien bei und erhöhen die Qualität des Rezyklats.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

- **Recyclingfähigkeit:** Heutzutage kommt für Kunststoffverpackungen vor allem das mechanische Recycling zum Einsatz. In diesem Prozess wird der Kunststoff geschmolzen und für die weitere Verwendung zu Pellets verarbeitet. Eine Reihe von Klebstoffen und Beschichtungen für flexible Verpackungen sind speziell für dieses Recycling konzipiert und unterstützen die Verwertung von Monomaterialien wie Polypropylen (PP) und Polyethylen (PE) mit einer optimierten Qualität des Rezyklats. Weiterhin bieten wir eine wachsende Reihe von Klebstoffen und Beschichtungen mit geprüfter Kompatibilität mit dem Papierrecycling an.
- **Trennen inkompatibler Materialien:** Durch das Trennen können unterschiedliche Materialien dem Kreislauf separat erneut zugeführt werden. In diesen Fällen ist es sehr wichtig, dass der Klebstoff rückstandsfrei von Oberflächen entfernt werden kann. Wir bieten Klebstoffe für das Etikettieren von PET-Verpackungen an, die sich sauber ablösen lassen. Dies ermöglicht die Stofftrennung im Recyclingprozess und führt zu einer höheren Qualität des Rezyklats.
- **Neue Konzepte zur Förderung der Recyclingfähigkeit:** Um Verpackungen mit unseren Klebstoffen und Beschichtungen recyclingfähig zu machen, konzentrieren wir uns darauf, die Komplexität der in der Produktion verwendeten Materialien zu reduzieren und die Verpackungsstrukturen zu vereinfachen, wo dies möglich ist. Zusammen mit unseren Partnern entlang der Wertschöpfungskette arbeiten wir an neuen Konzepten für die Verpackungsindustrie, die das Recycling innerhalb der bestehenden Verfahren ermöglichen.

Partnerschaften entlang der Wertschöpfungskette

Wir engagieren uns in branchenübergreifenden Initiativen

Fortschritte in Richtung Nachhaltigkeit bei Verpackungen sind nur möglich, wenn Unternehmen aus allen Phasen der Verpackungswertschöpfungskette zusammenarbeiten. Zum einen engagieren sich die Experten von Henkel in mehreren branchenübergreifenden Initiativen, um Innovationen in der Verpackungsentwicklung voranzutreiben und wirkungsvolle Lösungen zu finden, die im großen Maßstab entwickelt werden können. Zum anderen hat sich Henkel mit verschiedenen Unternehmen zusammengeschlossen, die an der Verbesserung der Recyclinginfrastruktur arbeiten und so eine Kreislaufwirtschaft ermöglichen. Insbesondere in Entwicklungsländern sind entsprechende Systeme zum Recycling von Verpackungsmaterialien oft nicht vorhanden. Wir sind überzeugt, dass wir nur durch Partnerschaften entlang der gesamten Wertschöpfungskette sicherstellen können, dass unsere Produktverpackungen recycelt oder wiederverwendet werden können, nachdem das Produkt verbraucht wurde.

Henkel engagiert sich auch in branchenübergreifenden Initiativen für nachhaltige Verpackungen. Wir sind beispielsweise Gründungsmitglied einer neuen Initiative zum Umgang mit Plastikabfall: der  „Alliance to End Plastic Waste“ (AEPW). Seit 2019 haben sich mehr als 80 internationale Unternehmen aus der Wertschöpfungskette für Kunststoff und Konsumgüter zusammengeschlossen, um sich gemeinsam der globalen Herausforderung einer Kreislaufwirtschaft zu stellen. Ziel der Allianz ist es, Lösungen voranzutreiben, um Plastikabfall in der Umwelt, vor allem im Ozean, zu stoppen. Ein weiteres Beispiel ist unsere Mitgliedschaft bei der  New Plastics Economy (NPEC), einer Initiative der Ellen MacArthur Foundation,

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

die verschiedene Akteure zusammenbringt, um die Zukunft von Plastik zu gestalten und Impulse für eine Kreislaufwirtschaft zu setzen. Im Oktober 2018 hat die New Plastics Economy ihr „Global Commitment“ vorgestellt, das von mehr als 400 Organisationen unterzeichnet wurde – darunter auch von Henkel. Das gemeinsame Ziel: Plastikabfall und Verschmutzungen von Beginn an vermeiden.



Im Februar 2020 ist Henkel dem [European Plastics Pact](#) beigetreten. Der von Frankreich und den Niederlanden initiierte Europäische Kunststoffpakt will den Übergang zu einer zirkulären Kunststoffwirtschaft beschleunigen. Der Pakt bringt führende Unternehmen sowie Nichtregierungsorganisationen und Regierungen zusammen, die sich verpflichten, bis 2025 gemeinsame Ziele zu verwirklichen und über die aktuelle Gesetzgebung hinauszugehen. Im August 2020 ist Henkel Nordamerika außerdem dem U.S. Plastics Pact beigetreten. Die Initiative zielt darauf ab, signifikante Systemveränderungen voranzutreiben, indem verschiedene sektorübergreifende Ansätze vereinheitlicht, eine nationale Strategie festgelegt und skalierbare Lösungen geschaffen werden. Ziel ist es, bis 2025 in den USA einen Weg zu einer Kreislaufwirtschaft für Kunststoffe zu ebnet. Der erste nordamerikanische Pakt dieser Art, der [U.S. Plastics Pact](#), ist eine

Zusammenarbeit unter der Leitung von The Recycling Partnership, World Wildlife Fund (WWF) und Ellen MacArthur Foundation.

Henkel ist außerdem Gründungsmitglied von [CEFLEX](#), einem Konsortium aus mehr als 130 europäischen Unternehmen und Organisationen, das das Ziel verfolgt, flexible Verpackungen – die häufig aus mehreren Film- oder Folienschichten bestehen, die sich oft nur schwer trennen lassen – leichter recycelbar zu machen.

Wir kooperieren mit unseren Handelspartnern

Auch die Zusammenarbeit mit Handelspartnern ist für uns wichtig, um eine funktionierende Kreislaufwirtschaft voranzutreiben. Henkel ist Mitglied des im Jahr 2018 gegründeten [Rezyklat-Forums](#) in Deutschland. dm-drogerie markt hat das Forum gemeinsam mit Henkel, Brauns-Heitmann, Dr. Bronner's, ecover + method, Einhorn, Procter & Gamble, Share und Vöslauer Mineralwasser gegründet. Mittlerweile haben sich hier 47 Mitglieder zusammengeschlossen – Händler, Hersteller, Entsorger, Verpackungshersteller und Vertreter der Politik.

Die Initiative verfolgt zwei Ziele: zum einen, die Wiederverwendung von Wertstoffen für Verpackungen deutlich zu erhöhen, um den Kunden nachhaltigere Verpackungsalternativen anzubieten und die immensen Mengen an reinem Verpackungsmüll zu reduzieren. Zum anderen, das Bewusstsein der Menschen für ein Kreislaufsystem zu fördern – von der Produktkonzeption bei den Herstellern über den Gebrauch durch die Kunden, die haushaltsnahe Entsorgung bis hin zur Wiederverwertung der Verpackung.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

2020 hat das Forum Rezyklat seine Arbeit in vier Expertengruppen fortgesetzt. Dazu gehörten die Erleichterung des Stammdatenmanagements, die Weiterentwicklung von Technologien und die Verbesserung der Recyclingfähigkeit, die Ausarbeitung von Rezyklat-Standards sowie die Verbesserung der Kommunikation mit den Kunden. Henkel übernahm hier zusammen mit der Universität Wien die Leitung der Expertengruppe Rezyklat-Standards, woraus mittlerweile ein eigenständiges Industriekonsortium erwachsen ist. Das CosPaTox-Konsortium (Cosmetic, Packaging & Toxicology) beschäftigt sich mit der Produktsicherheit beim Einsatz von PCR-Rezyklaten und erarbeitet neue Industriestandards für den sicheren Einsatz von Altplastik im Bereich von Verpackungen für Kosmetik sowie Wasch- und Reinigungsmittel. Mittlerweile haben sich rund 25 Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette dieser Initiative angeschlossen, die Anfang 2021 ihre Arbeit aufnehmen wird.



Das Rezyklat-Forum will das Bewusstsein der Verbraucher für ein Kreislaufsystem fördern.

Darüber hinaus arbeitet Henkel seit dem Jahr 2016 mit dem Unternehmen TerraCycle in verschiedenen Ländern zusammen, das Recycling-Lösungen für schwer recycelbare Materialien anbietet. In Partnerschaft mit TerraCycle konnten beispielsweise Verbraucher in Großbritannien Kosmetikverpackungen der Marke Right Guard in speziellen Sammelcontainern entsorgen, aus denen im zweiten Schritt neue mobile Fitnessgeräte produziert wurden. Diese fanden im Jahr 2019 in der Gemeinde Hemel Hempstead ein neues Zuhause. So werden wertvolle Rohstoffe vor der Verbrennung oder Deponierung bewahrt. Gleichzeitig können neue Produkte aus ihnen entstehen.

2020 ist der Unternehmensbereich Beauty Care noch einen Schritt weiter gegangen und hat ein → **Schwarzkopf-Recycling-Programm** in den USA und in Australien gestartet. Es ermöglicht den Verbrauchern, alle Schwarzkopf-Haarpflege-, -Farb- und -Stylingprodukte kostenlos über die Plattform von TerraCycle zu recyceln. In den USA können die Verbraucher hierbei Punkte sammeln, die gegen wohl-tätige Geschenke eingelöst oder in Bargeld umgewandelt und an eine gemeinnützige, schulische oder karitative Organisation ihrer Wahl gespendet werden können.

Wir informieren Verbraucher

Henkel hat 2019 neue Logos für Produktverpackungen entwickelt und getestet, um ein nachhaltiges Einkaufsverhalten zu fördern und um zu vermitteln, wie man richtig recycelt. Die Logos kommunizieren den Anteil an Rezyklat beziehungsweise die Recyclingfähigkeit der jeweiligen Verpackung und /oder helfen dabei, dass das Produkt ordnungsgemäß recycelt wird. Außerdem kommuniziert Henkel auch den Anteil von sogenanntem Social Plastic® in seinen Produktverpackungen.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Bereits seit April 2018 ist Henkel Partner des „How2Recycle“-Programms in den USA, um das Bewusstsein bei Verbrauchern dafür zu schärfen, wie sich Verpackungskreisläufe schließen lassen. Im Rahmen des Programms wird durch ein erklärendes Logo auf Produktverpackungen mehr Transparenz über die unterschiedlichen Recyclingwege geschaffen. Marken von allen drei Unternehmensbereichen nutzen das Logo bereits. Das Programm ist ein Projekt im Rahmen der „Sustainable Packaging Coalition“, einer mitgliederbasierten Vereinigung aus Industrieunternehmen, Forschungsinstituten und Regierungsbehörden, die das allgemeine Verständnis für Nachhaltigkeit bei Verpackungen und intelligentere Verpackungslösungen vorantreiben will.

Unter dem Namen → „Be smarter. Recycle.“ informiert der Unternehmensbereich Beauty Care über den korrekten Umgang mit Abfall und die Recyclingfähigkeit verschiedener Verpackungen. Auf diese Weise wollen wir unseren Verbrauchern das Konzept einer Kreislaufwirtschaft näherbringen. Die „Be smarter.“-Initiative umfasst 31 Länder und erreicht auch Verbraucher in Ländern, in denen Recyclingsysteme für Verpackungen noch deutlich weniger weit entwickelt sind als in Deutschland.



Logos auf unseren Produktverpackungen sollen aufklären und zu einem bewussten Konsumverhalten animieren.



Mit der Initiative „Be smarter. Recycle.“ ermutigt der Unternehmensbereich Beauty Care Verbraucher zu einem korrekten Umgang mit Abfall im Sinn einer Kreislaufwirtschaft.

Partnerschaft mit Plastic Bank

Plastic Bank ist ein Sozialunternehmen, das darauf abzielt, die Ansammlung von Plastik in den Ozeanen zu reduzieren und gleichzeitig Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. Henkel ist der erste große globale Konsumgüterhersteller, der 2017 eine Partnerschaft mit  Plastic Bank eingegangen ist und das gesammelte Plastik bereits erfolgreich in einigen Produktverpackungen einsetzt. Seit Beginn der Partnerschaft wurden insgesamt fünf neue Plastik-Sammelcenter in Haiti errichtet, einem Land, in dem es noch keine ausreichende Infrastruktur für Abfallwirtschaft gibt. Die lokale Bevölkerung kann dort gesammelten Plastikabfall abgeben und gegen Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen eintauschen. Aus Plastik wird so Wert geschaffen und es gelangt nicht in Gewässer oder Ozeane. Das auf Haiti eingesammelte Plastik wird sortiert und kann anschließend der Recycling-Wertschöpfungskette zugeführt werden – als Social Plastic®: Durch die Verifizierung des Materials durch Plastic Bank wird bestätigt, dass die Sammler einen überdurchschnittlichen Preis für den Plastikabfall erhalten haben. Das aufbereitete Social Plastic® kann in Produkten oder deren Verpackungen eingesetzt werden und schließt somit den Materialkreislauf. Im Jahr 2020 wurden 560 Tonnen Social Plastic® bei Henkel verarbeitet. Seit Beginn der Partnerschaft im Jahr 2017 waren es insgesamt mehr als 760 Tonnen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Die Zusammenarbeit mit Plastic Bank hat Henkel im Jahr 2019 um weitere fünf Jahre verlängert. Nach dem Erfolg der 2017 gestarteten Partnerschaft wird Henkel laufende Projekte in Haiti, den Philippinen und Indonesien unterstützen und maßgeblich zum Aufbau einer Infrastruktur von mehr als 400 Plastik-Sammelstellen in Ägypten beitragen. Gemeinsam soll die Verfügbarkeit von Social Plastic® als Ressource für die Herstellung von Verpackungen erhöht werden. Durch den Aufbau einer Sammel-Infrastruktur in Ägypten werden zusätzliche Kapazitäten von bis zu 5.000 Tonnen pro Jahr geschaffen. Das entspricht einer Milliarde Flaschen über den Zeitraum von fünf Jahren. Darüber hinaus half Henkel dem Sozialunternehmen beim Aufbau einer Lieferkette, die sicherstellen soll, dass die gesammelten Kunststoffabfälle verarbeitet und recycelt werden können, um schließlich wieder in die Wertschöpfungskette integriert zu werden. Aufgrund der COVID-19-Pandemie verzögert sich der Aufbau der Sammelinfrastruktur in Ägypten und die Sammelaktivitäten konnten erst im Herbst 2020 beginnen.



Partnerschaft mit Plastic Bank

Seit 2017 unterstützt Henkel das Sozialunternehmen Plastic Bank dabei, Kunststoffabfälle aus der Umwelt zu entfernen und wieder in die Wertschöpfungskette zu integrieren.

Bereits im Oktober 2018 gab es die ersten Henkel-Verpackungen mit Social Plastic®. Seit Ende 2019 bestehen die PET-Flaschenkörper der Pro Nature-Reinigungsmittel der Marken Biff, Pril und Sidolin sowie die Flaschenkörper der Weichspüler Vernel Naturals und Fresh Control zu 100 Prozent aus Altplastik – davon seit Mitte 2020 mit bis zu 50 Prozent Social Plastic®.

Im Juni 2020 brachte die Beauty Care-Marke Fa die Limited Edition Beach Love auf den Markt mit Produktflaschen, die zu 98 Prozent aus recyceltem Plastik bestehen, das am Strand und an Land gesammelt wurde. Über den QR-Code auf der Flaschenrückseite können weitere Infos zur Arbeit von Plastic Bank abgerufen werden. Mit dem Relaunch von Nature Box unternimmt Henkel darüber hinaus weitere Schritte in seiner Zusammenarbeit mit dem Sozialunternehmen. Nature Box ist die erste Kosmetikmarke, die Social Plastic® als Verpackungsmaterial für das gesamte Flaschen-Portfolio eingeführt hat: Alle Flaschenkörper von Nature Box bestehen zu 98 Prozent aus Social Plastic®. Im Jahr 2020 hat Henkel Beauty Care auch eine Limited Edition Schauma Meerestraum auf den Markt gebracht. Die Flaschenkörper der zwei Flüssigshampoos bestehen zu 96 Prozent aus recyceltem Plastik, davon ist die Hälfte Social Plastic®.

Neue Verpackungskonzepte

Software-Tool EasyD4R® zur Bewertung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen

Recyclingfähige Verpackungen sind Voraussetzung für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft. Um die Recyclingfähigkeit neuer Verpackungen schnell und zuverlässig zu ermitteln, hat Henkel das

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Software-Tool **EasyD4R®** entwickelt. Das Tool basiert auf öffentlichen und anerkannten Kriterienkatalogen, beispielsweise von Plastics Recyclers Europe, und ist bei Henkel unternehmensweit im Einsatz. Das Ziel: eine schnelle und zuverlässige Überprüfung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen bereits während der Produktentwicklung. Die Funktionsfähigkeit hat eine unabhängige Prüfung durch das Fraunhofer-Institut für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik UMSICHT bestätigt. Die Wissenschaftler analysierten dafür die Bewertungssoftware und deren Ergebnisse und verglichen sie mit nationalen sowie internationalen Standards.



Mit dem EasyD4R®-Tool von Henkel können Verpackungsentwickler schnell und zuverlässig die Recyclingfähigkeit neuer Verpackungen ermitteln.

Zudem hat Henkel die Anwendung in dem von dm-drogerie markt initiierten Forum Rezyklat vorgestellt – die 32 Mitglieder bestehend aus Händlern, Herstellern, Entsorgern und Verpackungsherstellern bilden die gesamte Wertschöpfungskette entlang der Kreislaufwirtschaft ab. Das Feedback der Forum-Teilnehmer war sehr positiv.

2020 hat Henkel sein Software-Tool EasyD4R® weiterentwickelt: Jetzt können nicht nur Kunststoffverpackungen schnell und zuverlässig auf ihre Recyclingfähigkeit überprüft werden, sondern auch Verpackungen aus Papier/Karton, Glas, Aluminium und Weißblech. Dafür wurden Design-Richtlinien, die von der Fachhochschule Campus Wien erstellt wurden, sowie der deutsche Mindeststandard für Verpackungen integriert. Eine unabhängige Prüfung durch das Fraunhofer-Institut für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik UMSICHT bestätigte, dass das weiterentwickelte Tool die Recyclingfähigkeit zuverlässig bewertet. So leistet das Bewertungstool, das auch andere Unternehmen und Organisationen kostenlos nutzen können, einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung nachhaltiger Verpackungslösungen und damit zur Förderung einer Kreislaufwirtschaft. Henkel hat hier sehr positives externes Feedback erhalten. Bis heute wurde EasyD4R® bereits mehr als 3.400 Mal heruntergeladen. Diese Erfolge wurden auch extern honoriert und Henkel hat mit seinem Software-Tool den diesjährigen ‚Best Practice‘-Nachhaltigkeitspreis von Packaging Europe gewonnen.

Nachfüllstationen gewinnen an Bedeutung

Während Recycling nach wie vor ein wichtiger Faktor in Sachen Nachhaltigkeit bleibt, gewinnen Nachfüll- und Mehrwegsysteme ebenfalls immer mehr an Bedeutung. Daher nutzen wir neben neuen Produktformen und dem Einsatz von recycelten Kunststoffen in unseren Verpackungen auch Nachfüllstationen. Das Konzept ist einfach: Kunden kaufen einmalig ein Behältnis und füllen Wasch- oder Spülmittel ein. Im Rahmen eines Pilotprojekts haben wir bereits im November 2019 Nachfüllstationen in ausgewählten Testmärkten in der Tschechischen Republik eingerichtet. Hier konnten Kunden Flüssigwaschmittel, Weichspüler, Geschirrspülmittel oder Shampoos

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)**
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)

und Duschgele nachfüllen. Das sogenannte Tankstellensystem wurde so konzipiert, dass der Kunde einmalig eine leere Flasche des gewünschten Produkts auswählt und dann seinen Code an der Station scannt. Gleichzeitig wird ein Etikett aufgedruckt, das den Kunden über das Verfallsdatum des Produkts informiert. Ist das Produkt aufgebraucht, kann die leere Flasche erneut aufgefüllt werden.

Auch die Wasch- und Spülmittel der neuen Laundry & Home Care-Marke → **Love Nature** können nachgefüllt werden. In ausgewählten Märkten verschiedener Drogerie- und Supermarktketten können „Mein Spülmittel“ und „Mein Waschmittel“ abgefüllt und ganz einfach immer wieder neu befüllt werden. Damit ist Love Nature die erste Waschmittel- und Reiniger-Marke, die diesen Service in Deutschland händlerübergreifend anbietet. Darüber hinaus bestehen die Flaschenkörper zu 100 Prozent aus recyceltem Kunststoff und können wiederum vollständig recycelt werden.



Nachfüllstationen für Wasch- und Spülmittel

Die neue Marke Love Nature bietet Nachfüllstationen für spezielle Nachfüllflaschen an, die wieder befüllt werden können. Hier stehen zwei Waschmittel- und zwei Spülmittelvarianten zur Auswahl.

Im November 2020 hat die Beauty Care Professional-Marke Authentic Beauty Concept die **erste vegane Nachfüllstation** auf den europäischen Markt gebracht. Zunächst führt der Stylist eine persönliche, professionelle Beratung zu Haarroutine und Wünschen der Kunden durch, um das richtige Authentic Beauty Concept-Produkt empfehlen zu können. Im zweiten Schritt füllt der Stylist mithilfe der Refill Bar eine Flasche aus zu 92 Prozent recyceltem Kunststoff mit dem jeweiligen Produkt. Wenn der Kunde zu Hause alles aufgebraucht hat und die Flasche leer ist, kann diese zurück in den Salon gebracht und dort wieder aufgefüllt werden. Durch diesen neuen Prozess wird die Lebensdauer von „Einweg“-Flaschen verlängert und Plastikmüll reduziert, wodurch die Kreislaufwirtschaft weiter gefördert wird.



Authentic Beauty Concept Refill Bar

Die Authentic Beauty Concept Refill Bar ist seit Oktober 2020 in ausgewählten Salons europaweit verfügbar. Ziel ist es, im Rahmen dieser ersten Nutzungsphase Erfahrungswerte zu gewinnen, um in den kommenden Jahren Refill-Lösungen in noch mehr Salons umsetzen zu können.

Neue Verpackungskonzepte im Bereich E-Commerce

Die zertifizierte Naturkosmetikmarke von Henkel Beauty Care N.A.E. hat im Juli 2020 ein neues Pilotprojekt in Kooperation mit Amazon gestartet: Die vollkommen plastikfreie N.A.E.-Feststücke-Box ist derzeit in Deutschland, Italien und Frankreich erhältlich und kann exklusiv bei Amazon bestellt werden. Jede Box enthält eine feste

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)**
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)

Duschpflege und Gesichtsreinigung sowie ein festes Shampoo und ein wiederverwendbares Seifensäckchen. Die drei Feststücke befinden sich ohne zusätzliche Verpackung in der Feststücke-Box. Durch das Angebot „nackter“ Feststücke wird kein zusätzliches Material für das Einpacken der einzelnen Artikel innerhalb der Box verwendet. Auch das Äußere der Box spart Verpackungsmaterial ein. Die Boxen bestehen zu 100 Prozent aus FSC-zertifiziertem Papier. Sie sind bereits versandfertig, sodass keine Sekundärverpackungen von Amazon erforderlich sind.



N.A.E. Feststücke-Box
Die Naturkosmetik-Marke N.A.E. von Henkel startete ein E-Commerce-Pilotprojekt in Kooperation mit Amazon. Mit reduzierten Verpackungsmaterialien und optimierten Lieferkettenprozessen unterstreicht die Marke ihr Engagement für Nachhaltigkeit.

Ein weiteres Pilotprojekt ist die limitierte Auflage von Persil Eco Power Bars. Diese kompakten Waschmittelstücke benötigen in der Herstellung weniger Ressourcen für Produktion und Transport und reduzieren den Verpackungsabfall im Vergleich zu anderen Reinigungsmitteln. Darüber hinaus besteht die Verpackung aus recycelter und recyclingfähiger Pappe. Persil Eco Power Bars sind ein Beispiel dafür, wie wir neue Verpackungskonzepte im E-Commerce-Sektor nutzen und das Feedback der Verbraucher einbeziehen.



Persil Eco Power Bars
Die Verpackung der Persil Eco Power Bars enthält 95 Prozent weniger Kunststoffe als die Standard-Persil-Flüssigwaschmittelflasche. Die limitierte Auflage ist Teil eines Pilotprojekts zum Testen neuer Online-Vertriebskanäle.

Henkel investiert in chemisches Recycling

2019 hat Henkel erstmals gemeinsam mit dem Verpackungshersteller Alpa Flaschenkörper auf Basis chemisch recycelten Kunststoffs hergestellt. Durch chemisches Recycling werden Kunststoffabfälle, die durch mechanisches Recycling nicht recycelt werden, wieder dem Kreislauf zugeführt. Das chemische Recycling kann somit in bestimmten Fällen neben das mechanische Recycling treten. Mit seiner Hilfe können fossile Ressourcen durch recyceltes Material aus Kunststoffabfall ersetzt werden. Das Pilotprojekt mit Flaschen von Perwoll ist Teil des [ChemCycling-Projekts der BASF](#). Bei ChemCycling werden thermochemische Verfahren genutzt, um Plastikabfälle in Pyrolyseöl umzuwandeln. Dieser sogenannte Sekundär-Rohstoff dient dann als Rohmaterial für die chemische Industrie und kann in der Herstellung von Kunststoff, zum Beispiel für Verpackungen, eingesetzt werden. Die aus diesen chemisch recycelten Materialien hergestellten Verpackungen sind von gleicher Qualität wie solche, die auf Neukunststoff basieren. Folglich können fossile Rohstoffe eingespart und Abfälle reduziert werden, die aus verschiedenen Gründen, zum Beispiel starke Verunreinigung oder mangelnde Sortierbarkeit, nicht mechanisch recycelt werden können.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel stellt weiter auf recycelbare schwarze Plastikverpackungen um

Schwarze Plastikverpackungen stellen aufgrund des bisher verwendeten Farbstoffs eine Herausforderung für die Recycling-Wertschöpfungskette dar: Recycling-Anlagen arbeiten mit der Nahinfrarot-Technologie (NIR), um die zu recycelnden Verpackungen zu identifizieren. Die optischen Sensoren nutzen die Reflexion von Licht, um das Material zu erfassen und entsprechend zu sortieren. Aufgrund ihres Farbstoffs können schwarze Plastikverpackungen jedoch von diesen optischen Sensoren nicht richtig erkannt und sortiert werden. Zusammen mit seinem Lieferanten Ampacet, einem globalen Masterbatch-Produzenten, hat Henkel an einer innovativen Lösung für schwarze Plastikverpackungen, die vollständig recycelbar sind, gearbeitet. Das neue Verpackungsmaterial setzt auf einen alternativen, rußfreien schwarzen Farbstoff – damit Flaschen nach ihrer Verwendung wieder der Wertschöpfungskette zugeführt werden können. Das Institut Cyclos-HTP, das sich auf die Klassifizierung, Bewertung und Zertifizierung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen und Produkten spezialisiert hat, hat bestätigt, dass die Flaschen von Henkel mit der rußfreien schwarzen Farbe richtig erkennbar und sortierbar sind.



Recycelbare schwarze Verpackungen

Das neue Verpackungsmaterial von Perwoll „Renew & Repair“ verwendet eine alternative rußfreie Farbe. Damit werden die Flaschen nicht nur wiederverwertbar, sondern enthalten auch 25 Prozent recyceltes PE.

Nachdem Henkel 2019 seine ersten recycelbaren schwarzen Plastikverpackungen eingeführt hatte, ging es 2020 noch einen Schritt weiter. Mit dem Relaunch von Syoss im September wurde für die schwarze Verpackung, für die die Haarpflegemarke bekannt ist, nun rußfreie schwarze Farbe verwendet. Somit ist sie vollständig recycelbar. Zudem bestehen alle Shampoo-Flaschen zu 98 Prozent aus recyceltem Material (exklusive Kappe).

Henkel hat 2020 auch die schwarze Flasche der „Renew & Repair“-Variante von Perwoll verbessert. Auch für dieses Verpackungsmaterial wird eine alternative rußfreie Farbe verwendet, durch die die Flaschen recycelbar werden und somit wieder in die Wertschöpfungskette integriert werden können. Damit werden die schwarzen Flaschen nicht nur wiederverwertbar, sondern enthalten auch 25 Prozent recyceltes PE.

Digitale Wasserzeichen fördern ein hochwertiges Verpackungsrecycling

Eine der drängendsten Herausforderungen zur Erreichung einer Kreislaufwirtschaft für Verpackungen ist die bessere Sortierung von Verbraucherabfällen durch eine akkurate Identifizierung der Verpackungen, um somit ein effizienteres und qualitativ hochwertigeres Recycling zu ermöglichen. Digitale Wasserzeichen können hier helfen. Sie sind unauffällige, briefmarkengroße Kodierungen, die auf der Oberfläche der Verpackung von Konsumgütern angebracht werden. Sie können eine breite Palette an Kennzeichnungen enthalten, zum Beispiel Angaben zu Herstellern, verarbeiteten Kunststoffen und der Zusammensetzung mehrschichtiger Gegenstände. Ziel ist die Erfassung und Dekodierung des digitalen Wasserzeichens mit einer an der Abfallsortieranlage angebrachten hochauflösenden Kamera. Je nach übertragener Kennzeichnung kann die Sortieranlage den Verpackungs-

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen**
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

abfall dann in die entsprechenden Materialfraktionen einsortieren. Dies würde zu besseren und akkurater sortierten Abfallströmen führen und demzufolge zu qualitativ hochwertigeren Rezyklaten, wovon die gesamte Wertschöpfungskette profitieren würde. Abgesehen von ihrer Funktion als „digitaler Recyclingpass“ sind digitale Wasserzeichen auch in anderen Bereichen einsetzbar, wie zum Beispiel im Bereich der Kundenbindung, der Sichtbarkeit der Lieferkette und im Einzelhandel.

Henkel ist seit September 2020 eines von mehr als 85 Unternehmen und Organisationen der neuen Initiative  „HolyGrail 2.0“ und damit Vorreiter bei digitalen Wasserzeichen für besseres Verpackungsrecycling. Die Initiative umfasst die gesamte Wertschöpfungskette und wurde von dem europäischen Markenverband AIM ins Leben gerufen. Ziel ist es, zu untersuchen, ob eine innovative digitale Technologie zu einer besseren Sortierung und einem qualitativ hochwertigeren Recycling für Verpackungen in der EU beitragen und so die Kreislaufwirtschaft vorantreiben kann. Nach dem ersten „HolyGrail“-Projekt, das unter Federführung der Ellen MacArthur Foundation stattfand, wird nun die nächste Phase – „HolyGrail 2.0“ – in viel größerem Maßstab



Vernel

Henkel ist Teil der neuen Initiative „HolyGrail 2.0“ und damit Vorreiter bei digitalen Wasserzeichen für besseres Verpackungsrecycling. Digitale Wasserzeichen sind unauffällige, briefmarkengroße Kodierungen, die auf der Oberfläche der Verpackung von Konsumgütern angebracht werden.

und Umfang umgesetzt. Dazu gehört auch die Inbetriebnahme einer industriellen Versuchsanlage, um die Funktionsfähigkeit der Wasserzeichen-Technologie zum Zweck einer akkurateren Sortierung der Verpackungsabfälle und eines qualitativ hochwertigeren Recyclings zu erproben sowie ein Szenario zur betriebswirtschaftlichen Beurteilung in großem Umfang durchzuführen. Henkel nutzt die digitale Wasserzeichen-Technologie als Pilotprojekt in einer neuen Produktreihe seiner Weichspüler-Marke Vernel.

Verpackungsbeispiele

Unser Ziel ist es, für unsere Produktverpackungen Material aus nachhaltigen Quellen einzusetzen und ein intelligentes Design zu nutzen, um den Kreis zu schließen. Daran arbeiten Verpackungsentwickler unserer drei Unternehmensbereiche.

Feuchtigkeitsabsorber aus recyceltem Kunststoff

2020 hat Henkel seine Produktreihe von Feuchtigkeitsabsorbent unter der bekannten Marke UniBond AERO 360° auf den Markt gebracht. Der UniBond AERO 360° ist der erste Feuchtigkeitsabsorber auf dem Markt, der aus recyceltem Kunststoff hergestellt wird. 60 Prozent des Geräts, einschließlich der Haube und des Überlaufschutz-Systems, bestehen



UniBond AERO 360°

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies führt mit dem UniBond AERO 360° den ersten Feuchtigkeitsabsorber ein, der aus recyceltem Kunststoff hergestellt wird.



- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)**
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)



Neue Loctite-Beschichtungslösung

Die innovative Heißsiegelbeschichtung Loctite LIOFOL HS 2809-22 RE eröffnet neue und nachhaltige Designmöglichkeiten, indem sie den Ersatz von Polyethylen (PE) durch Papier für Primär- und Sekundärverpackungsanwendungen für eine Vielzahl von Anwendungen ermöglicht – von Hygieneprodukten und Teebeuteln bis hin zu industriellen Hardwarebeuteln und Schokoladenverpackungen.

aus Post-Consumer-Kunststoffen. Neben der Verwendung von recycelten Materialien in der Produktion besteht die neue Verpackung zu 100 Prozent aus recycelter Pappe. Darüber hinaus sind sowohl das Gerät als auch die wichtigsten Verpackungsmaterialien auf Recyclingfähigkeit ausgelegt. Außerdem sind Nachfülldüfte verfügbar, die eine Wiederverwendung ermöglichen.

Recycelte Aluminiumtuben für Haarcolorationen

Während zurzeit häufig Plastikverpackungen im Fokus stehen, treiben wir Innovation und Nachhaltigkeit über alle Materialien und Verpa-



Recyclbare Zahnpastatuben

Henkel stellt bis Anfang 2021 sein komplettes Tuben-Portfolio für Zahnpflegeprodukte auf vollständig recycelbare Tuben seines Verpackungspartners Albéa um. Außerdem verwendet die einzigartige Technologie zur Tubenherstellung eine einschichtige Blasfolie – damit wird auch der CO₂-Fußabdruck der Produkte reduziert.

ckungsarten hinweg weiter. Im Jahr 2020 führte Henkel Aluminiumtuben für Haarcolorationen aus 100 Prozent Recyclingmaterial ein. Die vollständig recycelbaren Aluminiumtuben können über die bestehenden Abfallentsorgungssysteme weitgehend wiederverwertet werden. Darüber hinaus wird Henkel auch die Kappen der Tuben schrittweise auf recyceltes Plastik umstellen. Dies ist insbesondere im Hinblick auf die Sortierprozesse von Verbraucherverpackungen auf Aluminiumbasis wichtig, denn Plastikkomponenten, die nach wie vor an den Aluminiumverpackungen anhaften, werden in der Regel nicht wiederverwertet und nicht in den Kreislauf im Sinn eines hochwertigen



Flaschen der Pro Nature-Produktreihe zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik

Alle PET-Flaschenkörper der Pro Nature-Reinigungsmittel der Marken Biff, Pril und Sidolin bestehen zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik – davon sind 50 Prozent aus sogenanntem Social Plastic®.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)**
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)

wertstofflichen Recyclings zurückgeführt. Aluminium kann ohne Qualitätseinbußen beliebig oft wiederverwertet werden, ohne dabei seine mechanischen Eigenschaften zu verlieren: Es eignet sich aufgrund seiner Langlebigkeit hervorragend für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft. Rund 75 Prozent des jemals produzierten Aluminiums weltweit findet sich heute immer noch in verschiedensten Anwendungen. Aluminium weist weltweit hohe Recyclingquoten auf, doch die Verfügbarkeit von Recyclingmaterial ist aufgrund der hohen Nachfrage in mehreren Branchen begrenzt – das Material wird beispielsweise auch zur Herstellung von Getränkedosen verwendet.



Recycelte Aluminiumtuben

Die Haarcolorationsmarke Diadem gehört zu den Vorreitern bei der Umstellung auf Aluminiumtuben aus zu 100 Prozent recyceltem Material im Beauty Care-Portfolio: Die gesamte Produktpalette wurde auf 100 Prozent recyceltes Aluminium umgestellt. Weitere Marken werden folgen.

Auszeichnungen für Henkel-Verpackungen

Im Jahr 2020 wurden Henkel-Verpackungslösungen vielfach ausgezeichnet. Beim [Green Packaging Award](#) der World Pack Organisation wurde die innovative und nachhaltige Verpackung der Persil 4in1 Discs gemeinsam mit Greiner Packaging prämiert. Mittlerweile weisen diese einen Anteil von bis zu 50 Prozent Rezyklat auf. Im Fokus der Weiterentwicklung stand die Verbesserung der Nachhaltigkeit einer bestehenden Karton-Kunststoff-Verpackung für vordosierte Waschmittelprodukte. Hier punktet die neue K3®-F-Karton-Kunststoff-

Kombination besonders durch die Verbindung von hochqualitativer Verpackung mit einem positiven Beitrag für die Umwelt. Diese gewichtsreduzierte Kombination hilft dabei, bis zu 40 Prozent Kunststoff im Vergleich zur vorherigen Verpackung einzusparen. Der Einsatz von 50 Prozent Recycling-Kunststoff verringert in der Folge den Einsatz von Neumaterial um die Hälfte.

Im November 2020 wurde Henkel Italien von der Federchimica, dem nationalen Verband der chemischen Industrie, im Rahmen der Preisverleihung für Responsible Care in der Kategorie „Entwicklung und Verwendung nachhaltiger Verpackungen“ ausgezeichnet. Henkel Italien hat die bislang weiße Verpackung für die Geschirrspülmarke Nelsen auf vollständig transparent umgestellt. Das ermöglicht eine optimale Recyclingfähigkeit und unterstützt so die Kreislaufwirtschaft. Mit der neuen Flasche können in Italien jährlich mehr als 600 Tonnen PET recycelt werden.

2020 wurden Henkel und Plastic Bank auch mit dem [Dow Packaging Award](#) ausgezeichnet. Der Preis würdigt unsere Verpackungslösungen mit Social Plastic® und unsere Zusammenarbeit mit Plastic Bank, die eine Kreislaufwirtschaft fördert und gegen Abfälle in der Umwelt kämpft.

Im Februar 2020 wurden die Social Plastic® Lighthouse Editions von Fa ‚Meeresliebe‘ Duschgel und Nature Box ‚Meeresglück‘ Shampoo mit dem Global Leadership Award des Packaging Consortium in New York City, USA, ausgezeichnet.



122

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Das Henkel-Bewertungstool EasyD4R® leistet einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung nachhaltiger Verpackungslösungen und damit zur Förderung einer Kreislaufwirtschaft. Dies wurde im Jahr 2020 auch extern honoriert und mit dem „Best Practice“-Nachhaltigkeitspreis von **Packaging Europe** ausgezeichnet.

Bewusstsein für Recycling schaffen

Henkel hat in Südkorea mit einem lokalen Künstler zusammengearbeitet, der aus leeren schwarzen Loctite-Flaschen einen dreidimensionalen Jindo-Hund geschaffen hat. Der Jindo-Hund ist das Nationaltier Koreas und steht für Stärke und Loyalität. Das Werk hat positive Resonanz erhalten und bot dem Publikum auch die Möglichkeit, sich mit der Verwendung von Plastikabfällen und dem Kunststoffrecycling auseinanderzusetzen.



Von der Klebstoffflasche zum Kunstwerk

Henkel hat in Südkorea mit einem lokalen Künstler zusammengearbeitet, der einen Jindo-Hund – das Nationaltier Koreas – aus leeren schwarzen Loctite-Flaschen gestaltet hat.

Auch an anderen Standorten wurde das Bewusstsein für Abfall in der Umwelt weiter gestärkt. Bereits 2019 hat Henkel die globale Mitarbeiter-Initiative „Trashfighter“ gestartet: Auf der ganzen Welt haben sich mehr als 1.300 Henkel-Mitarbeiter an Sammelaktionen beteiligt und Müll von Flussufern, aus Parks oder Städten entfernt. Diese Sammelaktionen sollen auch zukünftig wieder umgesetzt werden.

Investitionen für eine Kreislaufwirtschaft

Das Thema Kreislaufwirtschaft wird immer relevanter für Investoren und die Finanzmärkte. Bereits im Januar 2019 investierte Henkel in den **Circularity European Growth Fund I LP**, einen von Circularity Capital verwalteten Impact-Fonds. Mit der Beteiligung im Umfang von 5 Millionen britischen Pfund treibt Henkel seine Venturing-Aktivitäten weiter voran und unterstützt gleichzeitig den Aufbau einer Kreislaufwirtschaft. Circularity Capital investiert in Unternehmen unterschiedlicher Entwicklungsstufen, die mit einem bewährten Geschäftsmodell und einem starken Wertschöpfungspotenzial in der Kreislaufwirtschaft tätig sind. In dieser Form soll der Fonds Werte für alle drei Geschäftsfelder von Henkel schaffen – sowohl für die Unternehmensbereiche Beauty Care und Laundry & Home Care im Konsumentengeschäft als auch für den Unternehmensbereich Adhesive Technologies im Geschäft mit fortschrittlichen Materialien. Der Fonds bietet Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk und einem bedeutenden europäischen Portfolio kleinerer und mittlerer Unternehmen, die eine Kreislaufwirtschaft ermöglichen. 2019 investierte Henkel auch in das US-Reinigungsmittel-Start-up **Truman's**



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

mit Sitz in Louisville, Kentucky. Das Unternehmen bietet seine Produkte, eine Reihe von Sprühreinigern für harte Oberflächen, in Mehrwegflaschen und konzentrierten Nachfüllkartuschen zur Kunststoffreduktion an. Mit dieser Investition baut Henkel seine Kompetenz für innovative und nachhaltige Haushaltsprodukte weiter aus und gewinnt gleichzeitig wertvolle Einblicke in das vielversprechende „Direct-to-Consumer“-Geschäftsmodell. Im Oktober 2019 hat Henkel in das Recycling-Start-up  Saperatec investiert. Der Recycling-Spezialist hat eine neuartige patentierte Technologie entwickelt, mit der unter anderem aluminiumhaltige flexible Verbundverpackungen getrennt und wiederverwertet werden können. Beide Unternehmen arbeiten bereits seit einiger Zeit auf technischer Ebene bei der Entwicklung und Weiterentwicklung maßgeschneiderter recyclingfähiger Klebstofflösungen zusammen. Mit der Investition in Saperatec unterstreicht der Unternehmensbereich Adhesive Technologies seine führende Rolle in Sachen Nachhaltigkeit: Künftig will Henkel seinen Industriekunden im Bereich der flexiblen Verpackungen – insbesondere in der Lebensmittelindustrie – ganzheitliche effiziente Recyclinglösungen anbieten.

Im Juli 2020 machte Henkel einen weiteren Schritt bei der Kombination von attraktiven Finanzierungsinstrumenten mit Fortschritten im Bereich Nachhaltigkeit: Als weltweit erstes Unternehmen hat Henkel einen  „Plastic Waste Reduction Bond“ abgeschlossen. Die Erlöse dieser Anleihe – eine Privatplatzierung mit den japanischen Versicherungsunternehmen Dai-ichi Life und Dai-ichi Frontier Life als Ankerinvestoren – werden in Projekte investiert, die Teil der Aktivitäten von Henkel zur Reduzierung von Plastikabfall sind. Die Anleihe besteht aus zwei Tranchen von 70 Millionen US-Dollar und 25 Millionen Euro und hat eine Laufzeit von fünf Jahren.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Adhesive Technologies

- Wie Adhesive Technologies zu Nachhaltigkeit beiträgt
- Zusammenarbeit mit Partnern
- Unterstützung unserer Kunden bei der Verringerung ihres CO₂-Fußabdrucks
- Henkel-Sustainability#Master® – Bergquist TGF 3010 APS silikonfreier flüssiger Wärmedämmstoff
- Beschleunigung des Wandels hin zu einer Kreislaufwirtschaft
- Unser Einsatz für Gesundheit und Sicherheit
- Förderung des gesellschaftlichen Fortschritts

Adhesive Technologies

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wie Adhesive Technologies zu Nachhaltigkeit beiträgt

Als weltweiter Marktführer für Kleb- und Dichtstoffe sowie funktionale Beschichtungen haben unsere Produkte einen messbaren Einfluss auf die Lösung ökologischer und sozialer Herausforderungen wie Klimawandel, Ressourcenknappheit und den Schutz des menschlichen Wohlergehens. Zu unserem Portfolio für unsere Kunden auf der ganzen Welt gehören → **Produkte und Lösungen** für Märkte und Bereiche wie die Elektronikindustrie, Lebensmittelverpackungen, Automobilindustrie, Luft- und Raumfahrt und viele andere. In enger Zusammenarbeit ermöglichen wir es ihnen, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen oder sogar zu übertreffen – durch CO₂-Einsparungen, Förderung der Kreislaufwirtschaft sowie Verbesserungen für Gesundheit und Sicherheit entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Unsere Innovationskraft ist Teil unserer DNA. Wir entwickeln zukunftsweisende Lösungen, die es unseren Kunden ermöglichen, über die gesetzlichen Anforderungen hinauszugehen, und setzen innovative Ansätze wie → **chemisches Recycling** oder die Verwendung biobasierter Materialien in die Praxis um. Unsere Experten haben ein fundiertes Wissen über die wichtigsten Herausforderungen unserer Kunden – und dieses nutzen wir, um an Lösungen zu arbeiten, die einen fokussierten Beitrag zu diesen Herausforderungen im Bereich der Nachhaltigkeit leisten. Zudem bewerten wir unser bestehendes Portfolio systematisch dahingehend, wie unsere Produkte einen Beitrag zu unserer und zur Nachhaltigkeit unserer Kunden leisten.



„Als führender Anbieter von Klebstoffen, Dichtstoffen und funktionalen Beschichtungen entwickeln wir mit Partnern aus vielfältigen Industrien innovative Lösungen, die einen Beitrag zur Bewältigung heutiger und zukünftiger ökologischer und sozialer Herausforderungen leisten.“

Jan-Dirk Auris

Mitglied des Vorstands
Adhesive Technologies

Zusammenarbeit mit Partnern

Selbstverständlich kann kein Unternehmen die Herausforderungen dieser Welt im Alleingang bewältigen. Daher gehen wir starke Partnerschaften mit Organisationen ein, die unsere Leidenschaft für Nachhaltigkeit teilen. Durch die Zusammenarbeit mit Akteuren unterschiedlichster Industrien entlang der gesamten Wertschöpfungskette bemühen wir uns, unseren Beitrag zur Nachhaltigkeit zu maximieren und ein noch wichtigerer Partner für unsere Kunden zu werden.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Ausgangspunkt dieses Ansatzes ist der starke Fokus auf unsere eigenen Lieferanten. Wir besprechen beispielsweise regelmäßig mit unseren strategischen Lieferanten, wie sie zu unseren Nachhaltigkeitszielen beitragen und welchen Einfluss sie auf die wesentlichen Herausforderungen unserer Branchen haben. Außerdem zeichnen wir jedes Jahr einen unserer Lieferanten mit einem  **Nachhaltigkeitspreis** aus. 2020 vergaben wir den Preis an Clariant, einen Anbieter von Spezialchemie mit Hauptsitz in der Schweiz. Clariant hat insbesondere im Hinblick auf die Entwicklung von Lösungen zur Förderung von Gesundheit und Sicherheit einen herausragenden Beitrag geleistet.



Auszeichnung für Lieferanten

Henkel Adhesive Technologies zeichnet die Leistungen seiner strategischen Partner mit jährlichen Supplier Awards in drei Kategorien aus: Operational Excellence, Nachhaltigkeit und Innovation. Clariant erhielt den Nachhaltigkeitspreis 2020 als Anerkennung für den herausragenden Beitrag zu unseren Nachhaltigkeitszielen im Bereich Gesundheit und Sicherheit.

Unterstützung unserer Kunden bei der Verringerung ihres CO₂-Fußabdrucks

Neben dem Fokus auf unsere Lieferanten sind wir bestrebt, selbst ein herausragender Partner für unsere Kunden auf der ganzen Welt zu sein. In den letzten Jahren haben viele unserer Kunden ehrgeizige Ziele definiert, um den CO₂-Fußabdruck ihrer Produkte zu reduzieren, einen größeren Anteil erneuerbare Energien zu nutzen und nachhaltige Lieferanten zu bevorzugen. Diese Ziele sind Teil der globalen Antwort auf den Temperaturanstieg unseres Planeten und die zunehmende Knappheit der Ressourcen. Neue Plattformen wie die → „**Science Based Target initiative**“ ermutigen Unternehmen, sich öffentlich zur Reduzierung ihrer Emissionen zu verpflichten, während weitreichende Gesetze wie der sogenannte Green Deal der Europäischen Union einen klaren Weg für die Transformation vorgeben. Bei Henkel Adhesive Technologies helfen wir Kunden mit unseren Lösungen und unserem Expertenwissen dabei, die Chancen dieses Wandels zu nutzen und die Auswirkungen ihrer Geschäftsaktivitäten auf die Umwelt zu minimieren.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies**
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel-Sustainability#Master® – Bergquist TGF 3010 APS silikonfreier flüssiger Wärmedämmstoff

	Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Industrielle Anwendung	Anwendung	Entsorgung
	Leistung				Schnellere und effizientere Produktion		
	Gesundheit und Sicherheit				Silikonfrei		
	Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt						
	Materialien und Abfall		Weniger Schritte bei der Reinigung von Verpackungen		Produktabfallreduzierung durch höhere Effizienz	Höhere Lebensdauer des Akkupacks	Leichte Ablösung ermöglicht Reparaturen und Recycling
	Energie und Klima			Weniger Transportaufwand		Unterstützt Massenproduktion von Elektrofahrzeugen	
	Wasser und Abwasser						



Fußabdruck

Hotspot mit signifikanter Verbesserung

Bereits im Designprozess unterstützen unsere innovativen Technologien unsere Kunden dabei, ihre Prozesse und Produkte nachhaltiger zu gestalten. Für Unternehmen in der Automobilindustrie eröffnen unsere Lösungen Möglichkeiten, die großflächige Einführung von Elektrofahrzeugen voranzutreiben, mit dem Ziel, den Verbrauch fossiler Brennstoffe und die damit verbundenen CO₂-Emissionen zu senken. Unsere Wärmedämmstoffe der Marke Bergquist ermöglichen zum Beispiel das Design größerer Akkupacks, indem sie Wärme abführen, die bei der Nutzung der Batterie entsteht. Größere Akkus ermöglichen längere Fahr-

zeiten von Elektrofahrzeugen, was diese zu einer praktikableren Alternative im Vergleich zu klassischen Verbrenner-Fahrzeugen macht. Unsere Dämmstoffe sind flüssig und können daher schnell aufgetragen werden. Dadurch werden die Produktionszyklen beschleunigt und die Automobilhersteller sind so in der Lage, die steigende Nachfrage nach Elektrofahrzeugen zu decken, indem sie täglich mehr Akkus produzieren. Unsere Produkte erleichtern zudem das Recycling der Akkupacks, da sie am Ende ihrer Lebensdauer leichter abgelöst werden können. → [Erklärung des Henkel-Sustainability#Master®](#)

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Darüber hinaus helfen unsere Lösungen bei der Einsparung von Ressourcen in der Logistikphase der Wertschöpfungskette. Mit unseren Schmelzklebstoffen werden Waren auf Paletten befestigt und auf ihrem Weg vom Hersteller zum Einzelhändler gesichert. Durch die Umstellung auf diese Schmelzklebstoffe anstelle der branchenüblichen Verfahren können unsere Kunden den Einsatz von Verpackungs- und Schrumpffolien um bis zu 90 Prozent reduzieren und auf Antirutschmatten verzichten. Diese sind oft schwer zu recyceln. Unsere Schmelzklebstoffe, die die Befestigung von Kartons auf Paletten ermöglichen, können automatisiert aufgetragen werden. Somit sorgen sie für mehr Sicherheit und Effizienz.



Schmelzklebstoffe senken Kunststoffeinsatz

Unsere Schmelzklebstoffe für das Fixieren von Waren auf Paletten ermöglichen es unseren Kunden, den Einsatz von Kunststoffen zu reduzieren, indem Folien, Filme und Antirutschmaterialien überflüssig werden.

Die Produkte und Technologien aus dem Unternehmensbereich Klebstoffe tragen auch nach dem Herstellungsprozess und bei der Erfüllung ihrer vorgesehenen Funktion zur Nachhaltigkeit bei. Ein eindrucksvolles Beispiel dafür sind unsere Lösungen für Datenserver.

Trends wie die nächste Generation mobiler Internetverbindungen oder die steigende Nachfrage nach Videostreaming verlangen Höchstleistungen von den Servern, die all diese Daten speichern und verarbeiten. Durch schnelleres und längeres Arbeiten erzeugen diese Wärme, die ihre Leistung beeinträchtigt. Unsere Produkte können die Betriebstemperaturen von Datenservern deutlich senken und damit den Energieverbrauch verringern und deren Lebensdauer verlängern. So tragen digitale Technologien in vielen Bereichen unseres Lebens zur Nachhaltigkeit bei.

Beschleunigung des Wandels hin zu einer Kreislaufwirtschaft

Unsere wegweisenden Lösungen unterstützen Kunden unterschiedlichster Branchen beim Übergang zu einer → **Kreislaufwirtschaft**, in der Energie und Materialien so lange wie möglich in den Materialkreisläufen verbleiben und nichts verschwendet wird. Dieses Konzept findet in den Medien und in der Öffentlichkeit große Beachtung, insbesondere in Bezug auf die Umweltverschmutzung durch Plastikabfälle. Die Kreislaufwirtschaft geht jedoch weit über Veränderungen beim Einsatz von Plastik in Verpackungen für Verbraucher hinaus: Sie soll unsere Denkweise in Bezug auf Ressourcen verändern sowie Abfälle und Emissionen in einen wertvollen Rohstoff verwandeln. Wir nutzen unsere innovativen Technologien, um diesem Bewusstseinswandel und damit dem Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft entscheidende Impulse zu verleihen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Dies beginnt bei den von uns verwendeten Rohstoffen und der Gestaltung unserer eigenen Produkte. Im Jahr 2020 hat unser Innovationsteam gemeinsam mit dem globalen Verpackungshersteller Berry Global das erste Luftentfeuchtersystem entwickelt, das recycelten Kunststoff enthält. Unser → **UniBond AERO 360°** wird zu 60 Prozent aus recyceltem Kunststoff hergestellt, wodurch pro Jahr 257 Tonnen neuer Kunststoff und 269 Tonnen CO₂ eingespart werden. Die Verpackung selbst besteht zu 100 Prozent aus recyceltem Karton. Das Gerät und auch die Verpackung wurden so konzipiert, dass sie mit Recyclingprozessen kompatibel sind.

Wir nutzen unser branchenführendes Wissen ebenfalls, um regulatorische Änderungen zu antizipieren, bevor sie eintreten, und unterstützen unsere Kunden bei der Entwicklung von Innovationen, die die Prinzipien einer Kreislaufwirtschaft berücksichtigen und die Auflagen erfüllen oder sogar übertreffen. Einweg-Plastikstrohhalm stehen beispielsweise im Fokus einer zunehmend strengen Gesetzgebung. Unsere Klebstoffe aus dem Aquence ST-Sortiment ermöglichen den Umstieg auf Papierstrohhalm als nachhaltigere Alternative. Die industriellen Standardpapierstrohhalm bestehen aus drei Schichten Papier, zwischen denen eine dünne Schicht unseres Klebstoffs aufgetragen ist. Unsere Klebstoffe machen es möglich, dass die Papierstrohhalm Flüssigkeiten eine längere Zeit standhalten. Tests haben bestätigt, dass auch die Verpackung der Strohhalm biologisch abbaubar ist, was durch die Vermeidung von Abfällen zur Kreislaufwirtschaft beiträgt.

Unsere Fokussierung auf die Förderung einer kreislauforientierten Denkweise war ein Schlüsselfaktor bei der Entwicklung unserer **EPIX-Technologie**. Diese Technologieplattform erweitert die Funktionalität von Papierprodukten, unter anderem durch eine höhere Widerstandsfähigkeit gegen mechanische Einwirkung und durch eine bessere Wärmeisolierung. Dadurch ist es möglich, für eine Vielzahl von Produkten Papier anstelle von Kunststoff zu verwenden. Im Jahr 2020 haben wir gemeinsam mit führenden Online-Händlern eine neue gepolsterte Versandtasche auf den Markt gebracht, die mit herkömmlichen Papier-Recycling-Systemen kompatibel ist und das Material auf diese Weise im Kreislauf hält. Die Recyclingfähigkeit dieser Umschläge wurde unter anderem in den USA von How2Recycle und in Großbritannien von OPRL (On-Pack Recycling Label) zertifiziert. Sie sind darüber hinaus widerstandsfähiger gegen äußere Einwirkungen, so dass die Produkte sicher ankommen.



Recyclbare Versandtasche mithilfe der EPIX-Technologie

Unsere EPIX-Technologieplattform eröffnet neue Möglichkeiten, um die Funktionalität von Papierprodukten zu erweitern. Im Jahr 2020 haben wir eine neue gepolsterte Versandtasche auf den Markt gebracht, die mit Papier-Recycling-Systemen kompatibel ist.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wir nutzen unser Expertenwissen, um hochwirksame Innovationen zu entwickeln, aber auch, um Partner aus den unterschiedlichsten Branchen rund um den Globus zusammenzubringen. Im Jahr 2020 veranstalteten wir das Henkel Packaging Adhesives Sustainability Forum in einem virtuellen Format, um Einblicke in die Fortschritte im Bereich nachhaltiger Verpackungen zu ermöglichen. Nahezu 2.000 Interessierte aus mehr als 700 Unternehmen nahmen an der zweitägigen Veranstaltung teil, darunter Vertreter aller Bereiche der Wertschöpfungskette – von Rohstofflieferanten über Verpackungshersteller und -verarbeiter bis hin zu Markenherstellern und Recyclern. Die Konferenz bot unter anderem auch eine Plattform für die Präsentationen gemeinsamer Projekte, die neue Standards für die gesamte Branche setzen.



Packaging Adhesives Sustainability Forum

Am Henkel Packaging Adhesives Sustainability Forum 2020 nahmen nahezu 2.000 Vertreter aus allen Bereichen der Wertschöpfungskette der Verpackungsbranche teil. Ziel dieser virtuellen Konferenz war es, Fachwissen auszutauschen und Fortschritte in Richtung nachhaltigerer Verpackungen zu erreichen.

Unser Einsatz für Gesundheit und Sicherheit

Die Sicherheit aller, die an unserer Wertschöpfungskette beteiligt sind, hat für uns Priorität – von unseren Lieferanten über unsere eigenen → **Produktionsteams** bis hin zu unseren Kunden und den Verbrauchern, die das Endprodukt verwenden. Vor diesem Hintergrund → **prüfen und bewerten** wir unsere Rohstoffe und Produkte auf jeder Stufe des Produktlebenszyklus, um sicherzustellen, dass sie höchsten Ansprüchen an Sicherheit und Gesundheit genügen. Selbstverständlich teilen unsere Kunden unser Engagement, wobei dieser Schwerpunkt durch regulatorische Änderungen im Hinblick auf den Verbraucherschutz noch an Bedeutung gewinnt. So wird erwartet, dass eine neue Chemikalienstrategie für Nachhaltigkeit Teil des Green Deals der Europäischen Union sein wird.

Die Anpassung unserer Produktformulierungen ist nur eine der Möglichkeiten, mit denen wir die Sicherheit optimieren und unsere Kunden dabei unterstützen, die gesetzlichen Anforderungen zu übertreffen. Unsere Schraubensicherung Loctite 2400 kommt ohne Gefahrensymbole, Risikohinweise und sicherheitsrelevante Warnhinweise auf der Verpackung aus, da sie keine in dieser Hinsicht kennzeichnungspflichtigen und damit bedenklichen Stoffe enthält. Einen weiteren Beitrag zur Sicherheit leistet unser Produkt, das Schrauben, Muttern und Bolzen gegen das Loslösen durch Vibrationen sichert und damit zusätzlich die Lebensdauer der Maschinen verlängert, indem Schäden und Ausfälle vermieden werden.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- **[Adhesive Technologies](#)**
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)



Loctite 2400
 Auf der Verpackung der Schraubensicherung Loctite 2400 müssen weder Gefahrensymbole noch sicherheitsrelevante Warnhinweise angebracht werden, da das Produkt keine in dieser Hinsicht bedenklichen Stoffe enthält.

Unsere Bemühungen um die Verbesserung der Sicherheit gehen über die Anwendung unserer Lösungen hinaus. Unsere Polycryl FR-Beschichtung, die beim Schutz von Gebäudefassaden gegen Feuchtigkeit und Nässe unterstützt, wurde beispielsweise nach der internationalen Norm ASTM-E84 als Werkstoff der Klasse A eingestuft. Damit wird bestätigt, dass er die bestmögliche Leistung zur Verhinderung der Ausbreitung von Flammen und der Entwicklung von Rauch erreicht. Das Produkt trägt durch den geringen Gehalt an flüchtigen organischen Verbindungen (VOC, Volatile Organic Compounds) auch zur Nachhaltigkeit bei. Die Sicherheits- und Umweltvorteile von Polycryl FR, die über den eigentlichen Verwendungszweck hinausgehen, sind ein weiteres Beispiel dafür, wie unsere Innovationsteams jeden Aspekt der Sicherheit und Umweltverträglichkeit auf jeder Stufe des Produktlebenszyklus hinweg berücksichtigen.



Polycryl FR-Beschichtung
 Die Innovationsteams von Henkel konzentrieren sich auf die Sicherheit eines Produkts in jeder Phase des Lebenszyklus. Unsere Polycryl FR-Beschichtung, die beim Schutz von Gebäudefassaden gegen Feuchtigkeit und Nässe unterstützt, überzeugt beispielsweise auch bei der Verhinderung der Ausbreitung von Flammen und der Entwicklung von Rauch.

Förderung des gesellschaftlichen Fortschritts

Neben unseren Aktivitäten zum Umgang mit ökologischen Herausforderungen fördern wir weltweit auch den gesellschaftlichen Fortschritt, indem wir mit lokalen Gemeinden und Partnern zusammenarbeiten. Im Jahr 2020 verstärkten unsere Mitarbeiter diese Aktivitäten, um die globalen Bemühungen im Kampf gegen die COVID-19-Pandemie zu unterstützen.

Unsere Zusammenarbeit bei der Entwicklung eines **intelligenten Gesundheitspflasters** ist nur ein Beispiel dafür. Wir arbeiteten mit sechs Medizin- und Technologieunternehmen zusammen, um das System zu entwickeln, das zur Überwachung der Atmung, der Herzfrequenz und der Körpertemperatur des Patienten eingesetzt wird. Unsere Teams haben die Elektroden und leitfähigen Tinten für das intelligente Gesundheitspflaster entwickelt, das derzeit zur Behandlung von an COVID-19 Erkrankten in Belgien eingesetzt wird. Über einen Sensor sammelt das Pflaster automatisch Daten zu den Vitalparametern des Patienten, die über eine drahtlose Internetverbindung

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

an eine Cloud gesendet werden. Ärzte und Pflegekräfte können über eine benutzerfreundliche Plattform auf diese Daten zugreifen. Damit kann das medizinische Personal Patienten **aus der Ferne überwachen**, was wertvolle Zeit spart und das Infektionsrisiko durch die Minimierung direkter Kontakte verringert.

Wir nutzten auch unser Expertenwissen im Bereich des 3-D-Drucks zur Bekämpfung der COVID-19-Pandemie. Durch den Ausbruch der Pandemie hat die Nachfrage nach medizinischer Versorgung und Geräten wie Testkits zu Beginn des Jahres 2020 zu erheblichen Lieferengpässen geführt. In Zusammenarbeit mit Origin, einem Pionier der 3-D-Drucktechnologie, hat Henkel seine Expertise eingebracht, um Abstrichtupfer (NP-Tupfer) zu entwickeln, die im 3-D-Druck-Verfahren massengefertigt werden können. Die **Abstrichtupfer** kombinieren dabei bestmöglichen Patientenkomfort mit maximaler Zuverlässigkeit und beinhalten einen sogenannten „Digital Thread“ (digitaler roter Faden), der eine uneingeschränkte Rückverfolgbarkeit gewährleistet. Sie wurden von der US-amerikanischen Food & Drug Administration (FDA) im Rahmen einer Notfallzulassung vollständig zugelassen und werden derzeit an Gesundheitseinrichtungen, Regierungsbehörden und unabhängige Testcenter in den USA und weiteren Ländern ausgeliefert.



3-D-Druck für COVID-19-Tests

Henkel hat gemeinsam mit Origin 3-D-gedruckte Nasopharyngeal-Abstrichtupfer für die Entnahme von Proben für COVID-19-Tests entwickelt. Die Abstrichtupfer sind von der US Food & Drug Administration (FDA) vollständig zugelassen und werden nun in den USA und anderen Ländern verwendet.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care**
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen



Beauty Care

- Wie Beauty Care zu Nachhaltigkeit beiträgt
- Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette
- Produkt- und Verpackungsbeispiele
- Gemeinsam mit unseren Verbrauchern
- Partnerschaften für nachhaltige Verpackungslösungen
- Engagement unserer Marken
- Henkel-Sustainability#Master® – Argan-Shampoo der Marke Nature Box

Beauty Care

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wie Beauty Care zu Nachhaltigkeit beiträgt

In unserem Unternehmensbereich Beauty Care sind wir davon überzeugt, dass wir nur gemeinsam – mit unseren Mitarbeitern, Verbrauchern, Kunden und Geschäftspartnern – nachhaltig Werte schaffen können. Bei der Entwicklung  **neuer Produkte** stehen unsere Verbraucher und ihre Bedürfnisse stets im Mittelpunkt unseres Handelns. Im Jahr 2020 hat sich das Bewusstsein vieler Verbraucher für nachhaltigeren Konsum weiter verstärkt. Diesen Trend reflektiert der Unternehmensbereich in seiner „Better for you“-Strategie und hat sich bereits 2019 das Ziel gesetzt, sein gesamtes Produktportfolio nachhaltiger zu gestalten. Ein aktuelles Beispiel ist der Relaunch der Shampoos der Marke  **Syoss** mit bis zu 90 Prozent Rohstoffen natürlichen Ursprungs, deren Flaschenkörper zu 98 Prozent aus recyceltem Kunststoff bestehen und aufgrund der Verwendung rußfreier Farbe trotz schwarzer Verpackung recycelbar sind. Mit  **100 % Vegetal** haben wir unter der Marke Schwarzkopf zudem 2020 die erste Pflanzenhaarfarbe mit Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs in unser Colorationsportfolio aufgenommen.

Im Unternehmensbereich Beauty Care haben wir den Anspruch, dass jede  **Innovation** durch Leistung und Attraktivität auf der einen Seite sowie durch Umweltverträglichkeit, gesellschaftliche und soziale Verantwortung auf der anderen Seite überzeugt. Hierzu gehören unter anderem Aspekte zur Förderung einer Kreislaufwirtschaft, Beiträge zum Klimaschutz oder die Verbesserung der biologischen Abbaubarkeit unserer Produkte. Darüber hinaus fördern wir in Zusammenarbeit



„Mit unserer Philosophie ‚True Beauty‘ stehen wir für starke und nachhaltige Marken, Produkte und Services, die die Lebensqualität vieler Menschen verbessern, einen positiven gesellschaftlichen Beitrag leisten und den ökologischen Fußabdruck reduzieren.“

Jens-Martin Schwärzler
Mitglied des Vorstands
Beauty Care

mit gemeinnützigen Organisationen den sozialen Fortschritt. Eine unserer Initiativen ist  **„Million Chances“**, mit der wir Mädchen und Frauen auf der ganzen Welt dabei unterstützen, eine erfolgreiche berufliche und private Zukunft aufzubauen.

Wir wollen unseren Verbrauchern nachhaltige, leistungsstarke und sichere Produkte anbieten und sie gleichzeitig motivieren, auch durch ihr Verhalten zum verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen beizutragen. Bei der Entwicklung von Produktinnovationen werden bei Henkel bereits in einer frühen Phase Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt. In den letzten fünf Jahren hat der Unternehmensbereich Beauty Care den ökologischen Fußabdruck von mehr als



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

170.000 Produktformeln berechnet. Seit 2017 gibt es zu jeder Formel einen kompakten Nachhaltigkeits-Report, der relevante Kategorien wie den CO₂-Fußabdruck, den Anteil der naturbasierten Inhaltsstoffe oder die biologische Abbaubarkeit übersichtlich zusammenfasst.

Bereits heute sind alle in unseren Duschgelen, Shampoos und Handseifen enthaltenen Tenside leicht biologisch abbaubar. Zusammen mit unseren Lieferanten werden wir die Inhaltsstoffe unserer Beauty-Produkte hinsichtlich der Abbaubarkeit noch einmal genau überprüfen und, wo nötig, die Datenlage ergänzen beziehungsweise einzelne Stoffe austauschen.

In unseren Beauty-Produkten werden viele Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs eingesetzt. Daher haben wir im Jahr 2018 Daten zu Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs in den Nachhaltigkeitsreport integriert, gemäß dem für Kosmetikprodukte entwickelten ISO-16128-Standard. Darüber hinaus bietet eine Stoffdatenbank im Unternehmensbereich Beauty Care individuelle Nachhaltigkeitsdaten für alle relevanten Rohstoffe. Auf sehr einfache Weise können so Rohstoffe mit bestimmter Leistung hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsbeiträge verglichen werden. Die einheitliche Methodik, die Vergleichbarkeit der Reports sowie der Rohstoffeigenschaften verschaffen unseren Entwicklern im täglichen Arbeiten einfachen Zugang und jederzeit volle Transparenz über die Nachhaltigkeitsbeiträge unserer Formeln sowie mögliche Optimierungen zugunsten eines geringeren Fußabdrucks.

Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette

Bei der Produktentwicklung hat Nachhaltigkeit für uns nicht nur hinsichtlich der Auswahl der Inhaltsstoffe eine zentrale Bedeutung. Wir verfolgen einen ganzheitlichen Ansatz, der die gesamte Wertschöpfungskette abdeckt: vom Einkauf von Rohstoffen und Verpackungsmaterialien über die Produktion und Logistik bis hin zur Anwendung und Entsorgung des Produkts durch den Verbraucher. Ein besonderer Fokus liegt auf der verantwortungsvollen Beschaffung von Rohstoffen. Wir sind uns der Verantwortung beim Einkauf und Einsatz von Inhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe bewusst und unterstützen lokale Kleinbauern im Rahmen verschiedener Initiativen. In Zusammenarbeit mit der Entwicklungsorganisation Solidaridad unterstützen wir → **Palmöl-Kleinbauern** in Südamerika, Afrika und Asien sowie Bauern in Indien durch die → **„Sustainable Guar“-Initiative** von Solvay. Guar ist ein pflegender Inhaltsstoff, der beispielsweise in Haarpflegeprodukten unserer Naturkosmetikmarke Nature Box verwendet wird. Darüber hinaus arbeiten wir eng mit dem Sozialunternehmen → **Plastic Bank** zusammen, das sich zum Ziel gesetzt hat, die Ansammlung von Plastik in den Ozeanen zu reduzieren und gleichzeitig Chancen für Menschen in Armut zu schaffen.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)**
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)



Nature Box
 Nature Box ist die weltweit erste Konsumgütermarke, die Social Plastic® des Sozialunternehmens Plastic Bank als Verpackungsmaterial für das gesamte Flaschen-Portfolio eingeführt hat. Alle Flaschenkörper bestehen zu 98 Prozent aus Plastik, das an Strand und Land gesammelt wurde.

Bereits 2019 haben wir mit N.A.E. (Naturale Antica Erboristeria) eine ECOCERT-zertifizierte Naturkosmetikmarke gemäß dem COSMOS-Organic-Standard für Biokosmetik auf dem Markt eingeführt. Seit September 2020 trägt darüber hinaus Nature Box das ECOCERT-Kosmetik-Label nach dem COSMOS NATURAL-Standard. Diese **Zertifizierung** bestätigt, dass alle Nature Box-Produkte zu mindestens 98 Prozent aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs bestehen (einschließlich Wasser – Berechnung nach ISO-Standard). In diesem Zusammenhang haben wir auch zwei unserer Produktionsstandorte nach dem COSMOS-Standard zertifizieren lassen.

Produkt- und Verpackungsbeispiele

Neue Pflege- und Stylingserie ACT NOW!

ACT NOW! ist die neueste Pflege- und Stylingserie unserer Beauty Care Professional-Friseurmarke Indola, die sich mit ihrer kompakten Produktpalette bestehend aus zwölf Produkten für mehr Nachhaltigkeit im täglichen Salonleben einsetzt. Die Formulierungen sind vegan, frei von Silikonen, Parabenen sowie künstlichen Farbstoffen

und enthalten naturbasierte Inhaltsstoffe wie Chia-Samenextrakt, Mandelöl oder Sheabutter.

Die Flaschen- und Jarkörper der ACT NOW!-Produktserie bestehen bis zu 97 Prozent aus recyceltem Kunststoff und sind recycelbar. Pro Jahr werden durch die Nutzung des Recyclingmaterials 9,7 Tonnen an neuen Kunststoffen aus fossilen Quellen eingespart. Darüber hinaus unterstützt ACT NOW! die Arbeit der Plastic Bank mit dem Ziel, den Eintrag von Plastik in die Ozeane zu reduzieren.



ACT NOW!
 Neben produktbezogenen Nachhaltigkeitsaspekten versucht ACT NOW! auch, für einen nachhaltigeren Salonbetrieb zu sensibilisieren. In der „Sustainable Salon Series“, deren Episoden auf dem Indola IGTV Kanal zu sehen sind, geben Friseure Tipps, wie das Salonleben nachhaltiger gestaltet werden kann.

Feste Duschpflege der Marke N.A.E.

Die feste Duschpflege-Linie der Marke N.A.E. reinigt sanft und unterstützt den natürlichen Feuchtigkeitshaushalt der Haut, ohne sie auszutrocknen. Die Rezepturen sind vegan und enthalten 99 Prozent Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs (einschließlich Wasser – Berechnung nach ISO-Standard). Die feste Duschpflege ist durch ihre konzentrierte Formel so ergiebig wie drei flüssige Duschgele (à 200 ml), hat weniger Gewicht und Volumen. Dadurch fallen während des Transports geringere CO₂-Emissionen an. Zudem besteht die Verpackung aus FSC-zertifiziertem Papier und ist vollständig recycelbar.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Alle N.A.E.-Gesichts-, -Körper- und -Haarpflegeprodukte sind von ECOCERT gemäß dem COSMOS-Organic-Standard für Biokosmetik zertifiziert.



N.A.E. Freschezza

Die biozertifizierte feste Duschpflege Freschezza vereint Extrakte aus Rosmarin und Thymianblättern, unterstützt den natürlichen Feuchtigkeitshaushalt der Haut und hilft, die natürliche Hautbarriere zu schützen. Die feste Duschpflege ist durch ihre konzentrierte Formel so ergiebig wie drei flüssige Duschgele.

Gemeinsam mit unseren Verbrauchern

Unser Ziel ist es, die Lebensqualität möglichst vieler Menschen im Einklang mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen zu verbessern. Unsere Produkte leisten durch die Pflege von Haar, Haut und Zähnen auch einen sozialen und emotionalen Beitrag zur Lebensqualität. Gleichzeitig haben Lebenszyklusanalysen gezeigt, dass über 90 Prozent des Wasser- und Energieverbrauchs unserer Produkte, die nach der Anwendung ausgespült werden, während des Gebrauchs entstehen. Deshalb nutzt Beauty Care seine Marken, um Kunden und Verbraucher über eine nachhaltige Produkthanwendung zu informieren und Anregungen für den verantwortungsvollen Einsatz von Ressourcen zu geben. Im Jahr 2016 hat Beauty Care die Initiative  „Be smarter.“ ins Leben gerufen. Informationen auf den Produkten, eine umfassend

informierende Internetseite und unterstützende Maßnahmen in den Verkaufsstellen erklären Verbrauchern, wie sie einen Beitrag zur Ressourcenschonung leisten können. Zum Start der Initiative standen im Rahmen der Kampagne „Be smarter. Save water.“ die Ressource Wasser und insbesondere die energieintensive Bereitstellung von Warmwasser im Fokus. Im Haushalt werden über 70 Prozent des Warmwassers beim Duschen verwendet. Eine Verhaltensveränderung beim Duschen kann daher viel bewirken.

In der zweiten Phase haben wir die Initiative um das Thema Recycling erweitert und konzentrieren uns dabei vor allem auf den verantwortungsvollen Umgang mit **→ Verpackungen** und deren ressourcenschonende Entsorgung. Um auf diese dringlichen Themen aufmerksam zu machen, haben wir die Kampagne „Be smarter. Recycle.“ initiiert. Verbraucher werden über den korrekten Umgang mit Abfall und die Recyclingfähigkeit verschiedener Verpackungen informiert und sensibilisiert. Auf diese Weise wollen wir unseren Verbrauchern das Konzept einer Kreislaufwirtschaft näherbringen. Die „Be smarter.“-Initiative umfasst inzwischen 25 Marken und mehr als 100 Länder. So werden auch Konsumenten in Ländern erreicht, in denen die Rücknahme- und Recyclingsysteme für Verpackungen noch deutlich weniger weit entwickelt sind als beispielsweise in Deutschland.



Mit der Initiative „Be smarter.“ ermutigt der Unternehmensbereich Beauty Care Verbraucher zu wassersparendem Verhalten und einem korrekten Umgang mit Abfall im Sinn einer Kreislaufwirtschaft.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Partnerschaften für nachhaltige Verpackungslösungen

Der Unternehmensbereich Beauty Care setzt seit vielen Jahren auf Innovationen, die zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Gemeinsam mit unseren Partnern entwickeln wir Lösungen entlang der Wertschöpfungskette. Ein wichtiges Thema ist dabei die Förderung einer → **Kreislaufwirtschaft**. Hierfür arbeiten wir eng mit verschiedenen Verpackungslieferanten zusammen. Als Ergebnis eines gemeinsamen Entwicklungsprojekts mit dem Verpackungslieferanten Ball Corporation hat Henkel bereits 2014 die weltweit ersten Aerosoldosen für Deosprays, zum Beispiel unter der Marke Fa, auf den Markt gebracht, bei denen der Anteil von recyceltem Aluminium 25 Prozent beträgt. Seit Mitte 2020 verwenden wir bei unseren **Aluminiumtuben** für Haarcolorationen verschiedener Retail- und Professional-Marken wie Diadem 100 Prozent Recyclingmaterial. Hierdurch fördert Henkel die Kreislaufwirtschaft bei gleichzeitig deutlicher Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks unserer Verpackung. Darüber hinaus haben wir 2020 damit begonnen, unser gesamtes Tuben-Portfolio für **Zahnpflegeprodukte** auf vollständig recycelbare Tuben des Verpackungszulieferers Albéa umzustellen. Diese Umstellung wird Anfang 2021 abgeschlossen sein. Aufgrund ihres mehrschichtigen Aufbaus sind klassische Zahnpastatuben eine Herausforderung für ein hochwertiges wertstoffliches Recycling. Durch die Einführung der Greenleaf-Technologie von Albéa können wir über 700 Tonnen Verpackungsmaterial umstellen, das von bestehenden Abfallrecyclingsystemen verwertet und wiederaufbereitet werden kann. In dem neuen, → **schwarzen Verpackungsmaterial** unserer Shampoos der Marke Syoss wird seit September 2020 eine alternative, rußfreie Farbe verwendet, die zusammen mit unserem Lieferanten Ampacet entwickelt

wurde. Damit werden die Flaschen in Recyclinganlagen erkennbar, sortierbar und somit recycelbar. Zudem bestehen alle Shampoo-Flaschenkörper zu 98 Prozent aus recyceltem Material.

Darüber hinaus hat Henkel im Rahmen des umfangreichen Relaunchs der Schwarzkopf-Marke Gliss Kur den Anteil an Recyclingmaterial über die gesamte Produktpalette hinweg erhöht. Während die neuen Shampoo- und Conditioner-PE-Flaschen zu 30 Prozent aus Recyclingmaterial bestehen, enthalten die PET-Flaschen der Shampoos und Express Repair Conditioner zu 97 Prozent recycelten Kunststoff. Alle Flaschenkörper sind vollständig recycelbar. Zusätzlich wird durch den reduzierten Einsatz von Metallfolie der gesamte Recyclingprozess vereinfacht. Zudem bestehen die neuen schwarzen Kappen aus rußfreiem Material und sind so ebenfalls recycelbar.



Neue Verpackungslösungen

Mit dem **Relaunch der Marken Syoss, Nature Box und Gliss Kur** verstärkt Henkel sein Engagement zur Förderung nachhaltiger Verpackungslösungen. Hierdurch können insgesamt mehr als 70 Millionen Flaschen aus Neuplastik pro Jahr eingespart werden.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Um eine verantwortungsvolle Nutzung und Entsorgung unserer Verpackungen am Ende der Wertschöpfungskette voranzutreiben, arbeiten wir auch eng mit unseren Handelspartnern zusammen. So ist Henkel Mitglied des [Forums Rezyklat](#) in Deutschland. Dieses wurde im Jahr 2018 von dm-drogerie markt gemeinsam mit Henkel, Brauns-Heitmann, Dr. Bronner's, ecover + method, Einhorn, Procter & Gamble, Share und Vöslauer Mineralwasser ins Leben gerufen. Ziele der Initiative sind zum einen, die Wiederverwendung von Wertstoffen für Verpackungen deutlich zu erhöhen, um den Kunden nachhaltigere Verpackungsalternativen anzubieten und die Mengen an reinem Verpackungsmüll zu reduzieren. Zum anderem soll das Bewusstsein der Menschen für ein Kreislaufsystem gefördert werden – von der Produktkonzeption bei den Herstellern über den Gebrauch durch die Konsumenten, die haushaltsnahe Entsorgung bis hin zur Wiederverwertung der Verpackung. Im Rahmen des Forums Rezyklat übernahm Henkel zusammen mit der Universität Wien die Leitung des „Fachpakets Rezyklat-Standards“, aus dem gerade ein eigenständiges Industriekonsortium erwächst. Das CosPaTox-Konsortium (Abkürzung für Cosmetic, Packaging & Toxicology) beschäftigt sich mit der Produktsicherheit beim Einsatz von PCR-Rezyklaten und erarbeitet neue Industriestandards für den sicheren Einsatz von Altplastik im Bereich von Kosmetik sowie Wasch- und Reinigungsmitteln. Mittlerweile haben sich etwa 25 Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette dieser Initiative angeschlossen, die Anfang 2021 ihre Arbeit aufnehmen wird.

Seit dem Jahr 2016 arbeitet Henkel in verschiedenen Ländern mit dem Unternehmen [TerraCycle](#) zusammen, das Recycling-Lösungen für schwer recycelbare Materialien anbietet. In Partnerschaft mit

TerraCycle konnten beispielsweise Verbraucher in Österreich oder Großbritannien Kosmetikverpackungen der Marken Fa oder Right Guard in speziellen Sammelcontainern entsorgen. Aus den leeren Verpackungen wurden im zweiten Schritt dann neue Gebrauchsgegenstände wie mobile Fitnessgeräte oder Kinderrutschen produziert. So werden wertvolle Rohstoffe vor der Verbrennung oder Deponierung bewahrt. Gleichzeitig können neue Produkte aus ihnen entstehen. 2020 ist der Unternehmensbereich Beauty Care noch einen Schritt weiter gegangen und hat ein Schwarzkopf-Recycling-Programm in den [USA](#) und in [Australien](#) gestartet. Es ermöglicht den Verbrauchern, alle Schwarzkopf-Haarpflege-, -Farb- und -Stylingprodukte kostenlos über die Plattform von TerraCycle zu recyceln. In den USA können die Verbraucher hierbei Punkte sammeln, die gegen wohltätige Geschenke eingelöst oder in Bargeld umgewandelt und an eine gemeinnützige, schulische oder karitative Organisation ihrer Wahl spendet werden können.

Darüber hinaus testet Henkel gemeinsam mit Partnern weitere Möglichkeiten zur Reduzierung von Verpackungsmaterialien. 2020 hat unsere zertifizierte Naturkosmetikmarke N.A.E. (Naturale Antica Erboristeria) beispielsweise ein Pilotprojekt in Kooperation mit Amazon gestartet: Eine [„Feststücke-Box“](#) bestehend aus fester Duschpflege und Gesichtereinigung sowie ein festes Shampoo und ein wiederverwendbares Seifensäckchen, für die kein zusätzliches Material für das Einpacken der einzelnen Artikel innerhalb der Box verwendet wird. Die zu 100 Prozent aus FSC-zertifiziertem Papier bestehenden Boxen dienen gleichzeitig als Versandverpackung, sodass keine weiteren Sekundärverpackungen von Amazon erforderlich sind.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)**
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)



N.A.E. Feststücke-Box
 Die N.A.E. Feststücke-Box ist seit 2020 in Deutschland, Italien und Frankreich erhältlich und kann exklusiv auf Amazon bestellt werden.

In ausgewählten Drogeriemärkten in der Tschechischen Republik testen wir seit 2019 Nachfüllstationen für Handseife, Shampoos und Duschgele. Darüber hinaus bieten wir seit Oktober 2020 in ausgewählten Friseursalons europaweit → **Nachfüllstationen** für Haarpflege der Marke Authentic Beauty Concept an. Ziel ist es, in den Testsalons Erfahrungswerte zu sammeln, um in den kommenden Jahren weitere Refill-Lösungen umsetzen zu können.

Engagement unserer Marken

Beauty Care verfolgt den Anspruch, über seine Produkte hinaus das Leben von Menschen weltweit zu verbessern und zu sozialem Fortschritt beizutragen. Deshalb hat Schwarzkopf 2016 die Initiative „Million Chances“ ins Leben gerufen. Ihr Ziel ist es, weltweit Mädchen und Frauen dabei zu unterstützen, sich eine erfolgreiche Zukunft aufzubauen. Hierfür hatten wir uns den Meilenstein gesetzt, mit unseren Projekten und Initiativen bis Ende 2020 unter dem Dach von „Million Chances“ insgesamt 140.000 Frauen und Mädchen zu erreichen. In Kooperation mit internationalen Wohltätigkeitsorga-

nisationen und durch das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter konnten seit dem Start der Initiative fast 130.000 Frauen erreicht werden. Durch die COVID-19-Pandemie und die damit einhergehenden Einschränkungen war es uns leider nicht möglich, das gesetzte Ziel bis Ende des Jahres 2020 zu erreichen.

Die Initiative „Million Chances“ bietet beispielsweise Unterstützung beim Eintritt junger Erwachsener in den Arbeitsmarkt. Im Rahmen des 2020 in Kooperation mit Plan International gestarteten Projekts „Beschäftigungsperspektiven im technologischen Bereich für junge Erwachsene“ in China erhalten in den kommenden zwei Jahren mehr als 600 Menschen eine umfassende Berufsausbildung. Dieses Projekt schließt an das erfolgreich beendete Engagement in der Region Shaanxi an, in dem Schwarzkopf und Plan International von 2018 bis 2020 bereits Beschäftigungsperspektiven für junge Erwachsene realisiert haben.



Durch das Kooperationsprojekt mit Plan International erhalten die Teilnehmer nicht nur Zugang zu beruflicher Qualifizierung, sondern auch die Chance auf ein selbstbestimmtes Leben. Foto: © Plan International

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Den aus armen Verhältnissen stammenden Projektteilnehmern im Alter von 16 bis 29 Jahren wird eine berufliche Qualifizierung in stark nachgefragten Bereichen wie Programmieren, digitales Produktionsdesign, Fotografie- sowie Filmbearbeitung ermöglicht. Mit der entsprechenden Bildung, Bewerbungstrainings und anschließenden Beschäftigungsmöglichkeiten erhalten sie nicht nur wirtschaftliche Unabhängigkeit, es werden auch klassische Geschlechterrollen aufgebrochen.

Dritter Schwarzkopf Million Chances Award vergeben

Im November 2020 wurde zum dritten Mal der **Schwarzkopf Million Chances Award** verliehen. Dabei wurden gemeinnützige Projekte für ihr außergewöhnliches Engagement für Mädchen und Frauen ausgezeichnet. Bewerben konnten sich Initiativen und Projekte aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, die sich für Gesundheit, Bildung, wirtschaftliche Emanzipation oder Rechte und Integration für Mädchen und Frauen engagieren. Der Award wurde in den folgenden Kategorien vergeben:

- Projekte in der Kategorie „Build Up“ unterstützen Mädchen im Grundschulalter. Dieser Preis ging 2020 an die gemeinnützige **CLIMB GmbH**.
- „Move Up“-Initiativen fördern den bestmöglichen Einstieg junger Frauen in die Berufswelt. Hier wurde im Jahr 2020 der **AMICA e.V.** ausgezeichnet.
- Projekte im Bereich „Start Up“ begleiten Frauen bei einem beruflichen oder privaten Neustart. 2020 hat der **KARO e.V.** in dieser Kategorie das Rennen gemacht.

Ein vierter Preis wurde wie in den vergangenen Jahren in einem „Public Voting“ ermittelt und ging an die Initiative **GründerMütter**. Jedes Siegerprojekt erhielt ein Preisgeld von 10.000 Euro, ermöglicht durch die Fritz Henkel Stiftung.



Ausgezeichnetes Engagement für Mädchen und Frauen

Preisträger des dritten Million Chances Awards in der Kategorie „Public Voting“: Helga Miegel (links), Mentaltrainerin & Coach, und Dr. Stephanie Gundel, Founder & Organisatorin der Initiative GründerMütter.

Gemeinsam Plastikabfall in den Ozeanen reduzieren

Unsere im Jahr 2017 in Haiti begonnene strategische Partnerschaft mit dem Sozialunternehmen **Plastic Bank** verfolgt das Ziel, den Eintrag von Plastikabfall in die Ozeane zu reduzieren und gleichzeitig neue Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. Im Austausch gegen gesammeltes Plastik erhält die lokale Bevölkerung in Haiti Geld, Sachspenden oder Sozialleistungen.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care**
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Neben der Eröffnung mehrerer Sammelstellen unterstützte Henkel die Plastic Bank in den vergangenen drei Jahren beim Aufbau einer Lieferkette, um die gesammelten Kunststoffabfälle zu recyceln und als sogenanntes Social Plastic® wieder in die Wertschöpfungskette zu integrieren. Im Jahr 2018 haben die Unternehmensbereiche Beauty Care und Laundry & Home Care erstmals Produkte auf den Markt gebracht, deren Verpackungen zu 100 Prozent aus Altplastik bestehen, davon auch zu einem Anteil aus Social Plastic®. Hierfür wurden wir bereits mehrfach ausgezeichnet, unter anderem im Jahr 2020 durch das PAC Packaging Consortium in der Kategorie Verpackungsinnovation und mit dem **Diamond Award**, der höchsten Auszeichnung des amerikanischen Unternehmens Dow Chemical. 2020 haben wir Social Plastic® in weitere Verpackungen von Sondereditionen, wie Fa Beach Love integriert, aber auch als Verpackungsmaterial für das gesamte Flaschen-Portfolio unserer Naturkosmetikmarke Nature Box eingeführt. Die Flaschenkörper bestehen zu 98 Prozent aus Plastik, das an Strand und Land gesammelt wurde. Henkel arbeitet derzeit daran, die verbleibenden 2 Prozent Kunststoff, die aufgrund der Farbgebung der Flasche enthalten sind, ebenfalls durch das recycelte Material zu ersetzen. Dazu testen wir bereits einen Farbträger, der aus Social Plastic® besteht. Für das Nachhaltigkeitsengagement von Nature Box erhielt das Duschpflege-Portfolio der Marke im Dezember 2020 den „Explorer of the Year“-Preis des schweizerischen Markenartikelverbands Promarca, der die „beachtenswerteste Innovation des Jahres“ auszeichnete.

Leben verändern durch Friseurkunst

Als weiteres langjähriges Projekt, das Jugendlichen weltweit zu einer besseren Zukunft verhelfen soll, ergänzt **„Shaping Futures“** die Schwarzkopf-Initiative „Million Chances“. Bereits seit zehn Jahren bietet Schwarzkopf Professional in Zusammenarbeit mit Non-Profit-Organisationen Jugendlichen die Möglichkeit, eine Grundausbildung in den Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen und sich so eine Existenzgrundlage aufzubauen.

Gestartet im Jahr 2010 in Kambodscha, hat sich „Shaping Futures“ mittlerweile auf Länder wie Indien, Kroatien, Philippinen, Slowenien und Südafrika ausgeweitet. Seit dem Start der Initiative konnten durch das ehrenamtliche Engagement von derzeit fast 400 Friseuren über 2.500 junge Erwachsene in mehr als 30 Ländern ausgebildet werden. Mehr als 50 Prozent von ihnen wechselten nach dem Abschluss des Trainings in ein Praktikum, eine Lehre oder eine Arbeitsplatzvermittlung für den Friseurberuf.



„Shaping Futures“

Das langjährige Projekt „Shaping Futures“ bietet Jugendlichen die Möglichkeit, eine Ausbildung in den Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen. Das Bild zeigt Bui Van Son, der 2012 zusammen mit anderen Jugendlichen aus einem SOS-Kinderdorf in Vietnam im Rahmen von „Shaping Futures“ ausgebildet wurde. Heute besitzt er einen eigenen Friseursalon und ist selbst Trainer für das Programm.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care**
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel-Sustainability#Master® – Argan-Shampoo der Marke Nature Box

	Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel	Anwendung	Entsorgung
	Leistung	Kaltgepresstes natürliches Öl				Verbesserte Performance	
	Gesundheit und Sicherheit						
	Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt	Nachhaltiger Anbau von Guar und Palmöl			Kooperation mit Solidaridad	Verbraucherbildung zu Nachhaltigkeit	Kooperation mit Plastic Bank
	Materialien und Abfall	98% naturbasierte Inhaltsstoffe			Zertifizierung nach dem COSMOS NATURAL-Standard		Recyclbare Verpackung aus 98% Recyclingmaterial
	Energie und Klima	98% Social Plastic®					
	Wasser und Abwasser						



Fußabdruck

Hotspot mit signifikanter Verbesserung

Der „Henkel-Sustainability#Master®“ zeigt das Nachhaltigkeitsprofil des Argan-Shampoos der Marke Nature Box. Die Rezeptur mit kaltgepresstem Arganöl bewahrt das Haar vor dem Austrocknen und wirkt pflegend. Beim Kaltpressen, einem besonders schonenden Gewinnungsprozess, bleiben alle wichtigen Inhaltsstoffe erhalten. Das Produkt trägt das ECOCERT-Kosmetik-Label nach dem COSMOS NATURAL-Standard. Diese Zertifizierung bestätigt, dass 98 Prozent der Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs sind (einschließlich Wasser). Zudem ist die Formel vegan, frei von Silikonen, synthetischen

Farbstoffen, Sulfaten und Parabenen. Der Flaschenkörper des Shampoos besteht zu 98 Prozent aus Social Plastic®. Nature Box steht für hohe Produktions- und Qualitätsstandards mit einem langfristigen Verantwortungsbewusstsein. Deshalb arbeitet die Naturkosmetikmarke mit der internationalen Entwicklungsorganisation Solidaridad und dem Spezialchemieunternehmen Solvay zusammen und unterstützt Kleinbauern beim nachhaltigen Anbau von Guar und Palmkernöl, beides Ausgangsstoffe für Rohstoffe in den Formulierungen.

→ Erklärung des Henkel-Sustainability#Master®

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care**
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen



Laundry & Home Care

- Wie Laundry & Home Care zu Nachhaltigkeit beiträgt
- Produkt- und Verpackungsbeispiele
- Engagement unserer Marken
- Charta und weitere A.I.S.E.-Initiativen
- Henkel-Sustainability#Master® – Persil Discs

Laundry & Home Care

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wie Laundry & Home Care zu Nachhaltigkeit beiträgt

Bei Laundry & Home Care haben wir eine klare Mission: „Together Creating Clean Living“. Wir glauben, dass unser Team, unsere Kunden und unsere Lieferanten zusammen Innovationen vorantreiben sollten, um gemeinsam bessere Lösungen, Produkte und Services zu entwickeln – und Werte für Konsumenten und für die Gesellschaft zu schaffen. Wir setzen auf ressourceneffiziente Technologien, innovative **Produkte** und auf optimierte **→ Verpackungen** und Inhaltsstoffe, um eine bestmögliche Reinigungsleistung zu erreichen. Gleichzeitig ist es unser Anspruch, dass sich unsere Produkte positiv auf die Umwelt und die Gesellschaft auswirken. Dazu gehören die Unterstützung einer Kreislaufwirtschaft, Beiträge zu einem klimapositiven Unternehmen, mehr Transparenz und die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung. Um das zu erreichen, ist die **→ Integration von Nachhaltigkeit in unsere Marken- und Geschäftsstrategien** entscheidend. Nur so können wir sicherstellen, dass jedes neue Produkt nicht nur höchste Reinigungsansprüche erfüllt, sondern auch zum nachhaltigen Wirtschaften beiträgt.

Ein wichtiges Ziel ist hierfür die Förderung eines ressourcenschonenden Konsums. Hier sind unsere Produkte der Schlüssel: Sie kommen täglich millionenfach in Haushalten zum Einsatz und benötigen in der Anwendungsphase häufig Wasser und Energie. So entstehen bis zu 80 Prozent des ökologischen Fußabdrucks unserer Produkte



„Durch unsere Mission ‚Together Creating Clean Living‘ integrieren wir Nachhaltigkeit noch stärker in unsere Marken- und Geschäftsstrategien, damit wir mit all unseren Produkten positive Beiträge für die Umwelt und unsere Gesellschaft leisten können.“

Bruno Piacenza

Mitglied des Vorstands
Laundry & Home Care

während der Anwendung. Daher konzentrieren wir uns auf die Entwicklung von Produkten, die einen effizienten Einsatz von Ressourcen ermöglichen. Gleichzeitig versuchen wir, durch **→ gezielte Verbraucherinformation** ein verantwortungsbewusstes Verhalten während der Produkthanwendung zu fördern. Mit einer zielgruppen-gerechten Kommunikation verdeutlichen wir die Vorteile unserer Produkte und leiten zu ressourcenschonender Anwendung an. Ein Beispiel ist der Persil-Waschrechner, der Verbraucher im Internet über ressourcenschonendes Waschen informiert. Auch die **→ Zusammenarbeit mit Handelspartnern** ist für uns wichtig, um gemeinsam einen nachhaltigen Konsum voranzutreiben.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Die Innovationsrate des Unternehmensbereichs Laundry & Home Care lag im Jahr 2020 bei rund 45 Prozent, das heißt, der Unternehmensbereich generiert rund 45 Prozent seines Umsatzes mit Produkten, die jünger als drei Jahre sind. Dazu zählen auch die Produkte der Marke Pro Nature, die sich durch einen besonders hohen Anteil an Inhaltsstoffen auf Basis nachwachsender Rohstoffe auszeichnen. So setzt Henkel seit Jahrzehnten Inhaltsstoffe auf Basis nachwachsender Rohstoffe ein. Im Jahr 2020 basierten beispielsweise rund 42 Prozent der organischen Inhaltsstoffe unserer Wasch- und Reinigungsmittel auf nachwachsenden Rohstoffen. Der übrige Anteil teilt sich in anorganische und erdölbasierte Bestandteile auf.

Produkt- und Verpackungsbeispiele

Innovationen im Segment Waschmittel

Unsere Generation von Flüssigwaschmitteln zeigt, dass eine hohe Waschleistung und Nachhaltigkeit Hand in Hand gehen können. Sie ist das Ergebnis mehrjähriger Forschung und Entwicklung sowie bedeutender Investitionen in neue Rezepturen, neue Flaschen und neue Produktionsprozesse. Die Leistung der bereits im Jahr 2018 eingeführten Flüssigwaschmittel der Marken Persil, Spee und Weißer Riese beispielsweise konnte um bis zu 40 Prozent mehr Flecklösekraft in jedem Tropfen Waschmittel gesteigert werden. Besonderes Augenmerk hat unsere Produktentwicklung dabei auf die Fleckentfernung schon bei niedrigen Temperaturen gelegt. Dies ermöglicht es unseren Verbrauchern, bei niedrigen Temperaturen oder sogar kalt zu waschen und trotzdem ein sehr gutes Waschergebnis zu erzielen.

Zusätzlich zur weiter verbesserten Waschkraft leisten unsere Flüssigwaschmittel wichtige Beiträge zur Reduzierung des Fußabdrucks entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Bei der Produktion der Flaschen sparen wir jedes Jahr Kunststoff im Vergleich zur alten Generation. Durch die konzentriertere Formel sowie einen wassersparenden Produktionsprozess verbrauchen wir weniger Wasser und beim Transport der Produkte sparen wir außerdem CO₂. Nach der Verwendung reduziert sich das Müllvolumen der kompakteren Flaschen und die leeren Flaschen sind vollständig recyclingfähig und können über Entsorgungssysteme dem Recyclingprozess zugeführt werden.

Die 2019 eingeführten Persil Discs bieten dank des 4-Kammern-Systems in nur einem Produkt eine optimal abgestimmte Waschleistung in puncto Fleckenentfernung, Leuchtkraft, Faserpflege und frischer Duft. Die Gele in den vier Kammern bleiben geschützt bis zur Auflösung der Folie bei Kontakt mit Wasser und entfalten dann ihre volle Leistung während des Waschvorgangs – und das auch schon bei niedrigen Waschttemperaturen ab 20 Grad Celsius. Bei richtiger Beladung der Waschmaschine beugen die Persil Discs einer Überdosierung vor. Die wasserlösliche Folie ist biologisch abbaubar.



Persil 4in1 Discs

Für die Verpackung der neuen Persil 4in1 Discs mit 50 Prozent recyceltem PP wurden wir 2020 gemeinsam mit dem Verpackungshersteller Greiner Packaging mit dem Green Packaging Award 2020 der World Pack Organisation ausgezeichnet.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Alle Universal- und Color-Varianten von Persil sind seit 2019 mit der neuen Tiefenrein-Technologie erhältlich. Zudem gibt es die Gel-Variante Persil „gegen schlechte Gerüche“: Durch die Tiefenrein-Technologie wird die Wäsche besonders gründlich gereinigt, da die innovative Formel mit einem speziellen Enzym-Mix besonders tiefsitzenden Schmutz und hartnäckige Flecken entfernt.

Neu hinzu kam im Jahr 2020 eine innovative Geruchsneutralisierungs-Technologie. Die  verbesserten Persil Discs verhindern Gerüche jetzt nicht nur beim Waschen, sondern insbesondere auch beim Tragen der Kleidung. Für die Verpackung der Persil 4in1 Discs mit 50 Prozent recyceltem PP (Polypropylen) wurden wir 2020 gemeinsam mit dem Verpackungshersteller Greiner Packaging mit dem  Green Packaging Award 2020 der World Pack Organisation ausgezeichnet.

Eine weitere Innovation war  Persil Green Power. Die Rezeptur besteht zu 85 Prozent aus naturbasierten Inhaltsstoffen. Die Verpackung enthält 50 Prozent recyceltes Material und die Flasche ist vollständig recycelbar. Auch bei der Konzeption der Verschluss- und Dosierungskappe wurde umgedacht und weniger Plastik verwendet.



Das Produkt ist mit dem unabhängigen Umweltsiegel „Blauer Engel“ zertifiziert.

Die limitierte Auflage von Persil Eco Power Bars ist ein innovatives Produkt, das sich durch eine besonders kompakte Form auszeichnet. Daher benötigt die Herstellung von Persil Eco Power Bars weniger Ressourcen für Produktion und Transport und reduziert den Verpackungsabfall im Vergleich zu anderen Reinigungsmitteln. Darüber hinaus besteht die Verpackung aus recycelter und recyclingfähiger Pappe. Persil Eco Power Bars sind ein Beispiel dafür, wie wir neue Vertriebskanäle im E-Commerce-Sektor nutzen und das Feedback der Verbraucher einbeziehen.

Neue Produktreihe Love Nature

Love Nature ist die erste Marke der neu gegründeten Love Nature GmbH. Diese ist eine 100-prozentige Tochter von Henkel und gehört zum Unternehmensbereich Laundry & Home Care.  Love Nature bietet leistungsstarke und pflanzlich basierte  Wasch-, Spül- und Reinigungsprodukte mit attraktiven Düften und ansprechenden Farben. Die Produkte sind umfangreich hinsichtlich ihrer Umwelt- und Hautverträglichkeit getestet und ausgezeichnet: Sie tragen das EU Ecolabel, sind zum Großteil mit dem ECARF-Siegel als haut- und allergikerfreundlich zertifiziert und enthalten ausschließlich hypoallergene Düfte. Alle Love Nature-Produkte sind ohne Inhaltsstoffe tierischen Ursprungs hergestellt. Mit der Zertifizierung des „Leaping Bunny“, des springenden Hasen, garantieren wir zudem strengere Standards beim Tierwohl als gesetzlich vorgeschrieben. Die Flaschenkörper bestehen zu 100 Prozent aus recyceltem Kunststoff und können wiederum vollständig recycelt werden.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Die neuen Love Nature-Waschmittel Universal Cactus Leaves und Color Cherry Blossom sind pflanzlich basiert, entfalten schon ab 20 Grad Celsius Waschttemperatur ihre Reinigungswirkung und helfen so, Ressourcen zu sparen. Die beiden Handgeschirrspülmittel Verbena und Cherry Blossom sorgen dank Reinigungsmittel auf Zuckerbasis für strahlend sauberes Geschirr. Reinigungsmittel auf Zuckerbasis helfen, Schmutz und Fett zu binden. Die parfümfreien Love Nature-Spülmaschinen-Tabs All in 1 nutzen das Salz der Zitronensäure und die Kraft von Wasch-Soda. Reiniger, Klarspüler und Wasserenthärter sind bereits enthalten. Die Faltschachtel besteht aus recyceltem Karton und kann im Altpapier entsorgt werden. Der Allzweck- und auch der Bad-Reiniger sind, wie alle anderen Love Nature-Produkte, pflanzlich basiert. Der Love Nature-Bad-Reiniger kann wahlweise direkt mit einem Schwamm aufgetragen werden oder mit einem Sprühaufsatz, der separat erhältlich ist und wiederverwendet werden kann. An Nachfüllstationen von Love Nature sind „Mein Spülmittel“ und „Mein Waschmittel“ auch zum Nachfüllen erhältlich.



Love Nature

Die neuen Love Nature-Produkte bieten leistungsstarke und pflanzlich basierte Wasch-, Spül- und Reinigungsprodukte, die hinsichtlich ihrer Umweltverträglichkeit ausgezeichnet wurden.

Erweiterung des Pro Nature-Sortiments

Mit Somat Geschirrspültabs All in 1 und Biff WC Total Reiniger Gel erweiterte  Pro Nature 2020 sein Sortiment um zwei weitere Reinigungsprodukte. Pro Nature-Produkte helfen Verbrauchern,

nachhaltig und verantwortungsbewusst zu reinigen. Wie die bestehenden Produkte der Pro Nature-Range sind auch die neuen Produkte von Somat und Biff mit dem unabhängigen Umweltzeichen  „Blauer Engel“ ausgezeichnet. Die Geschirrspültabs Somat All in 1 Pro Nature bestehen zu 94 Prozent aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs und verzichten komplett auf Duftstoffe. Die Verpackung kann recycelt werden und besteht aus recyceltem, FSC-zertifiziertem Karton. Die Tabs sind einzeln in eine wasserlösliche und biologisch abbaubare Folie eingewickelt.

Der Biff WC Total Reiniger Gel Pro Nature besteht zu 90 Prozent aus Inhaltsstoffen natürlichen Ursprungs. Die Biff WC Total Reiniger-Gele haften während des Reinigungsprozesses anhaltend in der Toilette und bekämpfen effektiv Schmutz – vom Rand bis tief unter die Wasseroberfläche. Alle PET-Flaschenkörper der Pro Nature-Reinigungsmittel der Marken Biff, Pril und Sidolin bestehen nicht nur zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik, sondern je nach Produkt aus bis zu 50 Prozent Social Plastic®.



Somat Geschirrspültabs All in 1 und das Biff WC Total Reiniger Gel

Seit 2020 gehören zwei weitere Produkte zu dem Pro Nature-Sortiment: Die Somat Geschirrspültabs All in 1 und das Biff WC Total Reiniger Gel helfen Verbrauchern, verantwortungsbewusst zu reinigen.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care**
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Vernel Naturals Weichspüler

Die neuen Weichspüler-Varianten basieren als erster Weichspüler von Henkel auf einer veganen Formel und 99 Prozent naturbasierten Inhaltsstoffen, ohne Silikone und Farbstoffe. Inhaltsstoffe des Parfüms werden aus nachhaltigen Quellen bezogen. Die Flaschenkörper sind zu 100 Prozent recycelbar und bestehen zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik, davon 25 Prozent Social Plastic®. In Deutschland setzt Henkel in zwei Vernel-Produkten die Wasserzeichen-Technologie ein, die in Zukunft zu einer besseren Sortierung beitragen kann und so eine Kreislaufwirtschaft ermöglicht.



Vernel Naturals Weichspüler
Die Flaschenkörper der ersten veganen Vernel Naturals Weichspüler bestehen zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik. Henkel setzt hier erstmals eine neue digitale Wasserzeichen-Technologie in Form eines unsichtbaren Codes auf der Verpackung ein.

Pril Hände-Desinfektionsgel

Händewaschen und regelmäßiges Desinfizieren gehören zu den Säulen in der Eindämmung von COVID-19. Um den zunehmenden Bedarf an Desinfektionsmitteln bei Verbrauchern zu decken, hat Henkel sein Sortiment um ein Produkt speziell für die Handhygiene erweitert. Das  **Pril-Desinfektionsgel** entfernt 99,9 Prozent der Bakterien und speziellen Viren – ohne Zugabe von Seife und Wasser – und lässt sich ideal für den täglichen Gebrauch zu Hause oder am

Arbeitsplatz verwenden. Der Pumpspender ermöglicht dabei ein einfaches Dosieren und die hautfreundliche Formel des Desinfektionsgels trocknet die Hände nicht aus.



Pril-Desinfektionsgel

Das Pril-Desinfektionsgel entfernt 99,9 Prozent der Bakterien und speziellen Viren – ohne Zugabe von Seife und Wasser.

Produktlogos unterstützen Verbraucher

Henkel hat das Ziel, nachhaltiges Konsumverhalten auf Seiten der Verbraucher zu fördern. Wir wollen unsere Verbraucher zu einem möglichst nachhaltigen Waschverhalten motivieren. Daher haben wir ein Logo mit dem Aufruf „sei nachhaltig – wasche kalt“ entwickelt. Zudem hat Henkel neue Produktlogos entwickelt, die den Anteil an recyceltem Inhalt beziehungsweise die Recyclingfähigkeit der Verpackungen ausweisen. Für viele unserer Sprühflaschen und Weichspüler von Vernel gilt dabei, dass ihre PET-Flaschenkörper bereits zu 100 Prozent aus Rezyklat bestehen und diese von einem sogenannten Sleeve umgeben sind, einer Art Folienmantel. Der Vorteil dieser dünnen Folie ist, dass sie den Flaschenkörper überdeckt, der durch einen hohen Rezyklat-Anteil gelblich bis gräulich aussehen kann. Zudem ist die Folie individuell gestaltbar, sodass der Flaschenkörper selbst nicht eingefärbt werden muss und besonders gut recyclingfähig bleibt. Sobald der Inhalt der Flasche aufgebraucht ist,



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

muss die Folie vom Flaschenkörper getrennt werden, damit dieser recycelt werden kann. Um Verbrauchern diesen Vorgang zu erleichtern, hat Henkel ein Produktlogo mit einer Art „Reißverschluss“ entwickelt. Außerdem ist der Folienmantel entsprechend perforiert. Diese wichtige Hilfestellung für eine recyclingfreundliche Entsorgung befindet sich bereits auf vielen Produkten unserer Weichspülermarken Vernel und Silan sowie unserer Sprühflaschen und Toilettenreiniger der Marken Biff, Sidolin und Bref.

Die [Persil-Internetseite](#) bietet Verbrauchern seit 2020 noch mehr Informationen und Transparenz. Hier können sie sich über Verpackungen der Persil-Produkte informieren. Außerdem hilft die Marke Verbrauchern, ihren persönlichen Fußabdruck zu senken, und zeigt auf, wie sie beispielsweise Energie sparen oder richtig dosieren können.



Auf der neuen Persil-Internetseite finden die Verbraucher noch mehr Informationen zu Nachhaltigkeitsaspekten ihrer Produkte.

Handelskooperationen für nachhaltigere Verpackungslösungen

Wichtige Ziele der Henkel-Verpackungsentwickler sind die Reduzierung und die Wiederverwendung von Verpackungsmaterial sowie der vermehrte **→ Einsatz von recycelten Materialien**. Um eine verantwortungsvolle Nutzung und Entsorgung unserer Verpackungen am Ende der Wertschöpfungskette voranzutreiben, arbeiten wir gleichzeitig eng mit unseren Handelspartnern zusammen.

Henkel ist beispielsweise Mitglied des [Forums Rezyklat](#) in Deutschland. Dieses wurde 2018 von dm-drogerie markt gemeinsam mit Henkel, Brauns-Heitmann, Dr. Bronner's, ecover + method, Einhorn, Procter & Gamble, Share und Vöslauer Mineralwasser gegründet. Die Initiative verfolgt zwei Ziele: zum einen, die Wiederverwendung von Wertstoffen für Verpackungen deutlich zu erhöhen, um den Kunden nachhaltigere Verpackungsalternativen anzubieten und die Mengen an reinem Verpackungsmüll zu reduzieren. Zum anderen, das Bewusstsein der Menschen für ein Kreislaufsystem zu fördern – von der Produktkonzeption bei den Herstellern über den Gebrauch durch die Kunden und die haushaltsnahe Entsorgung bis hin zur Wiederverwertung der Verpackung.

Außerdem testet Henkel gemeinsam mit seinen Handelskunden weitere Alternativen zur Förderung einer Kreislaufwirtschaft. Dazu gehören zum Beispiel Nachfüllstationen für Flüssigwaschmittel und Geschirrspülmittel in Drogeriemärkten.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care**
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Perwoll-Flaschen mit 25 Prozent Rezyklat

Nicht nur im Bereich PET-Recycling, sondern auch bei Verpackungen aus PE (Polyethylen) hat Henkel dieses Jahr Fortschritte erzielt. Seit 2020 sind  Perwoll-Flaschen in Westeuropa nicht nur vollständig recycelbar, sondern enthalten auch standardmäßig 25 Prozent recyceltes PE. Dabei handelt es sich um recyceltes Plastik aus Endverbraucher-Haushalten.



Verpackungen mit 25 Prozent Rezyklat

Die Perwoll-Flaschen in Westeuropa sind vollständig recycelbar und enthalten gleichzeitig recyceltes PE aus Endverbraucher-Haushalten.

Damit verwendet Henkel in seiner größten Kategorie im Bereich Wasch- und Reinigungsmittel, die Verpackungen aus PE-Kunststoff einsetzt, recyceltes Plastik. Henkel arbeitet daran, recyceltes Material auch in anderen Kategorien einzusetzen. Diesen Schritt hat Henkel gemeinsam mit dem Verpackungshersteller Alpla umgesetzt.

Bewertung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen

Im Jahr 2020 waren bereits 89 Prozent unserer Laundry & Home Care-Konsumentenverpackungen recyclingfähig. Recyclingfähige Verpackungen sind Voraussetzung für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft. Um die Recyclingfähigkeit neuer Verpackungen schnell und zuverlässig zu ermitteln, nutzt Henkel das eigens entwickelte  Software-Tool EasyD4R®. Dieses basiert auf öffentlichen und anerkannten Kriterienkatalogen und ist bei Henkel unternehmensweit im Einsatz. Das Ziel: eine schnelle und zuverlässige Überprüfung der Recyclingfähigkeit von Verpackungen bereits während der Produktentwicklung. Die Funktionsfähigkeit hat auch eine unabhängige Prüfung durch das Fraunhofer-Institut für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik UMSICHT bestätigt. Die Wissenschaftler analysierten dafür die Bewertungssoftware und deren Ergebnisse und verglichen sie mit nationalen sowie internationalen Standards.



Recyclingfähigkeit zuverlässig ermitteln mit EasyD4R®

Seit 2020 kann man mit dem Bewertungstool EasyD4R® neben Kunststoffverpackungen auch Verpackungen aus Papier, Glas oder Aluminium analysieren.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care**
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Die neueste Version des Bewertungs-Tools aus 2020 ermöglicht es Verpackungsentwicklern, auch Verpackungen, die aus Papier/Karton, Glas, Aluminium oder Weißblech bestehen, zu analysieren. Dafür wurden Design-Richtlinien, die von der Fachhochschule Campus Wien erstellt wurden, sowie der deutsche Mindeststandard für Verpackungen integriert.

Engagement unserer Marken

Gemeinsam Plastikabfall in Ozeanen reduzieren

Als erstes globales Konsumgüterunternehmen ging Henkel 2017 eine Partnerschaft mit dem Sozialunternehmen → **Plastic Bank** ein. Gemeinsames Ziel ist, den Plastikabfall in den Ozeanen zu reduzieren und gleichzeitig neue Chancen für Menschen in Armut zu schaffen. Im Rahmen der Partnerschaft wurden insgesamt fünf Plastik-Sammelcenter in Haiti errichtet. Die lokale Bevölkerung gibt dort gesammelten Plastikabfall ab und tauscht ihn gegen Geld oder Sozialleistungen ein. Ein Teil dieses Plastikabfalls wird als sogenanntes



Kooperation mit Plastic Bank

Das gesammelte Plastik wird in Sammelcentern gegen Geld, Sach- oder Dienstleistungen eingetauscht und als Social Plastic® wieder in die Wertschöpfungskette integriert.

Social Plastic® der Recycling-Wertschöpfungskette zugeführt und steht dann zum Einsatz in Produktverpackungen von Henkel zur Verfügung.

Bereits im Oktober 2018 gab es die ersten Produktverpackungen von Henkel mit Social Plastic®. Seit Sommer 2019 bestehen alle PET-Flaschenkörper der Pro Nature-Reinigungsmittel der Marken Biff, Pril und Sidolin sowie die Flaschenkörper des Weichspülers Vernel zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik – davon seit Mitte 2020 mit bis zu 50 Prozent Social Plastic®. Insgesamt wurden im Jahr 2020 rund 560 Tonnen gesammeltes Social Plastic® für Henkel aufbereitet – so wird dieses Plastik dem Kreislauf wieder zugeführt und kann zum Beispiel nicht ins Meer gelangen.

Somat und Pril mit UNICEF im Kampf gegen Mangelernährung

In vielen Regionen weltweit erhalten Kinder nicht die Ernährung, die sie für eine gesunde Entwicklung brauchen. Nur jedes sechste Kind in Ländern mit niedrigem und niedrigem mittlerem Einkommen erhält eine Ernährung, die Mindestanforderungen genügt. Im Rahmen seiner weltweiten Ernährungsprogramme arbeitet UNICEF daran, Kindern, Familien und Gemeinden einen Zugang zu gesunden und nahrhaften Mahlzeiten zu ermöglichen. Seit 2019 leisten Somat und Pril im Rahmen der  #enjoytogether-Initiative einen Beitrag zu den weltweiten Ernährungsprogrammen von UNICEF. Verbraucher konnten die Initiative auch im Jahr 2020 durch den Kauf von teilnehmenden Produkten der beiden Marken unmittelbar unterstützen. In Deutschland waren unterschiedlich gekennzeichnete Packungen von Somat und Pril erhältlich: Ein gekauftes teilnehmendes Produkt entspricht einem Beitrag zu einer gesunden Mahlzeit.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)**
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)



Unterstützung für bedürftige Familien

Während der COVID-19-Pandemie unterstützten Mitarbeiter von Laundry & Home Care im Libanon und in Jordanien bedürftige Familien, indem sie Reinigungsboxen mit Persil verteilten, damit die Menschen zu Hause bleiben konnten.

Landesweite Markeninitiativen während COVID-19-Pandemie

Auch im Jahr 2020 hat Laundry & Home Care einen **→ gesellschaftlichen Beitrag** durch die Verteilung von kostenlosen Wasch- und Reinigungsmitteln oder Lebensmitteln in ärmeren Regionen geleistet. Insgesamt wurden 3,5 Millionen Verbrauchereinheiten gespendet. Der Unternehmensbereich ist auch Partnerschaften mit lokalen NGOs eingegangen. Gemeinsam mit der Organisation Blida und der Marke Pril wurden in Algerien Lebensmittelpakete an bedürftige Familien geschickt, die besonders unter der COVID-19-Pandemie leiden. Insgesamt wurden damit mehr als 100.000 Menschen erreicht.

In Algerien hat Henkel außerdem mit der Reinigungsmarke Bref geholfen, die Hygiene unter den Bedingungen von COVID-19 zu verbessern. Insgesamt wurden 50.000 Liter Bref an Krankenhäuser verteilt, 10.000 Schutzmasken ausgegeben und mehr als 250 Spender



Bessere Hygiene dank Bref in Algerien

Auch in Algerien unterstützte Henkel mit der Reinigungsmarke Bref die hygienischen Schutzmaßnahmen im Kampf gegen die Pandemie.

für Gel zur Händedesinfektion installiert. Auch im Libanon und in Jordanien hat sich Laundry & Home Care mit den beiden NGOs Banin und Hashemite zusammengeschlossen, um Menschen in Not zu helfen. Im Rahmen der Initiative „From our heart to the heart of your home“ haben Henkel-Mitarbeiter Persil-Produktpakete gepackt und ausgeliefert und so über 13.000 Haushalte unterstützt.

Perwoll engagiert sich für einen bewussteren Modekonsum

Der häufige Konsum von kurzlebiger Mode stellt zunehmend eine Belastung für die Umwelt dar. So wird Kleidung zum Beispiel oftmals nur sieben Mal getragen, bevor sie entsorgt wird – in einem Umfeld mit jährlich bis zu 24 neuen Modekollektionen. Seit 2019 engagiert sich Perwoll mit der Initiative **#RethinkFashion** dafür, mehr Bewusstsein für diese Thematik zu schaffen. Die Marke animiert über eine zielgerichtete Kommunikation dazu, Mode bewusster zu konsumieren,

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care**
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

wertzuschätzen, zu pflegen und aufzuwerten. Perwolls Pflegeprodukte tragen zu einem längeren Erhalt von Kleidung und somit auch zur Slow-Fashion-Bewegung bei.



Unter dem Motto #RethinkFashion rückt Henkel mit der Marke Perwoll die Lebensdauer von Kleidung in den Fokus. Verbraucher bekommen Tipps, wie sie ihre vorhandenen Kleidungsstücke aufwerten können.

Charta und weitere A.I.S.E.-Initiativen

2005 war Henkel das erste Unternehmen, das die Kriterien der [„A.I.S.E.-Charta Nachhaltiges Waschen und Reinigen“](#) erfolgreich erfüllt hat. Seitdem hat Henkel als langjähriges Mitglied viele unterschiedliche Initiativen des Internationalen Wasch- und Reinigungsmittelverbands A.I.S.E. unterstützt, mit denen die europäische Wasch- und Reinigungsmittelindustrie eine führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit einnimmt. Seit 2010 kann gezeigt werden, dass ein Produkt nicht nur von einem nachhaltig wirtschaftenden

Unternehmen hergestellt wird, sondern auch selbst ein fortschrittliches Nachhaltigkeitsprofil aufweist. Seit 2020 stehen zwei neue Siegel zur Verfügung: Ein Logo mit blauem Hintergrund ist nun weiterhin auf Produkten abgebildet, deren Hersteller „Mitglied der Initiative“ der A.I.S.E. ist. Das „Nachhaltigkeitssiegel der Industrie“ mit einem grünen Hintergrund kennzeichnet Produkte, die besondere Kriterien erfüllen. Über Kriterien wie Umweltsicherheit der Inhaltsstoffe, Ressourceneffizienz hinsichtlich Dosiermengen und Verpackungsmaterial, Waschleistung bei niedrigen Temperaturen sowie Verbraucherinformation hinaus gelten so etwa für die Kategorie „Waschmittel“ seit 2020 auch Vorgaben zur Verpackung, um das neue „Nachhaltigkeitssiegel der Industrie“ zu erhalten. Verpackungen aus Kunststoff müssen beispielsweise recyclingfähig, wiederverwendbar oder kompostierbar sein. Im Jahr 2020 wurde ein neues Sicherheitspiktogramm auf den

Verpackungen unserer Flüssigwaschmittel-Kapseln eingeführt, das 2019 für die Erweiterung der freiwilligen Initiative „A.I.S.E. Product Stewardship Programme for Liquid Laundry Detergent Capsules“

(A.I.S.E.-Produktverantwortungsprogramm für Flüssigwaschmittel-Kapseln) entwickelt wurde. Es zeigt das Foto eines Kleinkinds, um noch wirkungsvoller darauf hinzuweisen, dass Flüssigwaschmittel-Kapseln immer außerhalb der Reichweite von Kindern aufbewahrt werden müssen. Die in allen EU-Landessprachen verfügbare Internetseite www.keepcapsfromkids.eu veranschaulicht, wie Flüssigwaschmittel-Kapseln sicher aufbewahrt und verwendet werden können. Henkel unterstützt nach wie vor die Online-Aufklärungsinitiative „Keep Caps from Kids“ („Kapseln weg von Kindern“).



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care**
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel-Sustainability#Master® – Persil Discs im Vergleich zu Flüssigwaschmittel

	Wert	Rohstoffe	Produktion	Logistik	Einzelhandel	Anwendung	Entsorgung
	Leistung		4-Kammern-System			100% Persil-Performance	
	Gesundheit und Sicherheit					Symbole zur sicheren Verwendung	
	Gesellschaftlicher / sozialer Fortschritt						
	Materialien und Abfall	100% recycelter Karton und 50% rPP	40% weniger Plastik			Gewinner des „Green Packaging Award“	100% Rezyklierbarkeit, 100% biologisch abbaubar
	Energie und Klima		Zertifizierte Produktion	Optimierte Transportlogistik		Volle Leistung bei Waschtemperatur ab 20°C	
	Wasser und Abwasser		Vordosiertes Waschmittel				Wasserlösliche Folie
	Fußabdruck						



Hotspot mit signifikanter Verbesserung

Die vordosierten Persil 4in1 Discs mit einem innovativen 4-Kammern-System sorgen für eine optimal abgestimmte Waschleistung. Die Gele in den vier Kammern bleiben geschützt bis zur Auflösung bei Kontakt mit Wasser und entfalten dann ihre volle Leistung zielgerichtet während des Waschvorgangs – und das auch schon bei niedrigen Waschtemperaturen ab 20 Grad Celsius.

Die wasserlösliche Folie ist dabei zu 100 Prozent biologisch abbaubar. Die Kartonverpackung besteht zu 92 Prozent und der Kunststoffteil zu 50 Prozent aus Recyclingmaterial. Der geringere Kunststoffanteil der Verpackung trägt zudem zur Reduktion von CO₂-Emissionen bei.
 → Erklärung des Henkel-Sustainability#Master®

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Mitarbeiter

- Wie wir unser globales Team stärken
- Mitarbeiterentwicklung zur Potenzialentfaltung
- Vergütung und weitere Leistungen
- Wie wir Vielfalt und Inklusion leben
- Offene Kommunikation und vertrauensvolle Zusammenarbeit
- Wie wir die Gesundheit unserer Mitarbeiter fördern
- Höchste Priorität für Arbeitssicherheit

Mitarbeiter

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wie wir unser globales Team stärken

Henkel will mit seinen Geschäftsaktivitäten nachhaltig Werte schaffen. Dieser Unternehmenszweck verbindet alle Mitarbeiter und geht einher mit unseren **Unternehmenswerten**, die unsere Entscheidungen und unser Handeln leiten. Um weiterhin erfolgreich zu sein, wollen wir die besten Talente für Henkel gewinnen, weiterentwickeln und halten. Wir bieten ein inspirierendes und herausforderndes Arbeitsumfeld, das von digitalem und flexiblem Arbeiten sowie von einem werteorientierten Führungsstil geprägt ist. Unsere Leistungskultur basiert auf kontinuierlichem und offenem Feedback sowie auf der Anerkennung hervorragender Leistungen – sowohl durch eine attraktive Vergütung als auch durch individuelle und langfristige Weiterbildungsmöglichkeiten. Wir stärken unser globales Team, indem wir die Vielfalt und kulturellen Hintergründe wertschätzen, offen und konstruktiv miteinander umgehen und für die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter sorgen. So schaffen wir ein motiviertes und engagiertes Team, das mit seinen individuellen Fähigkeiten und Erfahrungen maßgeblich zu unserem internationalen Unternehmenserfolg beiträgt.

Nachhaltigkeit ist einer unserer fünf Unternehmenswerte und bedeutet, dass wir eine Balance zwischen den Ansprüchen der Gesellschaft, der Verantwortung für die Umwelt und wirtschaftlichem Erfolg anstreben. Bei der Umsetzung unserer **→ Nachhaltigkeitsstrategie** machen unsere Mitarbeiter den Unterschied aus – durch ihren persönlichen Einsatz, ihre Fähigkeiten und ihr Wissen. Daher wollen



„Leadership und die Einbeziehung aller Mitarbeiter sind entscheidend, um Nachhaltigkeit in allen Geschäftsaktivitäten zu verankern und voranzutreiben. 2020 hat gezeigt, dass wir hier auf einem guten Weg sind, und ich bin stolz auf das, was wir gemeinsam erreicht haben.“

Sylvie Nicol

Mitglied des Vorstands

Personal / Infrastruktur-Services

wir das Wissen und Engagement unserer Mitarbeiter für Nachhaltigkeit weiter ausbauen und fördern. Hierzu entwickeln wir derzeit einen ganzheitlichen Ansatz, der sowohl verschiedene Lernpfade als auch Möglichkeiten für die Mitarbeiter umfasst, sich stärker für das Thema Nachhaltigkeit zu engagieren. Damit bauen wir auf unser bereits im Jahr 2012 initiiertes **Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm** auf, das fester Bestandteil des Onboardings neuer Mitarbeiter ist. Ziel des Programms ist es, den Mitarbeitern unsere Motivation, Strategie und Verpflichtungen in Bezug auf Nachhaltigkeit zu vermitteln. Wir möchten sie in ihrer Rolle als Botschafter motivieren, ihr Wissen rund um das Thema Nachhaltigkeit weiterzugeben und andere dafür zu begeistern – in ihrem Arbeitsumfeld



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

sowie privat. Wir haben den Anspruch, alle unsere Mitarbeiter zu Nachhaltigkeitsbotschaftern auszubilden. Mit vereinten Kräften und einem zielgruppenspezifischen Trainingsansatz haben wir inzwischen nahezu alle Mitarbeiter erreicht. Mitarbeiter, die gerne individuell lernen und über einen PC-Zugang verfügen, können sich die Inhalte im Onlinetraining zeitlich flexibel aneignen. Alternativ dazu organisieren wir für Mitarbeiter, die lieber in Gruppen lernen, sowie für Mitarbeiter ohne PC-Zugang zahlreiche Gruppentrainings. Das dafür notwendige Trainingsmaterial stellen wir in mehr als 30 verschiedenen Sprachen bereit, um mögliche sprachliche Barrieren zu überwinden und den Zugang zum Training zu erleichtern. Alle Trainings enden mit einem Fragebogen, nach dessen erfolgreicher Beantwortung die Teilnehmer ein Zertifikat erhalten. Mit der Qualifikation zum Nachhaltigkeitsbotschafter ist jedoch nur der erste Schritt getan: Wir ermutigen alle Botschafter, mit ihren Fähigkeiten und Kenntnissen eigene Beiträge zu leisten und sich aktiv für Nachhaltigkeit zu engagieren.

Mitarbeiterentwicklung zur Potenzialentfaltung

Es ist unser Anspruch, ein wertschätzendes Umfeld zu schaffen, in dem sich alle Mitarbeiter bei Henkel langfristig weiterentwickeln und ihr Bestes geben können. Hierbei fördern wir ihre Fähigkeiten und Kenntnisse und helfen ihnen damit, ihr volles Potenzial zu entfalten. Regelmäßiges und transparentes Feedback zu Leistung und Potenzial dient als Ausgangspunkt für ihre Entwicklung. So können individuelle Fortbildungsmaßnahmen festgelegt werden, die gleichermaßen auf Anforderungen des Unternehmens und Potenziale der Mitarbeiter eingehen. Um die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter

noch gezielter erfüllen zu können, haben wir insbesondere unsere → **digitalen Lernangebote** weiter ausgebaut. Darüber hinaus verstärken wir die Entwicklung digitaler Kompetenzen, um die Chancen der Digitalisierung erfolgreich nutzen zu können.



Unsere Ausbildungsprogramme

Henkel bietet in Deutschland  **21 Ausbildungs- und vier duale Studiengänge** an. Trotz der COVID-19-Pandemie begannen zum neuen Ausbildungsjahr 2020 138 neue Auszubildende und Studierende eine berufliche Qualifikation bei Henkel in Deutschland. Insgesamt befinden sich 519 Menschen in unseren beruflichen Bildungsprogrammen an neun deutschen Standorten.

Individuelle Entwicklungsplanung durch regelmäßiges Feedback

Zur gezielten Förderung unserer Mitarbeiter setzen wir auf regelmäßige Entwicklungsgespräche und eine individuelle Entwicklungsplanung. Auf diese Weise können wir Talente im Unternehmen systematisch identifizieren, entwickeln und eine interne Nachfolgeplanung ermöglichen.

- **Für unsere Tarifmitarbeiter** verwenden wir lokal angepasste Beurteilungs- und Entwicklungssysteme. In vielen Ländern beurteilen die Vorgesetzten ihre Mitarbeiter auf Grundlage der erbrachten Leistungen und führen mit ihnen vertrauliche Feedbackgespräche. Unsere Mitarbeiter können so erkennen, was von ihnen erwartet wird und worin Stärken und Entwicklungspotenziale bestehen. An diese Gespräche schließen sich konkrete Entwicklungsmaßnahmen an. Dazu gehören Fortbildungsmaßnahmen, zum Beispiel durch

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter**
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Seminare und Workshops, sowie die Aufgabenerweiterung, beispielsweise durch die Übernahme von Führungsaufgaben.

- **Unsere Führungskräfte** sowie ausgewählte Tarifmitarbeiter bewerten wir jedes Jahr im global einheitlichen „Talent Management Cycle“, der eine voneinander getrennte Leistungs- und Potenzialbewertung umfasst. Zur Leistungsbewertung wird am Anfang eines Jahres zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern eine individuelle Rollenerwartung vereinbart, die der strategischen Ausrichtung des Unternehmens entspricht. Diese wird in der Mitte eines Jahres erneut validiert und dann am Ende des Jahres bewertet.

Zur Potenzialbewertung wird im ersten Schritt eine Selbsteinschätzung der Mitarbeiter an ihre Vorgesetzten erbeten. Danach evaluieren die Vorgesetzten ihre Mitarbeiter und diskutieren diese Bewertung dann mit mehreren Vorgesetzten eines Bereichs gemeinsam, um eine ausgewogene und differenzierte Beurteilung sicherzustellen. Die Bewertung erfolgt nach einheitlichen Grundsätzen und klar definierten Kriterien, zum Beispiel für das erwartete Führungsverhalten. In persönlichen Feedbackgesprächen besprechen die Vorgesetzten im Anschluss mit ihren Mitarbeitern die Beurteilung und vereinbaren gemeinsam individuelle Entwicklungsmaßnahmen. Diese Gespräche fördern die berufliche und persönliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter und lassen damit eine gezielte und langfristige Karriereplanung unserer Belegschaft zu. Im Jahr 2020 wurden mehr als 1.300 Führungskräfte befördert.

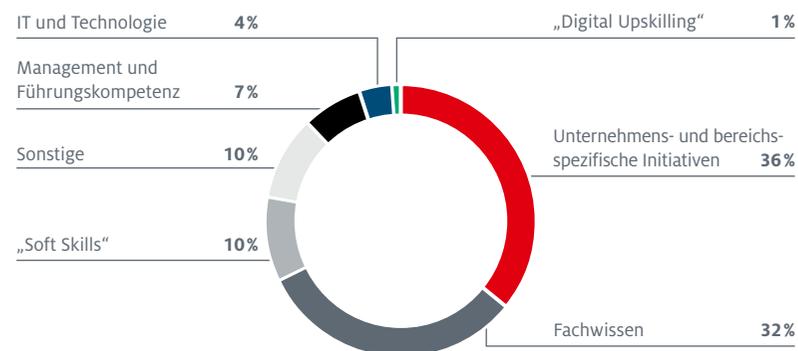
Wir fördern lebenslanges Lernen

Lebenslanges Lernen ist für uns ein zentrales Element der Weiterentwicklung, insbesondere weil Wissen heute viel schneller veraltet

als noch vor einigen Jahren. Maßgeblich ist bei uns das Lernen im betrieblichen Alltag und durch ein abwechslungsreiches Aufgabenfeld. Dies fördert Henkel vor allem durch die Möglichkeit, neue Aufgaben im In- und Ausland wahrzunehmen. Wir lernen täglich von Vorgesetzten, Teammitgliedern und anderen Kollegen. Schon seit einigen Jahren setzt Henkel neben klassischen Präsenzformaten auch auf virtuelle Angebote zur Weiterbildung der Mitarbeiter weltweit. Im Jahr 2019 haben wir eine globale Lernplattform eingeführt, die neben E-Learnings, Podcasts und Videos auch virtuelle Austauschformate beinhaltet. Alle Angebote auf dem sogenannten Henkel Learning Hub sind cloudbasiert und somit nicht nur in der Büroumgebung, sondern auch unterwegs oder zu Hause jederzeit abrufbar.

2020 haben wir unsere Trainingsformate weiter ausgebaut, neue Lernprogramme entwickelt, digitalisiert und weitere Face-To-Face Trainings virtualisiert. Bei unseren sogenannten „community based trainings“ können Mitarbeiter virtuell zusammenkommen, sich austauschen und gemeinsam an Themen arbeiten sowie sich gegenseitig

Trainingskategorien 2020





Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Feedback geben. Durch diese und andere digitale Formate konnten unsere Mitarbeiter auch während der Zeit gemeinsam lernen, in der 2020 aufgrund der COVID-19-Pandemie keine Präsenztrainings möglich waren.

- Wir strukturieren **Lerninhalte** so, dass wir immer schneller und individueller auf neue Wissensbedürfnisse innerhalb der Organisation reagieren können. Der Henkel Learning Hub bündelt alle formalen Trainingsangebote. Diese umfassen grundlegende Kenntnisse, wie Management-, Prozess- und Softwaretrainings, sowie unternehmensbereichsspezifische Inhalte. Einen zentralen Lerninhalt stellen Führungskompetenzen dar. Es gilt dabei, insbesondere neue Kompetenzen und Fähigkeiten zu trainieren, die unsere Führungskräfte optimal auf die zukünftigen Herausforderungen vorbereiten. 2020 haben wir beispielsweise auch Lerninhalte zum Remote-Leadership (Führen auf Distanz) in unser Programm aufgenommen. Basierend auf unseren 2019 neu eingeführten Leadership Commitments wollen wir einen globalen, → **werteorientierten Führungsstandard** fördern, der unterschiedliche regionale und kulturelle Aspekte berücksichtigt. Die Inhalte vermitteln wir beispielsweise über ein konsistentes Trainingsprogramm, mit dem wir unsere Nachwuchsführungskräfte gezielt und schrittweise auf ihre Führungsverantwortung vorbereiten.

Zudem stellen die Themen der digitalen Transformation einen zentralen Lerninhalt dar. Im Jahr 2019 haben wir eine „Digital Upskilling“-Initiative ins Leben gerufen, um unsere Mitarbeiter bei der Erweiterung ihrer digitalen Fähigkeiten zu unterstützen. Ihr liegen zwei Säulen und eine fundierte Analyse des Status quo zugrunde: Basierend auf anonymen Online-Befragungen werden die digitalen

Kenntnisse der Mitarbeiter bewertet. Dazu gehören sowohl ein spielerisches Quiz zum digitalen Allgemeinwissen (Digital BaseFit) als auch eine Analyse von berufs- und fachspezifischen Fähigkeiten von Experten (Digital ExpertFit). Der Digital BaseFit vermittelt Mitarbeitern digitales Basiswissen. Auf Grundlage des Quiz-Ergebnisses werden ihnen individuelle Trainings vorgeschlagen, um Wissenslücken zu schließen. Seit der Einführung der Initiative haben etwa 10.000 Mitarbeiter dieses Modul durchlaufen. Beim Digital ExpertFit handelt es sich um einen Lernpfad, der auf spezifische Jobrollen abzielt und Wissensvermittlung mit praktischer Anwendung kombiniert. So erhalten die Mitarbeiter die Kompetenzen, die zukünftig in bestimmten Berufsgruppen wichtig werden. Das Programm wird ständig aktualisiert und ausgeweitet, um sicherzustellen, dass neues Wissen und aktuelle Technologien integriert sind. Derzeit gibt es spezifische Trainingspfade für sechs Berufsbilder, weitere sind geplant. Insgesamt haben diese bisher etwa 5.000 Personen durchlaufen. Damit leistet die „Digital Upskilling“-Initiative einen wichtigen Beitrag zur digitalen Transformation von Henkel. Auf Basis der Ergebnisse der „Digital Upskilling“-Initiative entwickeln wir unser Trainingsangebot für digitale Kompetenzen stetig weiter und bauen es aus. So ermöglichen wir unseren Mitarbeitern, sich effizient im Zeitalter der Digitalisierung zu bewegen und damit verbundene Chancen zu nutzen.

- **Digitale Lernformate** spielen für uns eine wichtige Rolle, um Weiterbildungsmöglichkeiten weltweit flexibel zur Verfügung zu stellen. Wo möglich, werden allgemeine Präsenzs Schulungen durch digitale und virtuelle Angebote ergänzt. Seit 2017 können alle Mitarbeiter mit PC-Zugang im Rahmen einer Partnerschaft zwischen Henkel und LinkedIn Learning auf mehr als 15.000 Online-Kurse in



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

sieben Sprachen zugreifen. LinkedIn Learning ist eine führende Online-Schulungsplattform, die ebenfalls über den Henkel Learning Hub zur Verfügung steht. Sie unterstützt bei der Erweiterung und Vertiefung von persönlichen, Business-, Kreativ- und Software-Kompetenzen und hilft so bei der Umsetzung beruflicher und persönlicher Ziele. Seit 2018 ist die Schulungsplattform auch auf allen mobilen Endgeräten abrufbar, was nicht nur Mitarbeitern, die sehr viel unterwegs sind, entgegenkommt, sondern sich auch in Zeiten des verstärkten Arbeitens von zu Hause als nützlich erwiesen hat. Anfang des Jahres 2021 werden wir zusätzlich eine eigene Trainings-App einführen, über die alle Lerninhalte verfügbar sind.

Nicht zuletzt durch das verstärkte mobile Arbeiten vieler Mitarbeiter angesichts der COVID-19-Pandemie ist IT-Sicherheit wichtiger denn je geworden, da das Risiko für Cyberangriffe hier besonders hoch ist. Zu den wichtigsten Maßnahmen für Unternehmen zum Schutz vor Cyberangriffen gehört daher die Sensibilisierung der Mitarbeiter. Henkel hat hierfür bereits 2019 eine Cyber-Awareness-Kampagne unter dem Motto #SharedResponsibility ins Leben gerufen, die auf drei strategischen Säulen basiert: informieren, weiterbilden und engagieren. Im Rahmen der Kampagne wurde Anfang des Jahres 2020 am Standort in Düsseldorf zum zweiten Mal eine mehrtägige Cyber-Awareness-Messe veranstaltet und in verschiedene Länder übertragen. Darüber hinaus gab es an weiteren Standorten lokale Informationsangebote. Mehr als 5.000 Mitarbeiter weltweit konnten so an der Messe teilnehmen.

Digitales Arbeiten hat an Bedeutung gewonnen

Das mobile Arbeiten ist Alltag in Zeiten der COVID-19-Pandemie geworden. Sie hat die Digitalisierung der Geschäftswelt weiter



Während der Cyber-Awareness-Messe präsentierten interne und externe Experten verschiedene Themen von Social Engineering über Sicherheit beim Surfen im öffentlichen WLAN und Arbeiten auf Mobilgeräten bis hin zu der Frage, wie E-Mail-Betrug verhindert werden kann.

beschleunigt und gezeigt, wie wichtig digitale Zusammenarbeit für die Geschäftskontinuität ist. Digitale Lösungen helfen uns nicht nur dabei, voneinander zu lernen, sondern auch effizient zusammenzuarbeiten und in einem virtuellen Umfeld in einen schnellen und persönlichen Austausch zu treten. So war es uns durch die unternehmensweite Nutzung einer digitalen Kollaborations-, Kommunikations- und Videokonferenz-Plattform möglich, auf die veränderten Arbeitsanforderungen 2020 bestmöglich zu reagieren und die Zusammenarbeit unserer Mitarbeiter trotz räumlicher Distanz aufrechtzuerhalten. Wir nutzen digitale Kommunikationskanäle aber auch, um den unternehmensweiten Wissensaustausch zu fördern. Ein Beispiel dafür ist unser soziales Netzwerk Yammer, das genutzt wird, um sich in themenspezifischen Gruppen auszutauschen und sich gegenseitig zu inspirieren. Insbesondere dadurch, dass Mitarbeiter aus unterschiedlichen Bereichen miteinander in Kontakt treten,

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

können wir das interdisziplinäre Denken stärken und so unser bestehendes Wissenspotenzial besser ausschöpfen. Auch bei der Suche nach den besten Talenten nutzen wir digitale Kanäle, um zu zeigen, was Henkel zu einem attraktiven Arbeitgeber macht. Im Jahr 2020 haben wir unsere Präsenz auf virtuellen Branchenmessen sowie in den sozialen Medien erhöht. Hier geben unsere Mitarbeiter unter #MyStory@Henkel und #JobOfTheMonth Einblicke in ihren Arbeitsalltag und ihre Entwicklung bei Henkel. Mit dem Format #AskMeAnything geben wir die Möglichkeit, Karrierefragen direkt an Top-Manager und Experten von Henkel zu stellen. 2020 haben wir zudem die Digitalisierung unserer Prozesse stark ausgebaut: Unsere  **neue Recruitment-Plattform** vereinfacht, verbessert und beschleunigt die Abläufe für alle Beteiligten – sei es der einfache, multimediale Bewerbungsprozess oder die erhöhte Prozesstransparenz für die am Einstellungsprozess involvierten Abteilungen.

Wir ermöglichen flexibles Arbeiten

Bei Henkel messen wir Leistung am Ergebnis und nicht an der Präsenz. Daher fördern wir bereits seit Jahren flexible Arbeitsmodelle. Basierend auf einer Vertrauenskultur sind Teilzeit, flexible Arbeitszeiten, neue Arbeitsplatzkonzepte und mobiles Arbeiten für uns selbstverständlich, nicht erst seit der COVID-19-Pandemie. Zeit- und ortsunabhängig arbeiten zu können verbessert die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf. Das Vertrauen, das wir unseren Mitarbeitern entgegenbringen, stärkt deren Motivation. Unsere Führungskräfte sind angehalten, die Möglichkeiten flexiblen Arbeitens vorzuleben und aktiv zu unterstützen. Mit der Unterzeichnung unserer globalen „Work-Life Flexibility“-Charta im Jahr 2012 hat unser Vorstand die Relevanz dieses Themas bereits früh verdeutlicht.



Flexible Bürolandschaften

Uns ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter ihre Arbeitszeit und ihren Arbeitsplatz den beruflichen Anforderungen und persönlichen Bedürfnissen entsprechend mitgestalten können. Beispielsweise haben wir flexible Bürolandschaften geschaffen, damit Mitarbeiter ihren Arbeitsplatz tätigkeitsbezogen auswählen können. Foto: © Tétris Design & Build

Um die Arbeitsprozesse effektiver und kreativer zu gestalten, haben wir an verschiedenen Standorten in Europa, Nordamerika und Asien aktivitätsbasierte Raumkonzepte errichtet. Ähnlich wie in Start-up-Unternehmen entsteht auf jeder Etage ein durchdachtes Nebeneinander unterschiedlicher Räume zur Einzel- und Teamarbeit, zur Durchführung von Meetings oder zum informellen Zusammenkommen. Die Mitarbeiter wählen einfach das Arbeitsumfeld aus, das ihre aktuelle Aktivität am besten unterstützt. Auch der moderne Schreibtisch, die sogenannte „Flexible Workstation“, wird wie alle anderen Raummodule bedarfsorientiert und flexibel genutzt.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Vergütung und weitere Leistungen

Die ganzheitliche Wertschätzung unseres globalen Teams ist ein wichtiger Teil unserer → **Unternehmenskultur**, um den langfristigen und nachhaltigen Geschäftserfolg von Henkel sicherzustellen. Aus diesem Grund ist es uns wichtig, dessen Leistung auch durch eine angemessene und marktgerechte Vergütung anzuerkennen. Wir nutzen leistungsabhängige Vergütungsbausteine, um individuelle Beiträge zu belohnen. Im Unterschied zu dem weltweit einheitlichen Vergütungssystem für unsere Führungskräfte basieren die Vergütungssysteme für unsere Tarifmitarbeiter auf lokalen Anforderungen und bestehenden Tarifverträgen. Für uns ist es selbstverständlich, dass keine systematischen Unterschiede bei der Vergütung von männlichen und weiblichen Mitarbeitern bestehen. Neben fixen und leistungsabhängigen Gehaltskomponenten umfasst unser Vergütungssystem auch Sachbezüge sowie Bausteine zur sozialen Absicherung.

Ein Vergütungssystem, das individuelle Leistung belohnt

Der Grundbaustein unseres Vergütungssystems ist ein angemessenes und wettbewerbsfähiges Basisgehalt, das alle Mitarbeiter den Marktbedingungen und bestehenden Tarifvereinbarungen entsprechend erhalten. Es richtet sich nach den Anforderungen der Stelle, den Bedingungen des lokalen Marktes, der individuellen Leistung und dem Entwicklungspotenzial des Mitarbeiters. Neben dem Basisgehalt sind wir bestrebt, die persönliche Leistung unserer Mitarbeiter mit attraktiven Leistungsanreizen zu honorieren:

- **Für unsere Tarifmitarbeiter** nutzen wir lokal angepasste Vergütungsbausteine, um ihre Leistungen und ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg zu honorieren. So gibt es je nach Einsatzbereich

und Region verschiedene Bonussysteme für Mitarbeiter, zum Beispiel im Vertrieb, in der Forschung oder in der Produktion. Mit diesen Systemen decken wir fast alle Tarifangestellten weltweit ab.

- **Für unsere Führungskräfte** verwenden wir kurzfristige variable Vergütungsbausteine, um persönliche Beiträge zum Unternehmenserfolg zu belohnen. Das auf Jahresbasis ausbezahlte „Short Term Incentive“ (STI) berücksichtigt sowohl unsere kurzfristigen Finanzziele als auch die individuelle Leistung jedes Einzelnen. Ein Teil unserer außertariflichen Mitarbeiter und leitenden Angestellten mit unmittelbarer Vertriebsverantwortung erhält anstelle des STI separate Bonusregelungen, die sich auf vertriebsbezogene Ziele konzentrieren.
- **Für unser Top-Management** gibt es zusätzlich zum jährlichen STI ein „Long Term Incentive“ (LTI). Über einen Zeitraum von vier Jahren legen wir zukunftsorientierte Ziele fest, die unseren Unternehmenswert steigern und die Erreichung von langfristigen Zielen honorieren.
- **Für unseren Vorstand** nutzen wir sowohl eine jährliche als auch eine auf den langfristigen Unternehmenserfolg bezogene variable Vergütung. Details hierzu enthält die Beschreibung des Vergütungssystems sowie der Vergütungsbericht im [Geschäftsbericht 2020](#), Seiten 53 bis 92. Erfolgsparameter der jährlichen variablen Vergütung (STI) sind sowohl die im jeweiligen Geschäftsjahr erreichten finanziellen Ziele, der sogenannte Bonus, als auch individuelle Leistungen und Ziele der Vorstandsmitglieder, einschließlich individuell vereinbarter Nachhaltigkeitsziele.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter**
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

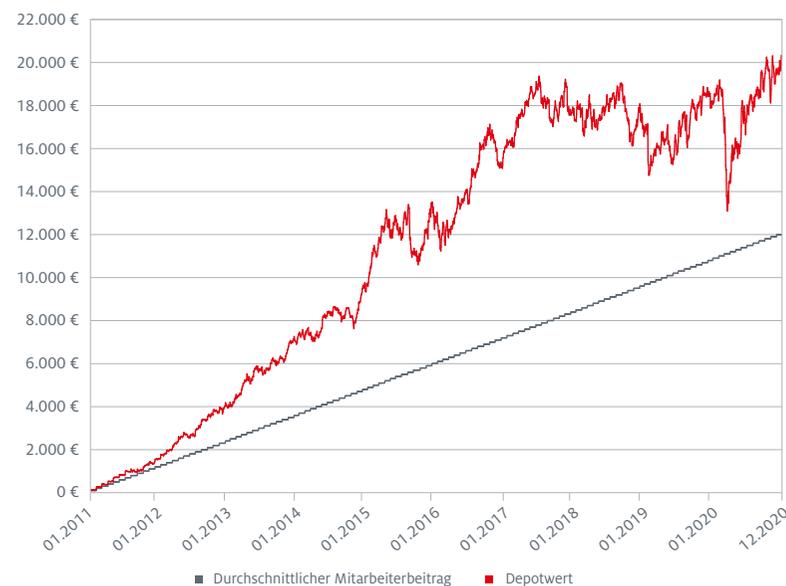
Wir beurteilen die Leistung unserer Mitarbeiter stets im Kontext unserer Vision und Unternehmenswerte. In einem unserer fünf Werte verpflichten wir uns, unsere führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit auszubauen. Dementsprechend sind Beiträge zur Henkel-Nachhaltigkeitsstrategie und zu deren Zielen Teil der ganzheitlichen jährlichen → **Leistungsbeurteilung**, welche die variable Vergütung beeinflusst. Wo konkrete Aspekte unserer Nachhaltigkeitsleistung, wie die Reduktion des Energieverbrauchs und der Abfallmengen, in den Einflussbereich von Mitarbeitern fallen und geschäftsrelevant sind (zum Beispiel bei Standortleitern), fließen diese in die individuelle Leistungsbeurteilung dieser Mitarbeiter ein. Darüber hinaus muss nahezu jede Führungskraft im Rahmen der jährlichen Beurteilung die Einhaltung der **Henkel-Standards** schriftlich bestätigen. Dazu gehören unser Code of Corporate Sustainability sowie die SHE- und Social Standards.

Unser Mitarbeiter-Aktienprogramm

Uns ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter am Geschäftserfolg teilhaben können. Dies stärkt nicht nur die Motivation, sondern auch die Verbundenheit mit dem Unternehmen. Seit 2001 bietet Henkel ein Aktienprogramm für seine Mitarbeiter an. Damit wollen wir die Interessen des Unternehmens und unserer Mitarbeiter noch enger miteinander verknüpfen sowie eine attraktive Möglichkeit für Investitionen und zur individuellen Altersvorsorge bereitstellen. Jeden investierten Euro eines Mitarbeiters (bis zu maximal 4 Prozent des Gehalts oder maximal 4.992 Euro pro Jahr) hat Henkel 2020 mit 33 Eurocent gefördert. Im Rahmen dieses Programms haben 2020 rund 12.400 Mitarbeiter in 58 Ländern Henkel-Vorzugsaktien erworben. Zum Jahresende hielten insgesamt etwa 17.500 Mitarbeiter rund

2,7 Millionen Stück und damit 1,5 Prozent der Vorzugsaktien in den Programmdepots. Die Haltefrist für neu erworbene Aktien beträgt drei Jahre.

Die Entwicklung eines Mitarbeiteraktiendepots bei einem monatlichen Investment von 100 Euro seit Januar 2011



Unser Beitrag zur sozialen Absicherung und Zusatzleistungen bei Henkel

Unsere Mitarbeiter profitieren weltweit von einem hohen Maß an sozialer Absicherung durch Henkel. In vielen Ländern, in denen kein staatliches Sozialsystem besteht oder dieses lediglich eine elementare Grundversorgung gewährleisten kann, ergänzen wir die staatlichen

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Leistungen durch eigene Maßnahmen und Initiativen. In den USA zum Beispiel sichern wir unsere Mitarbeiter nahezu vollständig mit einer privaten Krankenversicherung ab. Darüber hinaus bietet Henkel in vielen Ländern, in denen dies marktüblich ist, Leistungen zur betrieblichen Altersversorgung an.

Wir wollen unsere Mitarbeiter dazu anregen, mehr über ihre → **Gesundheit** nachzudenken und frühzeitig etwas zu tun, indem wir ihnen Zugang zu optimaler Prävention ermöglichen. In Deutschland bietet Henkel gemeinsam mit der Allianz Versicherungsgruppe seit 2017 allen Mitarbeitern an, ausgewählte Vorsorgeuntersuchungen als Privatpatient, bei freier Arztwahl und ohne finanzielle Eigenleistung wahrzunehmen. Im Jahr 2019 haben wir das bestehende Angebot an sozialen Leistungen um die betriebliche Pflegezusatzversicherung „Henkel CareFlex“ erweitert, die gemeinsam mit der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie entwickelt wurde. Henkel bietet so allen rund 9.000 Mitarbeitern und Auszubildenden in Deutschland eine Basisabsicherung für die ambulante, stationäre und teilstationäre Pflege. Diese erfolgt ohne Gesundheitsprüfung und Wartezeit. Zusätzlich zu der Basisabsicherung können Mitarbeiter die Pflegezusatzversicherung individuell aufstocken und auch Familienangehörige wie Lebenspartner, Kinder, Eltern oder Schwiegereltern mitversichern.

🚲 „**Mein Henkel Rad**“ ist ein weiterer Baustein in dem umfangreichen Angebot an Zusatzleistungen. Alle Mitarbeiter der deutschen Standorte mit einem unbefristeten Arbeitsvertrag können bis zu zwei Fahrräder im Rahmen einer Entgeltumwandlung zu attraktiven Konditionen leasen. Henkel arbeitet hierzu mit dem Anbieter mein-dienstrad.de zusammen. Das Angebot umfasst auch eine Vollkaskoversicherung

sowie ein Full-Service-Paket mit Wartung und Reparatur, für das Henkel die Kosten übernimmt. Neben den neuen Dienstfahrrädern fördert Henkel auch Car-Sharing in Zusammenarbeit mit Share Now sowie ein Ticket für den öffentlichen Nahverkehr.



Mein Henkel Rad

Um eine umweltverträgliche Mobilität zu fördern und einen Beitrag zur Gesundheit der Mitarbeiter zu leisten, hat Henkel im Juni 2019 seine Sozialleistungen um „Mein Henkel Rad“ erweitert. Dieses Angebot hat großen Zuspruch erfahren. Ende 2020 waren bereits mehr als 1.200 Räder übergeben worden.

Im Jahr 2020 haben wir die sogenannte „Total Rewards App“ entwickelt, die für unsere Mitarbeiter in Deutschland alle Arbeitgeberleistungen wie Gehalt und Sozialversicherungsbeiträge, aber auch ihre monatlich arbeitgebergeförderten Zusatzleistungen zusammenführt. Mithilfe der App können die Mitarbeiter ihren individuellen Versorgungsbedarf, beispielsweise im Fall von Berufsunfähigkeit, Alter oder Pflege, ermitteln, aber auch ihre Lebenshaltungskosten und finanzielle Grundrisiken, wie Versicherung von Haus- und Nutztiere, darstellen. Die vom Institut für Vorsorge und Finanzplanung fachlich geprüfte und zertifizierte App bietet so Transparenz über den individuellen Absicherungsstatus und eventuellen Handlungsbedarf.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wie wir Vielfalt und Inklusion leben

Für Henkel ist Vielfalt und Inklusion (Diversity & Inclusion) von strategischer Bedeutung und fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Wir sind davon überzeugt, dass eine vielfältige Belegschaft sowie eine offene und wertschätzende Unternehmenskultur wichtige Erfolgsfaktoren in einer globalisierten Welt sind. Verschiedene Perspektiven, Kulturen und Denkweisen ermöglichen es uns, den Anforderungen und Bedürfnissen unserer Märkte und Kunden in Hinblick auf Wissen, Kenntnisse und kulturelle Hintergründe gerecht zu werden. Mit zahlreichen Programmen und Trainings stärken wir das Verständnis sowie die Wertschätzung für Vielfalt und fördern so eine inklusive Unternehmenskultur. Zusätzlich tragen unsere → **flexiblen Arbeitsmodelle** dazu bei, dass unsere Mitarbeiter in verschiedenen Lebensphasen ihre Arbeitskraft bestmöglich einsetzen können.

Unser Engagement für Diversität wurde in den letzten Jahren mehrfach honoriert. So belegte Henkel in dem im März 2020 erschienenen BCG Gender Diversity Index 2019 Platz zwei in der Kategorie der DAX-30-Unternehmen. Im Herbst 2020 wurden wir als eines der führenden europäischen Unternehmen im Bereich Diversity von Statista und der „Financial Times“ ausgezeichnet. Henkel belegte dabei in der Kategorie Verpackungsindustrie den dritten Platz.

Im Rahmen der Initiative des ERT (European Round Table for Industry) haben wir 2018 gemeinsam mit 53 Wirtschaftsführern ein Versprechen zur Förderung von Vielfalt und Integration unterzeichnet. Im Jahr 2019 ist Henkel der Initiative „Business for Inclusive Growth“ (B4IG) beigetreten. Die globale Unternehmenskoalition für inklusives Wachstum wird von der OECD getragen und zielt darauf ab, das

Engagement privater Unternehmen zu bündeln und zu verstärken, um Ungleichheit abzubauen, die im Zusammenhang mit Chancen, Geschlecht und Regionen steht.

Unser Verständnis von Diversity & Inclusion

Diversität steht bei Henkel für die Vielfalt an Talenten, Einstellungen, Perspektiven, Stärken, Fähigkeiten und Eigenschaften unserer Mitarbeiter und Geschäftspartner, die uns einzigartig machen und zu Kreativität, Innovation und Geschäftserfolg beitragen. Die individuellen Unterschiede in unserem Unternehmen machen uns stark und erfolgreich – sowohl sichtbare Unterschiede wie Geschlecht als auch unsichtbare Unterschiede wie Erfahrung, Werte, Bildung, sexuelle Orientierung, Herkunft oder religiöser Hintergrund. Nur wenn wir alle Aspekte der Vielfalt respektieren, schätzen und fördern, stellen wir eine inklusive Unternehmenskultur sicher. Wir wollen ein integratives Arbeitsumfeld schaffen, in dem jeder Mitarbeiter wertgeschätzt wird und individuelle Leistungen anerkannt werden. Es ist gleichzeitig unser Selbstverständnis, dass wir unsere Stellen ausschließlich nach Kompetenz, Potenzial und Leistung besetzen. Weder bei der Einstellung neuer Mitarbeiter noch im alltäglichen Umgang miteinander dulden wir diskriminierendes Verhalten. Mit unserer globalen Richtlinie „Global Diversity & Inclusion“ haben wir uns verpflichtet, Vielfalt und das dazugehörige wertschätzende Verhalten bei Henkel weiter zu stärken.

Wie in den vergangenen Jahren, fanden an unseren Standorten in verschiedenen Regionen auch über das Berichtsjahr verteilt Aktionen zu Diversity & Inclusion-Themen statt. So wurde in Polen an unserem

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Standort Warschau zu Beginn des Jahres zum sechsten Mal in Folge ein Diversity-Kongress unter dem Motto „Fixing tomorrow with diversity“ mit internen und externen Rednern und Diskussionsteilnehmern abgehalten. Insgesamt gab es mehr als 150 Teilnehmer. Im Sommer fand ein „Women’s Leadership Talk“ für unsere Mitarbeiter des asiatisch-pazifischen Raumes statt, bei dem die Teilnehmer die Möglichkeit hatten, entweder vor Ort am Standort Shanghai oder per Live-Übertragung teilzunehmen. An unserem Standort in Düsseldorf haben wir den „Deutschen Diversity Tag“ zum Anlass genommen, das Bewusstsein aller Mitarbeiter rund um das Thema Vielfalt weiter zu schärfen. Neben der Möglichkeit, sich bei einem Online-Spiel auf spielerische Weise mit dem Thema auseinanderzusetzen, wurde der Tag mit einer Paneldiskussion gefeiert, die deutschlandweit übertragen wurde.



Deutscher Diversity Tag

Sylvie Nicol – Mitglied des Vorstands und zuständig für den Unternehmensbereich Personal / Infrastruktur-Services (2. von links) – diskutierte am „Deutschen Diversity Tag“ mit Teilnehmern darüber, wie Diversität die unternehmensstrategische Agenda „Purposeful Growth“ vorantreibt und welche Rolle die Unternehmenskultur und -werte dabei spielen.

Austausch in Diversity-Netzwerken

Im Jahr 2020 hat Henkel ein globales Diversity-Netzwerk etabliert, das eng mit unserem Corporate Diversity- und Inclusion-Team zusammenarbeitet. Dieses Netzwerk besteht aus ausgewählten leitenden Angestellten, sogenannten „Diversity Change Leaders“, die in ihren Geschäftsbereichen, Funktionen und Regionen eigene Schwerpunkte setzen und gezielt Veränderungen anstoßen, um Vielfalt in ihren Verantwortungsbereichen weiter auszubauen.

Wir ermutigen unsere Mitarbeiter, Netzwerke zu bilden. Derzeit gibt es fast 30 Diversity-Mitarbeiternetzwerke weltweit zu verschiedenen Themen wie Gender, Herkunft oder sexuelle Orientierung. Sie sind ein wichtiger und willkommener Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Innerhalb der Netzwerke bekommen die Mitarbeiter Mitgestaltungsfreiheit in ihren Interessenbereichen. So hat die „Henkel Black Alliance“ – eine Mitarbeitergruppe, die sich dafür einsetzt, die afroamerikanische Gemeinschaft innerhalb von Henkel zu stärken – 2020 eine Sammlung von Videomaterialien erstellt. Diese sollen über ethnische Vielfalt und Diskriminierung, unbewusste Voreingenommenheit oder die „Black Lives Matter“-Bewegung aufklären. Unsere Netzwerke sind unternehmensbereichs- und funktionsübergreifend. Sie bieten eine Plattform, um Meinungen und Erfahrungen auszutauschen, Beratung und Mentoring anzubieten oder Kontakte zu knüpfen.

Unsere Diversity-Dimensionen

Bei Henkel verfolgen wir einen ganzheitlichen Diversity & Inclusion-Ansatz, der individuelle persönliche Merkmale sowie Erfahrungen, Kenntnisse und Fähigkeiten umfasst. Wir fördern die Vielfalt in allen relevanten Dimensionen, um das volle Potenzial unserer Mitarbeiter auszuschöpfen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

- Gender:** Wir haben das Ziel, den Frauenanteil im Unternehmen auf allen Ebenen kontinuierlich zu erhöhen. Entscheidend dafür ist, dass wir die notwendigen Rahmenbedingungen schaffen, die es unseren Mitarbeitern ermöglichen, ihre Karriere mit ihrer persönlichen Lebensplanung zu vereinbaren. Der Anteil von Frauen in Führungspositionen lag im Jahr 2020 bei rund 37 Prozent. In unseren Unternehmensbereichen und Funktionen gibt es weltweit verschiedene Förderprogramme für Frauen. Im Unternehmensbereich Beauty Care wurde beispielsweise ein globales, internes Netzwerk mit dem Titel „RISE“ geschaffen, das ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis in Führungspositionen fördern soll. Frauen können im Rahmen des Netzwerks an einem strukturierten einjährigen, virtuellen Mentorenprogramm teilnehmen, das ihnen die Möglichkeit bietet, sich auszutauschen und von erfahreneren Führungskräften beraten zu lassen. Auch regelmäßige Webinare mit internen und externen Experten sind Bestandteil von „RISE“. Ziel des Programms „Women into Science and Engineering“ des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies ist es, Frauen in verschiedenen Führungsebenen mit Führungskräften im Technologie- und Ingenieursektor weltweit zu verbinden, um den Austausch von Fähigkeiten und Wissen zu ermöglichen. Auch außerhalb unseres eigenen Unternehmens adressieren wir die Unterrepräsentation von Frauen in technischen Berufen und treiben die Geschlechtervielfalt in der Gründungs- und Technologiebranche voran. Hierfür hat unsere Digitaleinheit und Plattform für offene Innovation und Zusammenarbeit, Henkel dx Ventures, 2020 zum zweiten Mal den  **Xathon** ausgerichtet, einen Ideen-Hackathon für mehr als 70 Gründerinnen. Ziel der Veranstaltung war es, weibliche Talente in der Weiterentwicklung ihrer Ideen und unternehmerischen Denkweise zu fördern.



Ideen-Hackathon für Gründerinnen

Im Rahmen des Xathons entwickelten die Teilnehmerinnen Geschäftsideen für verschiedene Bereiche, wie Künstliche Intelligenz, FemTech oder nachhaltige Innovationen.

- Kulturen:** Internationale Mitarbeiter mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen sind in einem global agierenden Unternehmen wie Henkel sehr wichtig, um ein entsprechendes Marktverständnis zu schaffen. Um den Herausforderungen gemischter Teams begegnen zu können, bieten wir interkulturelle Trainings und Workshops an. Ziel dieser Angebote ist es, ein erhöhtes Bewusstsein für unterschiedliche Wertesysteme und deren Einfluss auf das tägliche Handeln zu schaffen. Außerdem fördert Henkel internationale Einsätze in der beruflichen Laufbahn. Die hierbei gesammelten Erfahrungen eröffnen neue Denkweisen und Perspektiven. Mit Mitarbeitern aus insgesamt 125 Nationen ist kulturelle Vielfalt bei Henkel gelebter Unternehmensalltag. Allein



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

in der Konzernzentrale in Düsseldorf arbeiten Mitarbeiter aus 73 verschiedenen Nationen.

- **Mindset:** „Mindset Diversity“ bedeutet, unterschiedliche Denkweisen, Perspektiven und Meinungen anzunehmen und zu schätzen. Wir sind davon überzeugt, dass dies zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil führt, da so bessere Entscheidungen und erfolgreiche Innovationen ermöglicht werden, die zu einer besseren Unternehmensleistung führen. Deshalb ermutigen wir unsere Mitarbeiter, ihre Gedanken und Meinungen offen zu teilen, und streben danach, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sich jeder sicher fühlt, seine Meinung offen zu äußern. Als Teil des „Pulse Checks“ für Neueinsteiger beurteilen wir, wie die verschiedenen Meinungen in der Organisation bewertet werden. Dies gibt uns die Möglichkeit, den Fortschritt kontinuierlich zu überwachen, um Verbesserungspotenziale zu identifizieren und neue Initiativen zu entwickeln.
- **Lebensphasen:** Ausbildung, Karrierewege und soziale Beziehungen prägen unsere Mitarbeiter in ihren unterschiedlichen Lebensphasen. Die daraus entstehenden Aktivitäten und Verpflichtungen stellen sie vor die Herausforderung, Lebens- und Arbeitswelt sinnvoll zu verbinden. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter, indem wir → **flexible Arbeitsmodelle** anbieten. Dazu gehören unter anderem mobiles Arbeiten, Teilzeit und flexible Arbeitszeiten, Jobsharing/Tandems oder Sabbaticals. Darüber hinaus helfen wir Familien tatkräftig bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, beispielsweise durch das Angebot unsererer → **Sozialen Dienste**, wenn Mitarbeiter Verantwortung für pflegebedürftige Verwandte übernehmen oder Unterstützung bei der Kinderbetreuung suchen.

Am Standort in Düsseldorf gibt es 240 Betreuungsplätze in drei Betriebskindergärten. Im slowakischen Betriebskindergarten in Bratislava bietet Henkel Betreuungsplätze für 75 Kinder.

In Deutschland ist Henkel Partner der Initiative  „Erfolgsfaktor Familie“. Mit dem Programm setzt sich das Bundesfamilienministerium zusammen mit den Spitzenverbänden der deutschen Wirtschaft und dem Deutschen Gewerkschaftsbund (DGB) für mehr Familienfreundlichkeit in der deutschen Wirtschaft ein.

- **Menschen mit Behinderung:** Bei Henkel fördern wir eine integrative Kultur, die den Fokus auf die Fähigkeiten und individuellen Talente von Menschen mit Behinderung legt. Über gezielte Programme, auch in unseren Wachstumsmärkten, wollen wir gleiche Chancen für alle ermöglichen und achten dabei auf individuelle Stärken und nicht auf Einschränkungen.

Unser Global Business Solutions Center (ehemals Shared Service Center) in Manila, Philippinen, hat beispielsweise bereits seit 2016 ein Integrationsprogramm für Menschen mit Behinderungen etabliert. Das Programm verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz bei der Identifizierung, Rekrutierung, Einstellung und Integration von Menschen mit Behinderungen und der Suche nach passenden Beschäftigungsmöglichkeiten für sie.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)**
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)

Altersteilzeit bei Henkel

Mit drei verschiedenen Altersteilzeitmodellen wollen wir den demografischen Wandel bei Henkel aktiv mitgestalten. Sie richten sich an Schichtmitarbeiter, Spezialisten und Mitarbeiter in Betrieben, Laboren und Verwaltung. Je nach Altersteilzeitmodell ermöglichen wir unseren Mitarbeitern an allen deutschen Standorten einen um bis zu sechs Jahre früheren Ausstieg aus dem Arbeitsleben. Das ist besonders für Mitarbeiter im belastenden Schichtdienst eine große Unterstützung. Gleichzeitig fördern wir die zielgerichtete Aus- und Weiterbildung von qualifiziertem Nachwuchs, indem die Auszubildenden von den erfahrenen Kollegen in Altersteilzeit direkt auf einen konkreten Arbeitsplatz vorbereitet werden. Auf diese Weise bleibt das langjährige Wissen im Unternehmen erhalten und wird die Zukunftsfähigkeit von Henkel gestärkt.

- **Generationen:** Grundsätzlich fördern wir über alle Generationen hinweg → **lebenslanges Lernen** durch individuelle Weiterbildungsmaßnahmen. Ganz konkret nutzen wir Mentoring und Mitarbeiternetzwerke in unterschiedlichen Unternehmensbereichen und Ländern, um den Wissenstransfer und einen Perspektivwechsel zwischen erfahrenen und weniger erfahrenen Mitarbeitern zu fördern. Darüber hinaus bieten wir für unsere Mitarbeiter umfangreiche Programme zur → **Erhaltung der Gesundheit** an.
- **LGBTQ+:** Henkel ist bestrebt, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das allen Menschen unabhängig von ihrer sexuellen Orientierung oder Identität offensteht. Wir haben LGBTQ+-Netzwerke in mehreren Ländern und schaffen mit verschiedenen Veranstaltungen und Aktivitäten Bewusstsein für das Thema. „LGBTQ+“ ist eine aus dem

englischen Sprachraum stammende Abkürzung für: Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer und weitere sexuelle Orientierungen. Während des sogenannten „Pride Month“ haben wir im Juni 2020 mit der Regenbogenflagge hinter unserem Unternehmenslogo auf den globalen Social-Media-Kanälen unsere Solidarität mit der LGBTQ+-Community ausgedrückt. Unsere Beauty Care-Marke got2b hat darüber hinaus eine limitierte  „Pride Edition“ von zwei got2b-Produkten auf den Markt gebracht. 10.000 Euro der Erlöse aus diesen Sondereditionen wurden an die Trans*beratung Düsseldorf gespendet, die professionelle psychosoziale und sozialrechtliche Beratung zu allen Fragen der Trans*geschlechtlichkeit und geschlechtlicher Identität bietet.



Spende an die Trans*beratung Düsseldorf
 Von links nach rechts: Nicola Surholt (Head of PR Henkel Beauty Care), Riccardo Simonetti (Content Creator), Lena Klatt (Trans*beratung Düsseldorf) und Peter von der Forst (Geschäftsführer der Trans*beratung) bei der Scheckübergabe an die Trans*beratung Düsseldorf.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Offene Kommunikation und vertrauensvolle Zusammenarbeit

Unsere Mitarbeiter sind unser größtes Kapital – dies ist tief in unserer Strategie und in unseren Werten verankert. Insbesondere in einer zunehmend herausfordernden Welt benötigen Unternehmen ein solides Fundament, aber auch Flexibilität, um schnell auf ein sich veränderndes Umfeld reagieren zu können. Die Grundlage für eine erfolgreiche Führungskultur ist ein Umfeld des Vertrauens, das Ideen und Innovationen gegenüber aufgeschlossen ist und zu Entscheidungen befähigt. Mit der Einführung der neuen Leadership Commitments Anfang 2019 haben wir bereits begonnen, die Art und Weise unserer täglichen Zusammenarbeit zu verändern. Unser Ziel ist es, eine Unternehmenskultur zu etablieren, in der Mitarbeiter Unternehmergeist und Eigeninitiative zeigen, proaktiv mitdenken, Teamgeist leben und Verantwortung übernehmen – ganz gleich, ob sie ein Team leiten oder nicht. 2020 haben wir eine neue Leadership Commitments-Kommunikationsplattform eingerichtet. Mit klarem Fokus auf Zusammenarbeit und einem neuen Angebot an Workshop-, Lern- und Reflexionselementen unterstützen wir durch sie aktiv und nachhaltig den kulturellen Wandel bei Henkel und machen diesen allen Mitarbeitern zugänglich. Ziel ist es, hierdurch die Leadership Commitments zu unserer kulturellen Norm werden zu lassen.

Unsere Leadership Commitments bieten die Möglichkeit, unsere Unternehmenskultur zu hinterfragen und weiter zu verbessern. Um ein klares Bild von dem Status quo zu erhalten sowie Stärken und Verbesserungspotenziale zu identifizieren, haben wir zudem eine umfassende Mitarbeiterbefragung durchgeführt, den sogenannten „Organizational Health Index“ (OHI). Rund 10.000 Mitarbeiter welt-

weit wurden zu dieser anonymen Umfrage eingeladen, um offenes und ehrliches Feedback zu geben. Basierend auf den Ergebnissen, die insgesamt einen guten Gesamtwert für die Unternehmensgesundheit von Henkel zeigen, haben wir klare Handlungsfelder und nächste Schritte für das Jahr 2021 definiert.



Unser Ziel ist es, die Leadership Commitments tief in unserer Arbeitswelt zu verankern und erfolgreich nach ihnen zu handeln.

Unsere Führungskultur

Wir haben den Anspruch, mit unseren Mitarbeitern und ihren Vertretern offen zu kommunizieren und einen konstruktiven Dialog zu führen. Das Ziel ist, sie frühzeitig über wichtige Themen zu informieren und einzubinden. Auf diese Weise sind wir in der Lage, Herausforde-



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

rungen und Umbrüche in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik erfolgreich anzunehmen, um wettbewerbs- und zukunftsfähig zu bleiben.

Unseren Führungskräften kommt eine besondere Bedeutung im Mitarbeiterdialog zu, da sie unsere Werte und Unternehmenskultur in der Belegschaft verankern. Ein wertschätzender Führungsstil, bei dem die Fähigkeiten und Ansichten jedes Mitarbeiters berücksichtigt werden, ist uns wichtig. So wollen wir eine Kultur schaffen, in der jeder eine Stimme hat und weiß, dass diese Stimme geschätzt und respektiert wird. Auf persönliches Feedback für unsere Mitarbeiter legen wir im Rahmen der aktiven Feedbackkultur besonderen Wert. Dazu gehören → **Beurteilungs- und Entwicklungsgespräche** sowie Feedback in der täglichen Arbeit. Dies wird durch regelmäßige Teammeetings, Belegschaftsversammlungen und unsere → **digitalen Kommunikationskanäle** ergänzt.

Zentrale Rolle unserer Mitarbeitervertreter

Unsere verschiedenen Arbeitnehnergremien nehmen eine zentrale Rolle ein. Ein intensiver Austausch und Beratungen mit der Geschäftsführung finden sowohl auf der betrieblichen Ebene, beispielsweise mit den lokalen Betriebsräten, als auch überbetrieblich mit der Gewerkschaft statt. Wir informieren unsere Mitarbeitervertreter regelmäßig, zeitnah und so detailliert wie möglich, zum Beispiel über die Strategie unseres Unternehmens. In Ländern, in denen keine betrieblichen Vertretungen vorgesehen oder etabliert sind, gewährleistet der soziale Dialog mit der jeweiligen Geschäftsleitung als freiwilliges und informelles Instrument den engen Austausch. Auf diese Weise können wir die Kommunikation mit unseren Mitarbeitern verbessern, deren Perspektiven frühzeitig einbeziehen und gemeinsam Zukunftsthemen gestalten. Das hilft Henkel, Interessenkonflikte zu vermeiden, und stärkt die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen.

Die Mitarbeitervertretung spielt in Europa eine besondere Rolle. So hat Henkel im Jahr 1995 als eines der ersten deutschen Unternehmen auf freiwilliger Basis das Europäische Arbeitnehnergremium (EAG) geschaffen, um die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Führungskräften und Arbeitnehmervertretern auf europäischer Ebene fortzusetzen. Im EAG informiert Henkel die Vertreter aus seinen europäischen Unternehmen beispielsweise über die wirtschaftliche Lage, über grenzüberschreitende Initiativen des Unternehmens wie Restrukturierungsprogramme oder Reorganisationen, über Sicherheit, Gesundheit und Umwelt oder über Schulungs- und Entwicklungsprogramme.

In Deutschland werden bei mitbestimmungspflichtigen Entscheidungen und in vielen Fällen auch darüber hinaus die Arbeitnehmervertretungen eingebunden. Ergebnisse dieser jahrzehntelangen offenen und konstruktiven Zusammenarbeit zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmervertretung sind zum Beispiel eine bessere → **Vereinbarkeit von Familie und Beruf**, Arbeitszeiten, → **Unfallverhütung und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz**, → **betriebliche Altersversorgung und Altersvorsorge** bis hin zur Gesundheitsprävention. In der engen Zusammenarbeit zwischen Henkel und dem Betriebsrat geht es uns darum, die Menschen zu begleiten und zu unterstützen, die hinter dem Erfolg von Henkel stehen, um gemeinsam neue Herausforderungen erfolgreich zu meistern.

Umgang mit strukturellen Veränderungen

Der Erhalt von Arbeitsplätzen und der verantwortungsvolle Umgang mit notwendigen strukturellen Veränderungen sind uns wichtig. Um die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu gewährleisten, passen wir unsere Strukturen kontinuierlich an die Marktgegebenheiten an. Sofern Arbeitsplätze hiervon betroffen sind, treten wir mit den



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Mitarbeitervertretungen in einen lösungsorientierten Dialog, bevor Maßnahmen getroffen werden. Selbstverständlich beachten wir dabei die geltenden Mitbestimmungsgesetze und wenden je nach Maßnahme die vorgeschriebenen Verfahren an. Bislang haben wir auf diesem Weg notwendige Restrukturierungen mit sozialverträglichen Lösungen und in fairen Interessenausgleichen regeln können. Die Maßnahmen reichen dabei von speziellen Altersteilzeitmodellen und vorzeitigen Pensionierungen bis hin zur Unterstützung bei der beruflichen Qualifizierung und Neuorientierung.

Wie wir außerordentlichen Herausforderungen begegnet sind

Während der globalen Ausbreitung der COVID-19-Pandemie hat sich die vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen der Unternehmensleitung, unserer HR-Organisation, den Krisenteams und den Gremien der betrieblichen Mitbestimmung als wichtige Unterstützung bei der schnellen und zielgerichteten Gestaltung von Präventionsmaßnahmen an unseren Standorten bewährt. Jederzeit war es uns gemeinsam möglich, erforderliche Schutzmaßnahmen kurzfristig umzusetzen. In dem gemeinsamen Bestreben, die Arbeitsplätze und Profitabilität von Henkel zu sichern, wurden zudem weitere Möglichkeiten zur Flexibilisierung und Anpassung der Arbeitsbedingungen an die COVID-19-Rahmenbedingungen schnell und einvernehmlich umgesetzt.

Wie wir die Gesundheit unserer Mitarbeiter fördern

Wir stärken die Gesundheit und Vitalität unserer Mitarbeiter als Basis für eine agile und leistungsfähige Organisation. Dazu setzen wir auf weltweit einheitliche Standards zum Gesundheitsschutz und bieten gezielte Gesundheitsförderungs- und Vorsorgeprogramme an.

Auf diese Weise beugen wir arbeitsplatzbedingten und allgemeinen Gesundheitsrisiken vor, die zu Erkrankungen führen können. Unser breites Gesundheitsangebot an den Standorten adressiert sowohl die Förderung der physischen Gesundheit unserer Mitarbeiter, beispielsweise über Nichtraucher-Seminare, → **Vorsorgeuntersuchungen** und Aids-Prävention, als auch den Erhalt ihrer mentalen Vitalität, zum Beispiel durch Stressmanagement. Wichtige gesellschaftliche Trends wie den demografischen Wandel nehmen wir erfolgreich mit unserem Programm zum Erhalt der Arbeitsfähigkeit auf. Neben einer Vielzahl von regionalen und lokalen Programmen planen wir seit 2016 weltweit mit allen Standorten jedes Jahr eine große gemeinsame Gesundheitskampagne. Henkel hat sich zum Ziel gesetzt, mit jeder globalen Gesundheitskampagne im Umsetzungsjahr mehr als 90 Prozent der Mitarbeiter weltweit zu erreichen.

Unser globales Gesundheitsmanagement

Maßnahmen zum Erhalt und zur Förderung der Gesundheit unserer Mitarbeiter haben bei Henkel eine lange Tradition und einen ganz besonderen Stellenwert. Was vor 110 Jahren mit einer Krankenstube für die Mitarbeiter anfang, hat sich zu einem professionellen, globalen Gesundheitsmanagement entwickelt. Das betriebliche Gesundheitsmanagement von Henkel in Düsseldorf wurde im Jahr 2018 erstmalig in einem umfangreichen ganztägigen Audit geprüft und bekam beste Leistungen in allen Prüfungsfeldern bescheinigt.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)**
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)



Erste Krankenstube

Bereits seit 1910 kümmern sich Krankenschwestern um die Gesundheit der Mitarbeiter in der werkseigenen „Krankenstube“ als medizinischer Versorgungseinrichtung. Im Juli 1940 nahm dann offiziell der Werksärztliche Dienst seine Arbeit mit drei angestellten Betriebsärzten auf.

Um an allen Standorten eine ganzheitliche Gesundheitsversorgung sicherzustellen, arbeiten wir kontinuierlich an der Etablierung einheitlicher Grundsätze. Diese umfassen die Verfügbarkeit von Ersthelfern, die Durchführung medizinischer Notfallübungen, das Angebot einer Gripeschutzimpfung, die Teilnahme an der globalen Gesundheitsaktion sowie die Durchführung arbeitsmedizinischer Vorsorgeuntersuchungen. Ein wichtiger Schritt war 2014 die Einführung von globalen Kennzahlen zum Gesundheitsschutz, die wir 2019 aktualisiert und erweitert haben. Diese Kennzahlen werden von allen Henkel-Standorten weltweit jährlich berichtet. Zusätzlich berichten die Standorte Berufskrankheiten, sobald diese offiziell behördlich bestätigt wurden.

Die 2015 eingeführte „Health Procedure“ beschreibt globale Mindeststandards zu Gesundheitsschutz und Gesundheitsförderung. Bei der Umsetzung der internen Richtlinien, Programme und gesetzlichen Vorgaben unterstützen regionale Manager für Gesundheit, Arbeitsschutz und Sicherheit die Standorte als erste Ansprechpartner und im Rahmen regelmäßiger Besuche und Trainings. In mehreren Regio-

nen stehen zusätzlich lokal beschäftigte Ärzte als Gesundheitsmanager mit ihrem fachlichen Wissen und ihrer Kenntnis lokaler Gegebenheiten den Mitarbeitern in der jeweiligen Landessprache zur Seite. Abhängig von lokalen Anforderungen setzen unsere Standorte bei der Programmgestaltung unterschiedliche Schwerpunkte.



Als Bekenntnis zu seiner umfassenden Vorsorgephilosophie trat Henkel bereits im März 2002 dem betrieblichen Netzwerk „Unternehmen für Gesundheit“ bei. In diesem Zusammenhang unterzeichnete Henkel die „Luxemburger Erklärung zur Gesundheitsförderung in der Europäischen Union“.

Um das betriebliche Gesundheitsmanagement kontinuierlich zu verbessern, finden jährlich ein Erfahrungsaustausch zwischen den Werksärzten aller deutschen Henkel-Standorte sowie mehrmals jährliche Austausche mit den globalen Arbeitsschützern und den regional zuständigen Gesundheits- und Sicherheitsmanagern statt. Die globale Leitung des Gesundheitsmanagements in Düsseldorf steht in wöchentlichem Kontakt mit Kollegen in den Regionen. Wesentliche Erkenntnisse werden den Standorten weltweit zur Verfügung gestellt. Durch eine jährliche Abfrage aller Henkel-Standorte zu den Gesundheitsangeboten und den lokalen Anforderungen bekommen wir regelmäßig einen Überblick über das weltweite Gesundheitsmanagement. Dies ist Grundlage für die globale und regionale Koordination sowie für die Planung der Standorte.



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

Wir fördern die mentale Gesundheit unserer Mitarbeiter

In unserer komplexer und dynamischer werdenden Welt mit ständig wachsenden Anforderungen und nicht zuletzt im Hinblick auf die sozialen Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie werden betriebliche Maßnahmen zur Erhaltung der mentalen Vitalität immer wichtiger. Hierzu bietet Henkel seinen Mitarbeitern Unterstützung an, zum Beispiel über Beratung zu den Themen Zeit-, Stress- und Konfliktmanagement sowie über Coaching als Präventiv-, Entwicklungs- und Bewältigungsangebot. Darüber hinaus gibt es maßgeschneiderte Versorgungsangebote zur frühzeitigen medizinischen Behandlung von Gesundheitsstörungen. Zudem ist es uns wichtig, unseren Führungskräften bewusst zu machen, dass sie eine Vorbildfunktion für ihre Mitarbeiter und Teams haben. In einem weltweit verfügbaren E-Learning für Führungskräfte vermitteln wir ihnen, wie sie zu mehr Motivation und einer besseren Arbeitsatmosphäre verbunden mit höheren Leistungen beitragen können – bei einer gleichzeitig geringeren Zahl von Krankheitsfällen.

An allen deutschen Standorten spielt das Angebot unserer Sozialen Dienste ebenfalls eine wichtige Rolle, um unsere Mitarbeiter in allen Lebenslagen professionell zu unterstützen. Es umfasst neben der psychosozialen Einzelfallberatung sowie einem betrieblichen Eingliederungsmanagement auch Unterstützung bei der → **Vereinbarkeit von Familie und Beruf**, zum Beispiel bei der Suche nach Kinder-

betreuung oder im Fall von pflegebedürftigen Angehörigen. Ende des Jahres 2018 haben wir am Standort Düsseldorf unser Angebot um ein Potenzialtraining erweitert, an dem seit Einführung bereits etwa 200 Mitarbeiter teilgenommen haben. Hierbei handelt es sich um ein präventives Gesundheitstraining mit Einzel- und Gruppeneinheiten, das für die Lebensbereiche Familie und Beruf gemeinsam mit der gesetzlichen Krankenkasse Barmer und der BAG-Selbsthilfe realisiert wurde. Seit 2020 ist das Angebot virtuell für alle Standorte in Deutschland, Österreich und der Schweiz verfügbar. Ziele sind die Stärkung der eigenen Persönlichkeit, das Sichtbarmachen vorhandener Ressourcen sowie das Erlernen hilfreicher Bewältigungsstrategien für den Umgang mit täglichen Herausforderungen in Beruf und Alltag. Für allgemeine Fragen rund um die COVID-19-Pandemie wurde im Jahr 2020 für Deutschland, Österreich und die Schweiz die Henkel-Helpline eingerichtet. Hier beantworten unsere Experten von den Sozialen Diensten und der AWO (Arbeiterwohlfahrt) Fragen rund um die Themen Wohlbefinden, Sozialrecht und Behörden sowie Familie und Beruf und vermitteln konkrete Bewältigungsangebote.

An anderen Standorten unterstützen externe Serviceangebote entsprechend den lokalen Anforderungen die Bedarfslagen der Mitarbeiter. Auch unsere Initiativen zur → **flexiblen Arbeitszeitgestaltung** sollen helfen, die Balance zwischen Arbeit und Privatleben zu verbessern und Stressfaktoren zu reduzieren.



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

Demografie und Arbeit 4.0: Programm zum Erhalt der Gesundheit und Arbeitsfähigkeit

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels stellt sich die Frage, was Henkel und seine Mitarbeiter tun können, um langfristig eine Beschäftigungsfähigkeit zu ermöglichen. Außerdem ergeben sich aus dem Wandel der Arbeitswelt durch Digitalisierung, Arbeitswelt 4.0 und Verlagerung zu kognitiv anspruchsvolleren Tätigkeiten neue Herausforderungen.

An unserem Hauptsitz in Düsseldorf haben wir im Jahr 2013 daher ein Demografie-Programm ins Leben gerufen. Das ganzheitliche Konzept beinhaltet eine Kombination aus arbeitsmedizinischer Vorsorge mit allgemeinem Gesundheits-Check, Workability Index und Mitarbeiterbefragung. 2019 wurde dieses Programm um das Verfahren „TOP Check 4 Health“ ergänzt. Hierbei analysieren Vorgesetzte und Mitarbeiter Arbeitsprozesse, die Arbeitsorganisation und -umgebung sowie Teamwork und Leadership systematisch und leiten bei Verbesserungsbedarf Maßnahmen ab. Diese umfassen auch individuelle Vorschläge und Angebote für die Verbesserung und Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit der teilnehmenden Mitarbeiter. Mit dem Ziel, einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess und die nachhaltige Integration von Maßnahmen in Arbeitssicherheitsprozesse zu erreichen, ist „TOP Check 4 Health“ als langfristiges Programm angelegt. Bis Ende des Jahres 2020 haben alle Unternehmensbereiche den Analyseprozess erstmalig durchlaufen.

COVID-19-Pandemie: Unser globales Krisenmanagement und Prävention

Die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner stehen bei Henkel an erster Stelle. Angesichts der Ausbreitung des Coronavirus wurde daher bereits im Februar 2020 das Henkel Crisis Management Committee (CSC) einberufen, das die globale Verantwortung für das Krisenmanagement rund um die COVID-19-Pandemie im Unternehmen trägt. Mithilfe eines klar

definierten Krisenmanagementprozesses werden auf globaler Ebene getroffene Entscheidungen zum Schutz unserer Mitarbeiter auf Länderebene und auf regionaler Ebene kaskadiert und umgesetzt, während gleichzeitig lokale Krisenstäbe zusätzliche Maßnahmen entsprechend den lokalen Anforderungen ergreifen. Über regelmäßige Rundschreiben zu neuen Vorgaben und Maßnahmen sowie Videobotschaften des Vorstands hinaus können sich unsere Mitarbeiter auf einer unternehmensinternen Homepage über alle relevanten Themen rund um COVID-19 informieren. Hier finden sie unter anderem umfassende Handlungshinweise für den Schutz am Arbeitsplatz und unterwegs, direkte Ansprechpartner für Hilfestellungen, weltweite Best Practices sowie häufig gestellte Fragen und Tipps zu Sicherheit und allgemeiner Hygiene.

Gesundheit digital erleben

Um unseren Mitarbeitern auch während der Einschränkungen der COVID-19-Pandemie Zugang zu unseren Gesundheits- und Präventionsangeboten zu ermöglichen, haben wir im Mai 2020 unseren sogenannten Health Hub ins Leben gerufen. Es handelt sich um eine virtuelle Plattform, die unsere Angebote im Bereich der physischen sowie psychischen Gesundheit und Sicherheit bündelt, neue digitale Formate ergänzt und unseren Mitarbeitern bei gesundheitlichen Themen noch bessere Unterstützung bietet. So besteht über den Health Hub beispielsweise die Möglichkeit, eine individuelle digitale Online-Sprechstunde zu vereinbaren, um den Arbeitsplatz zu Hause ergonomisch einzurichten. Neben Workouts on Demand finden unsere Mitarbeiter hier zudem die Verlinkung zu einer Online-Fitnessplattform für die kostenlose Teilnahme an Live-Sportevents.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere fünfte globale Gesundheitsaktion „Protect Your Life 2020“

Bereits im Jahr 2019 lag die Vorbeugung von Infektionskrankheiten im Fokus unserer jährlichen globalen Gesundheitskampagne. Unter dem Namen „Protect Your Life“ klärten unsere Werksärzte umfassend über Hygiene-Maßnahmen wie regelmäßiges Händewaschen und die Niesetikette auf, aber auch über vorbeugende Schutzmaßnahmen, insbesondere Impfungen. Aufgrund der weltweiten Ausbreitung von COVID-19 haben wir die Kampagne 2020 fortgeführt und das Hauptaugenmerk auf die Integration von Präventionsmaßnahmen in den Alltag unserer Mitarbeiter sowie auf die jährliche Gripeschutzimpfung gelegt. Hierfür wurde unter anderem ein neues Podcast-Format ins Leben gerufen, in dem der Werksärztliche Dienst über „Corona-Mythen“ oder Medikamente und Impfstoffe informiert, sowie ein E-Learning zu erforderlichen Abstands-, Sicherheits- und Hygienemaßnahmen entwickelt. Diese sowie weitere Informationen zu den Angeboten unserer Corporate Health Organisation wurden auf einer weltweit zugänglichen Plattform bereitgestellt und aktiv in alle Kanäle kommuniziert. Auf diese Weise konnten mit „Protect Your Life 2020“ mehr als 90 Prozent der Mitarbeiter erreicht werden.



Globale Gesundheitsaktion

Nach den ersten drei globalen Gesundheitsaktionen „Save a Life“, „Active Life“ und „4 for Life“ lag der Fokus der Gesundheitskampagne „Protect Your Life“ 2019 und 2020 auf der Vorbeugung von Infektionskrankheiten. Mit einem Geschenk für die Mitarbeiter hat das Team des Werksärztlichen Dienstes in Düsseldorf 2020 auf den Start der Gesundheitskampagne aufmerksam gemacht.

Höchste Priorität für Arbeitssicherheit

Das Jahr 2020 war von der COVID-19-Pandemie geprägt. Um unseren Beitrag zur Eindämmung des Coronavirus zu leisten und die Gesundheit unserer Mitarbeiter zu schützen, hat Henkel frühzeitig strenge Präventionsmaßnahmen eingeführt. So wurden Mitarbeiter, deren Aufgaben es ihnen erlauben, von zu Hause zu arbeiten, angehalten, dies bis auf Weiteres zu tun. Um die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf zu verbessern, wurde ihnen – wo umsetzbar – die Möglichkeit geboten, ihre Arbeitszeiten weiter zu flexibilisieren. Für Mitarbeiter, deren geschäftskritische Aufgaben ihre Anwesenheit an unseren Standorten notwendig machten, haben wir strenge Schutzmaßnahmen ergriffen, um eine sichere Arbeitsumgebung zu gewährleisten.



178

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

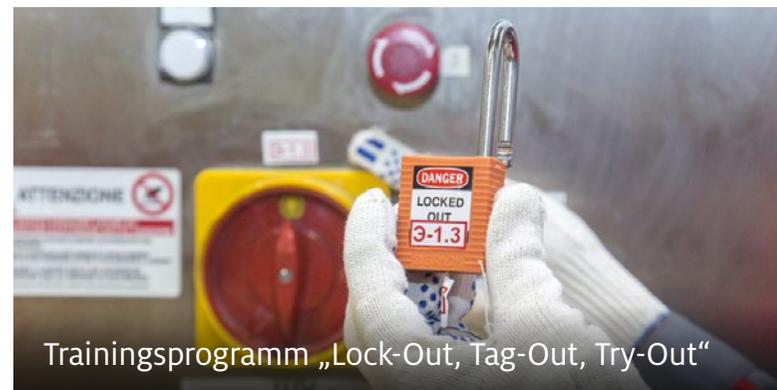
Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Dies beinhaltet unter anderem veränderte Arbeitsabläufe, Sicherheitsabstandsregelungen, persönliche Schutzausrüstungen oder die Bereitstellung von Handdesinfektionsmitteln.

Arbeitssicherheit innerhalb des Unternehmens und entlang der Wertschöpfungskette hat bei uns jedoch nicht erst seit der COVID-19-Pandemie höchste Priorität. An unserem langfristigen Ziel „Null Unfälle“ halten wir fest und wollen unsere Arbeitssicherheit bis Ende 2025 um 60 Prozent gegenüber 2010 verbessern. Dafür investieren wir in bewusstseinsfördernde Schulungen und die Erhöhung der technischen Sicherheit. Bis Ende 2020 wollten wir unsere weltweite Unfallrate um 40 Prozent im Vergleich zum Basisjahr 2010 senken. Diesen Meilenstein haben wir mit einer Verbesserung der Unfallrate um 50 Prozent pro eine Million Arbeitsstunden Ende des Jahres deutlich übererfüllt. Wir überprüfen regelmäßig, ob unsere **Standards für Sicherheit, Gesundheit und Umwelt (SHE)** strikt eingehalten werden, und engagieren uns auch dafür, die Arbeitssicherheit bei unseren Lohnherstellern sowie bei den an unseren Standorten tätigen Mitarbeitern externer Firmen zu verbessern.

Ein erhöhtes Sicherheitsbewusstsein ist für uns eine Grundvoraussetzung dafür, dass unsere Mitarbeiter Unfallrisiken in ihren Aufgaben erkennen und ausräumen können. Daher finden an allen Standorten regelmäßig Schulungen statt, um die Mitarbeiter zu sensibilisieren und zu sicherem Verhalten anzuleiten. Zunehmend nutzen wir dabei Synergien über unsere Unternehmensbereiche hinweg und erweitern die bereits in einzelnen Bereichen etablierten Programme auf das gesamte Unternehmen. Seit 2017 planen wir verstärkt unternehmensweite globale Sicherheitskampagnen, die gezielt noch mehr Bewusstsein für die wichtigsten Sicherheitsthemen schaffen sollen.



Trainingsprogramm „Lock-Out, Tag-Out, Try-Out“

Im Jahr 2020 wurde das Trainingsprogramm „Lock-Out, Tag-Out, Try-Out“ (auch bekannt als „LOTOTO“) mit Schulungen in lokaler Sprache und praktischen Übungen weltweit weiter fortgeführt. Es beschreibt ein Verfahren, um Maschinen und Anlagen vor Reparatur-, Reinigungs-, Wartungs- oder Instandhaltungsarbeiten nicht nur ab-, sondern komplett energiefrei zu schalten („lock out“), klar zu kennzeichnen („tag out“) und auf Energiefreiheit zu kontrollieren („try out“). Dadurch können an ihnen Wartungs- und Umrüstungsarbeiten risikolos durchgeführt werden. Der Unternehmensbereich Beauty Care rollte 2020 das Trainingsprogramm an neu akquirierten Standorten aus und setzte Schulungen in seinen anderen Werken fort. Laundry & Home Care führte während des Jahres in 30 Produktionsstätten Trainingsworkshops durch. Im Unternehmensbereich Adhesive Technologies wurden weltweit mehr als 9.000 Mitarbeiter in diesem Sicherheitsverfahren geschult, um das Risiko von Verletzungen durch gefährdende Energien auszuschließen.

Wie wir uns für Arbeitsschutz und -sicherheit einsetzen

Der Unternehmensbereich Adhesive Technologies konzentriert sich seit 2015 auf eine globale Ausweitung des „Culture-Based Safety (CBS)“-Programms. Das Kernelement ist der offene Dialog über sichere wie auch riskante Verhaltensweisen im Arbeitsalltag, um Vorfälle zu vermeiden. Der Fokus liegt hierbei auf der gegenseitigen Ermutigung zu sicherem Verhalten und auf konstruktivem Feedback bei Fehlverhalten.



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Nach der erfolgreichen Einführung des CBS-Programms haben wir uns 2020 besonders darauf konzentriert, die Qualität unserer Dialoge zu verbessern, und das lokale Management unserer Standorte gebeten, ihre Ergebnisse zu bewerten. Trotz der Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie wurden weltweit etwa 83.000 solcher Dialoge geführt – mit sehr positiven Ergebnissen: Die vom lokalen Standortmanagement mit „guter Qualität“ bewerteten Gespräche stiegen auf 70 Prozent. Die weitere Verbesserung der Anzahl und Qualität der Beobachtungen wird auch im Jahr 2021 Priorität bleiben. Für neue Mitarbeiter hat der Unternehmensbereich Adhesive Technologies darüber hinaus 2020 ein Sicherheits-E-Learning-Paket entwickelt.

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care setzte 2020 die Implementierung der standortübergreifenden „Safety 4 LIFE“-Kampagne fort, die dazu dient, das Bewusstsein der Mitarbeiter zum Thema Sicherheit zu erhöhen und so der Entstehung von Unfällen vorzubeugen. Neben einem Training, das grundlegende Sicherheitsregeln bezüglich Vorbildlichkeit, Informationsweitergabe an Zuständige, Intervention in Gefahrensituationen sowie Identifizierung von Sicherheitsrisiken vermittelt, war 2020 auch eine emotionale Plakataktion zur Sensibilisierung der Mitarbeiter für Unfälle Bestandteil der Kampagne.

Im Anschluss an mehrere im Jahr 2018 gestartete Technologie-Pilotprojekte zur Verbesserung der Arbeitssicherheit beim Einsatz von Gabelstaplern hat der Unternehmensbereich Laundry & Home Care 2020 einen Gabelstapler-Sicherheitsstandard entwickelt. Zudem wurde ein dreijähriges ganzheitliches Programm für den Verkehrsfluss von Gabelstaplern und Fußgängern ins Leben gerufen, bei dem die Verkehrsmuster und Sicherheitseinrichtungen an jedem Standort

überprüft werden. Diese Initiative wurde in der Logistik gestartet und wird 2021 für alle Logistik-Standorte von Laundry & Home Care in Angriff genommen, einschließlich intensiver Schulungen zur Umsetzung des Programms in den kommenden Jahren.

Auch an unseren Standorten des Unternehmensbereichs Beauty Care fanden zu verschiedenen Themengebieten im Bereich Gesundheit sowie Arbeitsschutz und -sicherheit eine Vielzahl von Trainings statt. Im Jahr 2020 wurde das „Behavioral Based Safety Walkarounds“-Programm (BBSWA) ins Leben gerufen, mit dem Ziel, alle Produktionsmitarbeiter als Sicherheitsbotschafter auszubilden. Mit Fokus auf verhaltensbasierter Sicherheit bedeutet dieses Training eine echte Chance für die Mitarbeiter, sich mit Problemlösungstechniken vertraut zu machen und zur Findung von Lösungen beizutragen. Darüber hinaus wurden unsere Werke in Maribor, Slowenien, Bogotá, Kolumbien, und Noginsk, Russland, 2020 erstmals nach der ISO-Norm 45001 zertifiziert. Die Einführung dieser Norm für Arbeits- und Gesundheitsschutz-Managementsysteme in unseren Werken ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Erreichung unseres Ziels „Null Unfälle“.

Status 2020

Im Jahr 2020 haben wir bei unseren Mitarbeitern 0,6 Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden erfasst. Das entspricht einer Verbesserung um 50 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2010.

Trotz unseres kontinuierlichen Engagements für Arbeitssicherheit kam es im Juli 2020 in unserem nigerianischen Werk in Ibadan zu einem Arbeitsunfall an einer Maschine, bei dem ein Mitarbeiter ums Leben kam. Henkel steht seitdem in ständigem Kontakt mit der Familie des Verstorbenen.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Gesellschaftliches Engagement

- Wie wir gesellschaftliches Engagement leben
- Förderung von ehrenamtlichem Mitarbeiterengagement
- Zusammenarbeit mit gesellschaftlichen Initiativen für mehr Chancengleichheit
- Engagement unserer Marken
- Unbürokratische Soforthilfe in Notsituationen

Gesellschaftliches Engagement

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wie wir gesellschaftliches Engagement leben

Freiwilliges gesellschaftliches Engagement – auch Corporate Citizenship genannt – ist seit der Firmengründung durch Fritz Henkel im Jahr 1876 ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur.

Dieses langfristige Bekenntnis des Unternehmens, sich über die Geschäftstätigkeit hinaus gesellschaftlich zu engagieren, zeigt sich besonders deutlich in der Gründung der Fritz Henkel Stiftung im Jahr 2011. Grundlage dieses Engagements sind die vier Säulen: ehrenamtliches Mitarbeiterengagement, gesellschaftliche Partnerschaften, Markenengagement und Nothilfe. Unser Ziel, bis 2020 im Rahmen dieses Engagements zehn Millionen Menschen zu erreichen, haben wir 2019 frühzeitig erreicht. Für 2025 haben wir uns das **→ Ziel** gesetzt, dazu beizutragen, das Leben von 20 Millionen Menschen weltweit zu verbessern.

Besonders wichtig sind uns die Bildung und die beruflichen Chancen junger Menschen. Mithilfe unserer Mitarbeiter und Initiativen setzen wir uns dafür ein, Bildungsangebote zu verbessern, zum Beispiel durch unsere Forscherwelt-Initiative, unser **→ Nachhaltigkeitsbotschafter-Programm** und unsere langjährige Kooperation mit **→ Teach First Deutschland**. Wie die Auswahl der Projekte erfolgt, ist im Corporate Standard „Donations, Memberships and Sponsorships“ festgelegt.

Im Jahr 2020 war es uns besonders wichtig, einen Beitrag zur Bekämpfung der COVID-19-Pandemie zu leisten. Dafür hat Henkel

im März seine Nothilfe ausgeweitet und ein **→ globales Solidaritätsprogramm** ins Leben gerufen und neben finanziellen Spenden auch Hygieneprodukte und Desinfektionsmittel zur Verfügung gestellt.

Unsere vier Säulen



Ehrenamtliches Mitarbeiterengagement

Durch unsere Initiative „Miteinander im Team“ unterstützen wir das freiwillige und ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter und Pensionäre.



Gesellschaftliche Partnerschaften

Im Rahmen unseres Unternehmensengagements fördern wir an Henkel-Standorten weltweit gesellschaftliche Initiativen und öffentliche Einrichtungen in sogenannten Social Partnerships – gesellschaftlichen Partnerschaften.



Markenengagement

Auch unsere Marken engagieren sich, in Anlehnung an unsere Nachhaltigkeitsstrategie, direkt weltweit für gesellschaftliche Initiativen und öffentliche Einrichtungen.



Nothilfe

Nach Naturkatastrophen reagiert Henkel schnell und unbürokratisch und bietet Soforthilfe in enger Zusammenarbeit mit der Fritz Henkel Stiftung an.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Förderung von ehrenamtlichem Mitarbeiterengagement

Seit Gründung der Initiative „MIT Ehrenamt“ („Miteinander im Team“) im Jahr 1998 haben wir die  **ehrenamtlichen Tätigkeiten** von Henkel-Mitarbeitern und -Pensionären in über 16.000 Projekten und mehr als 100 Ländern in aller Welt gefördert. Gleichzeitig schließen sich immer mehr Mitarbeiter und Pensionäre zusammen, um größere soziale Projekte zu realisieren.

Bessere Ausstattung für die St. Martinus Kindertagesstätte

Im Jahr 2020 hat die MIT-Initiative zum wiederholten Mal den Förderverein der St. Martinus Kindertagesstätte in Grevenbroich bei Düsseldorf, Deutschland, unterstützt. Henkel-Mitarbeiterin Lisa de Vegt engagiert sich seit 2018 ehrenamtlich im Verein. Von der Spende konnten unter anderem neue Kinderfahrzeuge angeschafft und Projekte, beispielsweise eine neue Forscherwoche, umgesetzt werden.



Kleine Forscher in Deutschland

Ole Driesen, Lasse de Vegt und Jenke Sell (v.l.n.r.) forschen zum Thema „Schwimmen – Schweben – Sinken“. Seit 2011 ist die Kita St. Martinus Mitglied der gemeinnützigen Stiftung „Haus der kleinen Forscher“, die vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert wird.

Unterstützung für Kinder mit Entwicklungsstörungen

Henkel-Mitarbeiter Tomás Gonzalez unterstützt in Guadalupe, Nuevo León, Mexiko, das HOGA-Zentrum für Rehabilitation und Reittherapie. Das Zentrum bietet interdisziplinäre Einzelsitzungen für Kinder und Jugendliche mit einer neuromotorischen Behinderung und generalisierten Entwicklungsstörungen an.

Derzeit profitieren durchschnittlich 130 Familien pro Monat von den Angeboten des HOGA-Zentrums. Dank der Unterstützung durch die MIT-Initiative im Jahr 2020 konnten die Umbauarbeiten für eine neue Mehrzweckhalle unterstützt werden, in der die Kinder die Möglichkeit haben, ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten durch Zeichnen, Malen, Basteln oder Tanzen weiterzuentwickeln. Als einer der Gewinner des MIT-Fotowettbewerbs erhielt das Projekt eine zusätzliche Förderung, die für die Anschaffung von Möbeln und Material genutzt wird.



Pferdetherapie in Mexiko

Henkel-Mitarbeiter Tomás Gonzalez (rechts) hilft Jose Saul (Mitte) bei der Fütterung eines Therapiepferds im HOGA-Zentrum Guadalupe, Nuevo León, Mexiko.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)**
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)

Zusammenarbeit mit gesellschaftlichen Initiativen für mehr Chancengleichheit

In gesellschaftlichen Partnerschaften fördern wir an Henkel-Standorten weltweit gesellschaftliche Initiativen und öffentliche Einrichtungen. Das Hauptziel ist es, in Zusammenarbeit mit der Fritz Henkel Stiftung Bildung und Chancengleichheit zu fördern.

Bausteine für eine gute Lebensqualität

Seit 2017 unterstützen Henkel und die Fritz Henkel Stiftung die lokalen Organisationen von  **United Way Worldwide**, Fondo Unido in Mexiko und Guatemala sowie United Way U.S.A. Die Dachorganisation setzt sich für das Gemeinwohl in Gemeinschaften auf der ganzen Welt ein. Die Schwerpunkte liegen dabei auf Bildung, Einkommenssicherheit und Gesundheit – die Bausteine für eine gute Lebensqualität. Henkel-Mitarbeiter wie David Alvarez und Edys Contreras engagieren sich regelmäßig im Rahmen der United Way-Programme für lokale Communities.



Engagement für lokale Communities in Guatemala

Henkel-Mitarbeiter Edys Contreras und David Alvarez engagieren sich im Rahmen eines United Way-Programms für lokale Communities, hier zum Beispiel bei Reparaturarbeiten in einer Schule in Guatemala.

Sicherer Übergang in den Beruf

Seit 2012 sind Henkel und die Fritz Henkel Stiftung Hauptförderer der gemeinnützigen Bildungsinitiative  **Teach First Deutschland**, die Jugendliche zu einem besseren Schulabschluss ermutigt. Dabei unterstützen Hochschulabsolventen Schulen in sozialen Brennpunkten und benachteiligten Gemeinden. Als zusätzliche Lehrkräfte helfen sie Schülern dabei, ihren eigenen Weg zu gehen und ihr volles Potenzial auszuschöpfen.



Teach First Deutschland

Bei Teach First Deutschland arbeiten Hochschulabsolventen ehrenamtlich als zusätzliche Lehrkräfte an Brennpunktschulen.

In einem erstmalig durchgeführten Accelerator-Programm unter der Führung von  **„Business for Inclusive Growth“ (B4IG)** haben wir zusammen mit Teach First Deutschland hierzu einen Qualitätsstandard entwickelt, der zukünftig in eine digitale Lösung überführt werden wird, um benachteiligten Jugendlichen dabei zu helfen,

- _____
Vorwort
- _____
Henkel auf einen Blick
- _____
Nachhaltigkeitsstrategie
- _____
Management
- _____
Einkauf und Lieferanten
- _____
Produktion
- _____
Logistik und Transport
- _____
Produktverantwortung
- _____
Verpackungen
- _____
Adhesive Technologies
- _____
Beauty Care
- _____
Laundry & Home Care
- _____
Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement**
- _____
Stakeholder-Dialog
- _____
Externe Bewertungen
- _____
Kennzahlen
- _____
Referenz- und Berichtsrahmen

einen Schulabschluss zu erlangen und anschließend einen passenden Ausbildungsplatz zu finden.

Neben der Förderung von Teach First Deutschland hat Henkel im Jahr 2020 zudem die Länderorganisationen von  „Teach for All“ in Argentinien, Brasilien, China, Indien, Kolumbien, Lettland, der Ukraine, den USA und Vietnam unterstützt.

Engagement unserer Marken

Zusätzlich zu dem unternehmensweiten gesellschaftlichen Engagement von Henkel engagieren sich auch unsere Marken weltweit in Partnerschaften mit gesellschaftlichen Initiativen und öffentlichen Einrichtungen.

„Million Chances“-Initiative von Schwarzkopf

Mädchen und Frauen dabei unterstützen, mehr auf sich selbst zu vertrauen und sich eine erfolgreiche Zukunft aufzubauen – dafür setzt sich die Schwarzkopf-Initiative „Million Chances“ seit 2016 ein. Gefördert werden Hilfsprojekte weltweit, oft in Kooperation mit unabhängigen Organisationen wie etwa Plan International Deutschland e.V. in Kolumbien, Ägypten und China. In insgesamt 14 Projekten wurden so im Jahr 2020 rund 4.600 Mädchen und Frauen weltweit erreicht. 2020 fand der dritte → Schwarzkopf Million Chances Award statt – gefördert von der Fritz Henkel Stiftung. Dabei wurden vier gemeinnützige Projekte für ihr außergewöhnliches Engagement für Mädchen und Frauen ausgezeichnet.



Gewinnerinnen des „Million Chances“-Awards

Das Netzwerk GründerMütter gewann den „Million Chances“-Award im Jahr 2020. Die Initiative hilft Müttern auf dem Weg in die Selbstständigkeit und macht Frauen Mut, Beruf und Familie erfolgreich miteinander zu vereinbaren. Foto: Tanja Deuß, Knusperfarben

Unter dem Dach von „Million Chances“ befindet sich auch die langjährige Initiative → „Shaping Futures“: Seit 2010 bieten Schwarzkopf Professional und die SOS-Kinderdörfer Jugendlichen die Möglichkeit, grundlegende Basistechniken des Friseurberufs zu erlernen und sich dadurch eine Existenzgrundlage aufzubauen. So konnten durch das ehrenamtliche Engagement von Friseuren und Mitarbeitern bereits über 2.500 Jugendliche in mehr als 30 Ländern ausgebildet werden.

„Power Kiste“ von Laundry & Home Care

Der Unternehmensbereich Laundry & Home Care hat im Jahr 2020 das Projekt  „Power Kiste“ von der REWE Group und der Tafel Deutschland unterstützt. Durch die „Power Kiste“ erhalten Kinder an Schulen ein gesundes, abwechslungsreiches Frühstück.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- **[Gesellschaftliches Engagement](#)**
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)

So werden Kinder und Jugendliche für eine gesunde Ernährung sensibilisiert und erlernen die selbstständige Zubereitung einer Mahlzeit in der Klassengemeinschaft.

Unbürokratische Soforthilfe in Notsituationen

Henkel leistet bei Katastrophen und in Notsituationen weltweit unbürokratisch und schnell Soforthilfe über die Fritz Henkel Stiftung.

Unser Beitrag zur Bekämpfung der COVID-19-Pandemie

2020 startete Henkel ein  **umfassendes globales Solidaritätsprogramm** zur Unterstützung von Mitarbeitern, Kunden und betroffenen Gemeinden im Kampf gegen die  **COVID-19-Pandemie**. Im Rahmen des Programms spendete Henkel 2 Millionen Euro an verschiedene Hilfsfonds und Organisationen. Die Fritz Henkel Stiftung hat eine Million Euro davon direkt an den Solidaritätsfonds der Weltgesundheitsorganisation (WHO) und der Stiftung für die Vereinten Nationen (UN) gespendet. Diese Spende floss unter anderem in Schutzausrüstungen für Mitarbeiter im Gesundheitswesen, die Ausstattung von Diagnoselaboren, die Verbesserung der Datenerfassung und -analyse, die Einrichtung und Unterhaltung von Intensivstationen sowie die Beschleunigung der Forschung und Entwicklung von möglichen Impfstoffen und Therapien. Mit der restlichen Spendensumme in Höhe von einer Million Euro hat die Fritz Henkel Stiftung weltweit verschiedene Organisationen und Partner direkt unterstützt sowie den freiwilligen persönlichen Einsatz von Mitarbeitern im Kampf gegen die Krise gefördert.



Herstellung von Desinfektionsmittel

In Düsseldorf stellte Henkel im April 2020 eine Produktionsanlage um, um dort Desinfektionsmittel herzustellen. So wurden allein in Deutschland rund 50.000 Liter an Krankenhäuser und öffentliche Einrichtungen gespendet.

Des Weiteren hat Henkel weltweit fünf Millionen Körper- und Haushaltshygiene-Produkte gespendet. Zudem stellte Henkel weltweit 111.000 Liter Desinfektionsmittel her und spendete dies an Krankenhäuser und öffentliche Einrichtungen in Algerien, Deutschland, Kolumbien und Mexiko.

Hilfe im Kampf gegen die Buschbrände in Australien

Anfang 2020 gab es schwere Buschbrände in Australien, bei denen etwa 20 Prozent der bewaldeten Fläche des Landes abbrannten. Dem Feuer fielen 33 Menschen zum Opfer sowie rund 1 Milliarde Tiere. Zahlreiche Menschen verloren ihr Zuhause oder mussten temporär evakuiert werden. Henkel leistete unbürokratische Soforthilfe durch Unterstützung der Arbeit des Roten Kreuzes.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen



Deutscher Nachhaltigkeitstag

Stakeholder-Dialog

- Wie wir Stakeholder-Erwartungen in unser Handeln einbeziehen
- Unsere Mitarbeiter im Austausch mit verschiedenen Anspruchsgruppen
- Im Dialog mit Politikern und Behörden
- Mitwirken in Verbänden und Initiativen
- Förderung der Bildung für nachhaltige Entwicklung

Stakeholder-Dialog

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Wie wir Stakeholder-Erwartungen in unser Handeln einbeziehen

Ein elementarer Bestandteil unseres **Nachhaltigkeitsmanagements** ist es, die gesellschaftlichen Ansprüche unterschiedlicher Interessengruppen an das Unternehmen zu verstehen. Daher fördern wir den Austausch mit allen Stakeholdern. Zu ihnen gehören unsere Kunden, Verbraucher, Lieferanten, Mitarbeiter, Aktionäre, Nachbarn, Behörden, Verbände und Nichtregierungsorganisationen sowie die Politik und die Wissenschaft.

Um die Erwartungen und Perspektiven unserer Stakeholder besser zu verstehen und einen gezielten und lösungsorientierten Dialog zu ermöglichen, setzen wir nicht nur auf spezifische Befragungen, sondern erfassen das Meinungsbild unserer Stakeholder kontinuierlich und auf mehreren Ebenen: im direkten Dialog, im Rahmen von Multi-Stakeholder-Initiativen sowie auf Dialog-Plattformen zu Nachhaltigkeitsthemen. Durch proaktive und bilaterale Zusammenarbeit mit Nichtregierungsorganisationen und führenden Meinungsmachern kennen wir die globalen Herausforderungen, beispielsweise hinsichtlich **nachhaltiger Verpackungslösungen**, und können so frühzeitig reagieren und die Thematik vorantreiben.

2014 haben wir in einer umfassenden Umfrage unsere Stakeholder befragt, welche Themen für sie Priorität haben. Dabei hat sich bestätigt, wie wichtig für unsere Zielgruppen die Integration von Nachhaltig-



„Durch den Dialog mit unseren Aktionären im Rahmen der Investor-Relations-Arbeit oder mit Lieferanten können wir Themen frühzeitig aufgreifen und unser Unternehmen zukunftsfähig ausrichten, zum Beispiel im Hinblick auf nachhaltige Finanzierung und Beschaffung.“

Marco Swoboda

Mitglied des Vorstands
Finanzen (Chief Financial Officer) /
Einkauf / Global Business Solutions

keit in all unsere Aktivitäten, Produktlebenszyklen und darüber hinausgehend auch die Auswirkungen auf die Umwelt sind, die in den einzelnen Lebensphasen unserer Produkte auftreten. Um auf die aktuellen Erwartungen der verschiedenen Anspruchsgruppen im Rahmen der Weiterentwicklung unserer **Nachhaltigkeitsstrategie** einzugehen, haben wir 2020 erneut mit einer solchen Befragung begonnen. So prägt der Stakeholder-Dialog unser **Innovations- und Risikomanagement** und hilft uns, unsere Nachhaltigkeitsstrategie und -berichterstattung stetig weiterzuentwickeln.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog**
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere Mitarbeiter im Austausch mit verschiedenen Anspruchsgruppen

Alle Mitarbeiter weltweit sind dazu angehalten, sich in ihrem Arbeitsumfeld zu → **engagieren** und die Leitsätze des nachhaltigen Wirtschaftens in ihre Entscheidungen einzubeziehen. Für viele Mitarbeiter zählt dazu auch der regelmäßige Austausch mit Stakeholdern. Im Rahmen des Stakeholder-Dialogs diskutieren Experten unserer Standorte und Unternehmensbereiche mit den entsprechenden Anspruchsgruppen über die jeweiligen lokalen und regionalen Herausforderungen. Konzepte und Lösungen können so individuell angepasst und wirkungsvoll umgesetzt sowie bewertet werden. Auch im Jahr 2020 kamen Henkel-Mitarbeiter wieder mit Vertretern aus Politik, Wissenschaft und Forschung sowie Wirtschaft und Gesellschaft zusammen. Aufgrund der COVID-19-Pandemie wurden zum Schutz aller Beteiligten deutlich mehr Veranstaltungen in virtuellen Formaten durchgeführt als in den Vorjahren.

Im Berichtsjahr wurden die Themen → **nachhaltige Verpackungen und Kreislaufwirtschaft** bei vielen Veranstaltungen und Stakeholder-Dialogen als Schwerpunkt diskutiert. Um das Engagement von Henkel in diesem Bereich zu unterstreichen, sind wir Gründungsmitglied einer Initiative zum Umgang mit Plastikabfall: der **„Alliance to End Plastic Waste“ (AEPW)**. Fast 50 internationale Unternehmen aus der Wertschöpfungskette für Kunststoff und Konsumgüter haben sich zusammengeschlossen, um sich gemeinsam der globalen Herausforderung einer Kreislaufwirtschaft zu stellen. Ziel der Allianz ist es, Lösungen voranzutreiben, um den Eintrag von Plastikabfall in die Umwelt, vor allem in Ozeane, zu stoppen. Darüber hinaus setzt sich Henkel in dem von dm-drogerie markt ins Leben gerufenen



EU Plastics Pact

Dr. Thorsten Leopold, Leiter internationale Verpackungstechnologie Home Care, und Anna-Lena Fockenbrock, Manager Public Affairs & Governmental Relations, präsentieren die Urkunde, die Henkel als Gründungsmitglied des EU Plastics Pacts auszeichnet. Die Unterzeichner fordern unter anderem, dass alle Kunststoffverpackungen und Kunststoff-Einwegprodukte (SUP) bis 2025 wiederverwendbar und recycelbar sein müssen und der Bedarf an Neuplastik um mindestens 20 Prozent reduziert wird.

Forum Rezyklat ein. Außerdem ist Henkel Mitglied der **„New Plastics Economy“ (NPEC)**, einer Initiative der **Ellen MacArthur Foundation**, die verschiedene Akteure zusammenbringt, um die zukünftige Verwendung von Plastik zu gestalten und Impulse für eine Kreislaufwirtschaft zu setzen. Sowohl in den USA als auch in Europa unterzeichnete Henkel in diesem Rahmen einen „Plastics Pact“. Diese beiden regionalen Abkommen, bei denen wir zu den Erstunterzeichnern gehörten, bringen Regierungen und Unternehmen zusammen, um gemeinsam auf eine Kreislaufwirtschaft hinzuarbeiten, in der Plastik immer wiederverwendet wird.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog**
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Darüber hinaus waren diese Themen auch Gegenstand diverser Veranstaltungen im Jahr 2020. So sprach beispielsweise Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum, Leiter der Internationalen Forschung und Entwicklung Laundry & Home Care, auf dem SEPAWA-Kongress, einem großen Treffpunkt der europäischen Wasch- und Reinigungsmittel-, Kosmetik- und Parfümerie-Industrien, über Szenarien für eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft mit Kunststoffen, aber ohne fossile Rohstoffe. Müller-Kirschbaum nahm auch an Podiumsdiskussionen, wie der World Ocean Summit Insight Hour der Zeitung „The Economist“, zur Vermeidung von Plastikmüll teil.

Diese Diskussionen fanden ebenso digital statt wie das Henkel Packaging Adhesives Sustainability Forum 2020, das zum ersten Mal in dieser Form veranstaltet wurde. Die Fachkonferenz für die Verpackungsindustrie bot den über 1.000 Teilnehmern Konferenzräume, Messestände von 16 Ausstellern und eine Networking Lounge in



Virtueller Messestand

Am virtuellen Messestand auf dem Henkel Packaging Adhesives Sustainability Forum konnten sich Besucher darüber informieren, wie unsere Produkte zu nachhaltigeren Verpackungslösungen und einer geschlossenen Kreislaufwirtschaft beitragen.

virtueller Form, um über vielfältige Inhalte rund um nachhaltige Verpackungslösungen ins Gespräch zu kommen.



Bildungskampagne zum Recycling in Mexiko

In Mexiko förderte Henkel eine Bildungskampagne für Schüler, Lehrer und Eltern zu einem besseren Umgang mit Plastikmüll und zum Thema Recycling. Seit März 2020 beteiligen sich zudem Mitarbeiter von Henkel aktiv an der Recycling-Kampagne.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Diskussion rund um die Thematik → **Menschenrechte** und Lieferketten. In einem Webinar von Chemie³ beleuchteten Dr. Dorli Harms, Manager Global Sustainability, und Christine Schneider, Senior Manager Global Sustainability im Bereich Laundry & Home Care, gemeinsam mit Vertretern der Wirtschaftsberatung EY und dem Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) die aktuellen Entwicklungen rund um Menschenrechte in der Lieferkette und Managementansätze für Unternehmen der chemisch-pharmazeutischen Industrie.

Im Februar 2020 wurde bei einem Besuch von Vertretern der Entwicklungsorganisation **Solidaridad** an unserem Standort in Düsseldorf über die Zusammenarbeit zur Unterstützung von

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

→ **Kleinbauern** und lokalen Initiativen zur Förderung von → **nachhaltigem Palmöl** gesprochen. Dabei wurden neben den Meilensteinen, die bereits gemeinsam umgesetzt werden konnten, auch die Weiterentwicklung der Palmölstrategie von Henkel und die zukünftige Zusammenarbeit mit Solidaridad thematisiert.



Die Teilnehmer des Treffens zwischen Solidaridad und Henkel diskutierten im Februar 2020 über die Kooperation rund um nachhaltiges Palmöl. Der Fokus der Zusammenarbeit soll auch weiterhin auf einer verbesserten Lebensgrundlage für Kleinbauern liegen. Darüber hinaus sollen verstärkt ökologische Aspekte, beispielsweise eine klimaschonende Landwirtschaft, berücksichtigt werden.

Kleinbauern produzieren rund 40 Prozent des weltweiten Palm- und Palmkernöls. Eine wichtige Frage in den Anbauländern ist, wie der Ertrag bei gleicher Fläche gesteigert werden kann. Derzeit unterstützt Henkel sieben Initiativen in Ghana, Honduras, Indonesien, Kolumbien, Mexiko, Nicaragua und Nigeria. Allein in Nigeria wurden seit 2016 über 5.000 Bauern und Landarbeiter in modernen Anbautechniken geschult, wodurch sie ihre Erträge um über 300 Prozent steigern konnten. Insgesamt wurden bereits mehr als 34.000 Kleinbauern auf mehr als 305.000 Hektar Anbaufläche erreicht. Weitere Ambitionen

bestehen nun in erhöhter Transparenz und Rückverfolgbarkeit sowie verstärkter Kooperation mit weiteren Akteuren.

Um die Supply Chain ging es ebenso beim EcoVadis B2B Sustainability Forum mit über 1.000 Teilnehmern, darunter auch einige Mitarbeiter von Henkel. In einem der Vorträge sprach Bertrand Conquéret, Chief Procurement Officer (CPO) von Henkel, über die Rolle des Einkaufs in Nachhaltigkeitsstrategien und darüber, wie diese Funktion am besten zum Wandel beitragen kann.

Auch beim World Economic Forum (WEF) 2020 in Davos war Henkel durch Carsten Knobel, Vorsitzender des Vorstands, sowie Sylvie Nicol, Personalvorständin und Vorsitzende des Sustainability Councils, vertreten. Die globale Wirtschaftskonferenz stand unter dem Motto „Akteure für eine kohärente und nachhaltige Welt“. Im Rahmen der Konferenz wurde Henkel zudem in das  **Global Lighthouse Network** des WEF aufgenommen. Damit wird die herausragende Anwendung von Technologien der vierten industriellen Revolution ausgezeichnet.

In Zhangzhou, China, sprach Dr. Rajat Agarwal, President Henkel China, beim China Chemical Industry and Chemical Park Forum darüber, wie Henkel an nachhaltigen und wertschöpfenden Produktionsprozessen arbeitet. Zudem gab er Empfehlungen, wie die chinesische Chemieindustrie in Zukunft nachhaltig wachsen kann. Auf dem Event, bei dem fast 1.600 Menschen aus verschiedenen Organisationen und Funktionen zusammenkamen, betonte Richard Yu, Leiter Public Affairs & Governmental Relations bei Henkel in China, außerdem das Potenzial einer verstärkten Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren der Branche.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)**
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)



China Chemical Industry and Chemical Park Forum

Bei einer Podiumsdiskussion während des China Chemical Industry and Chemical Park Forums sprach Dr. Rajat Agarwal, President Henkel China, über die nachhaltige Entwicklung des eigenen Produktionsfußabdrucks sowie der gesamten Branche in China.

Ein weiteres Projekt, das 2020 bereits zum vierten Mal in Folge umgesetzt wurde, ist die Kooperation von Henkel UK mit „The Guardian“, einem weltweit agierenden Medienunternehmen. Die Themenreihe „Sustainability Unwrapped“ befasst sich mit den Themen Kunststoffe und Verpackungen. Im Berichtsjahr wurde die Reihe ergänzt um die Kampagne „The Sustainable Shelf“, in der über verschiedene Themen wie nachhaltiger Konsum oder auch das Henkel-Solidaritätsprogramm zur Unterstützung im Kampf gegen die COVID-19-Pandemie berichtet wurde.

Nachhaltige Entwicklung zur Bekämpfung des Klimawandels war das Hauptthema, das die Vertreter von Henkel Chile während des Seminars „Balance of COP25 Chile – Madrid: What is expected for 2020?“ von ComunicarSe diskutierten. Während des Seminars hob Roberto Pavez, Leiter der Produktentwicklung für Konsumenten und Handwerker bei Henkel Süd- & Lateinamerika, das Engagement unseres Unternehmens hervor, dem Klimawandel durch eine nachhaltige, wirkungs-

starke Strategie entgegenzuwirken. In seinem Vortrag thematisierte er die volkswirtschaftlichen Auswirkungen der Klimakrise.

Beim Open Eyes Economy Summit in Polen sprach Wiktor Brauksiepe, Head of Finance von Henkel Polen, über zukünftige Herausforderungen und Entwicklungen der nichtfinanziellen Berichterstattung. Henkel veröffentlichte bereits 1992 den ersten **Umweltbericht**. Aktuell gewinnt das Thema jedoch auch in der gesamten Wirtschaftswelt an Bedeutung, da Stakeholder zunehmend mehr Transparenz fordern. Dies gilt genauso für Investoren. Bestätigt wurde die Bedeutung von Nachhaltigkeit für die Unternehmensfinanzierung ebenfalls auf der Private-Equity-Konferenz NRW. Ulla Hüppe, Leiterin Nachhaltigkeit im Unternehmensbereich Adhesive Technologies, sprach hier sowohl über die veränderten Anforderungen seitens der Investoren als auch über finanzielle Chancen und Risiken von Nachhaltigkeit.



Open Eyes Economy Summit

Beim Open Eyes Economy Summit wurde Wiktor Brauksiepe, Head of Finance von Henkel Polen, per Videotelefonat zugeschaltet. Sie referierte unter anderem über die nichtfinanzielle Berichterstattung und die Nachhaltigkeitsziele von Henkel.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Der Vorstandsvorsitzende Carsten Knobel berichtete beim Handelsblatt Livestreaming-Event, dass Henkel mit einem [„Green Loan“](#), einem an Nachhaltigkeitsratings gebundenen Kredit, und einem [„Plastic Waste Reduction Bond“](#), also einer Anleihe, deren Erlöse ausschließlich zur Vermeidung von Plastikmüll eingesetzt werden, seit 2018 in diesem Bereich mit innovativen Konzepten Maßstäbe gesetzt hat. Das virtuelle Event der Wirtschaftszeitschrift brachte hochrangige Vertreter verschiedener Organisationen zusammen, um über aktuelle Herausforderungen wie die COVID-19-Pandemie und den Klimawandel zu diskutieren. Die Zuschauer konnten dabei Fragen an die Teilnehmer stellen sowie an Abstimmungen teilnehmen, um sich in die Podiumsdiskussion einzubringen.

Auch 2020 war Henkel wieder Partner des [Deutschen Nachhaltigkeitspreises](#) und nutzte die Gelegenheit, beim Deutschen Nachhaltigkeitstag bei Podiumsdiskussionen mit Stakeholdern ins Gespräch zu kommen. Der größte Kongress zum Thema Nachhaltigkeit in Deutschland fand in diesem Jahr als Hybrid-Veranstaltung mit einer begrenzten Zahl von vor Ort in Düsseldorf vertretenen Akteuren und rund 2.500 digitalen Teilnehmern statt. Uwe Bergmann, Leiter Nachhaltigkeitsmanagement, diskutierte mit Vertretern verschiedener Branchen darüber, ob nachhaltige Investments ein entscheidender Treiber für nachhaltige Entwicklung sein können. In einer zweiten Diskussionsrunde zum Thema „Gemeinschaftswerk Nachhaltigkeit – Wer wenn nicht alle?“ debattierte er mit den Teilnehmern, wie nachhaltige Entwicklung im Kollektiv aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft gelingen kann. Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis ist eine Initiative der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V. in

Zusammenarbeit mit der Bundesregierung, dem Rat für nachhaltige Entwicklung, Wirtschaftsvereinigungen, kommunalen Spitzenverbänden, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Forschungseinrichtungen.



Deutscher Nachhaltigkeitstag

Uwe Bergmann (rechts), Leiter Nachhaltigkeitsmanagement, diskutierte beim Deutschen Nachhaltigkeitstag mit Vertretern aus Politik und Wirtschaft über die Notwendigkeit und Erfolgsfaktoren von Kooperation für nachhaltige Entwicklung. Die Paneldiskussion fand in einer hybriden Form statt. Während Moderator Günther Bachmann (links), der frühere Generalsekretär des Rats für Nachhaltige Entwicklung, live vor Ort war, wurden die Teilnehmer virtuell zugeschaltet.

Nicht zuletzt haben wir im Jahr 2020 einen eigenen deutschsprachigen Henkel-Podcast zu relevanten Nachhaltigkeitsthemen gestartet. Bei [„Fritz for Future“](#) diskutieren externe Experten und Henkel-Mitarbeiter über Themen wie nachhaltige Mode oder Klimaengagement. Zu den Gästen zählen Start-up-Gründer, Vertreter aus Wirtschaft und Wissenschaft sowie aus Nichtregierungsorganisationen. In dem neuen Format sprechen wir offen über Themen des öffentlichen Diskurses und geben den Hörern die Möglichkeit, sich gemeinsam mit uns kritisch mit diesen Themen auseinanderzusetzen.



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen



Unser Podcast „Fritz for Future“ Veränderungen treffen immer auf Vorurteile. Entrepreneure und Vordenker, wie Fritz Henkel einer war, antworten darauf: mit Innovationen für das Leben von morgen. Der „Fritz for Future“-Podcast informiert, inspiriert und schafft Bewusstsein für die richtig wichtigen Themen unserer Zeit.

Im Dialog mit Politikern und Behörden

Politiker und Behörden greifen im Rahmen  **politischer Entscheidungsprozesse** häufig auf die Expertise von Unternehmen zurück. Gerne stellen wir bei Anfragen aus dem politisch-regulatorischen Umfeld unser fundiertes Erfahrungswissen zur Verfügung und erläutern gleichzeitig die Auswirkungen politischer Überlegungen auf Henkel, unsere Mitarbeiter und Geschäftspartner. Unser weltweit geltender Public Affairs Standard – Representation of Interests in Public Affairs setzt hierfür klare Verhaltensregeln und Vorschriften.

Als Unternehmen informieren wir offen über unsere Interessensgebiete und den Umfang unserer politischen Arbeit, etwa im Rahmen unserer Eintragung in das Transparenz-Register der Europäischen Union. Zudem sehen wir in der proaktiven Kommunikation und dem Stakeholder-übergreifenden Austausch ein wichtiges Instrument, um als Unternehmen frühzeitig auf anstehende Veränderungen im regulatorisch-politischen Umfeld reagieren zu können. Dies wieder-

um ist eine Grundvoraussetzung für eine gute Unternehmensführung (Compliance) und für unsere unternehmerische Planung unausweichlich.

In diesem Kontext ist das Konzept des Europäischen Green Deals für Henkel von höchster Relevanz. Ein Beispiel hierfür ist die Vorlage des Aktionsplans zur Kreislaufwirtschaft durch die Europäische Kommission im März 2020. Durch diese Initiative wird vornehmlich gezielt der Einsatz von mehr Recyclingmaterial in Kunststoffverpackungen gefordert. Für Henkel leiten sich daraus aber auch neue Anforderungen an das Design unserer Konsumgüterverpackungen ab, um die **→ Recyclingfähigkeit** weiter zu verbessern und damit einen Beitrag zu leisten, mehr qualitativ hochwertiges Rezyklat erhalten zu können.

Gemeinsam mit dem  **Centrum für Europäische Politik (CEP)** hat Henkel eine Studie zur Entwicklung einer EU-Kreislaufwirtschaft für Kunststoffe durchgeführt. Das Fazit der CEP-Studie zeigt vielfältige Handlungsfelder auf. Der Aufbau einer EU-weiten recyclingorientierten Plastikindustrie für Non-Food-Verpackungen, die Schaffung von notwendigen Rahmenbedingungen in den EU-Mitgliedstaaten für die Sammlung von Kunststoffabfällen und die Etablierung eines EU-Binnenmarktes für Kunststoff-Rezyklate sind hier als zentrale Beispiele zu nennen. Potenzielle Hindernisse und unterschiedliche Sichtweisen benötigen kompetenten Austausch, um die politische Ambition der Europäischen Kommission zielorientiert in die Praxis umsetzen zu können.

Diese aufschlussreichen Erkenntnisse bildeten die Basis des von Henkel durchgeführten Webinars „Toolbox for success: How to boost the EU’s circular plastics economy“, das im November 2020

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

stattfind und sich an Entscheider auf EU-Ebene richtete. Im Rahmen dieser interaktiven Veranstaltung konnte der Austausch zwischen politischen und akademischen Interessenvertretern sowie der Industrie zielgerichtet und basierend auf wissenschaftlicher Expertise erfolgen.

Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum, Leiter der Internationalen Forschung und Entwicklung Laundry & Home Care, betonte, dass intelligenten Technologien intelligente Regulierungen folgen und diese durch Finanzierungen zur Förderung der Zirkularität ergänzt werden sollten, um die notwendigen Veränderungen zu beschleunigen. Anna Cavazzini, Vorsitzende des Ausschusses für Binnenmarkt und Verbraucherschutz (IMCO) des Europäischen Parlaments, sowie Maja Desgrées du Loû, Referentin der Abteilung Abfallwirtschaft & Sekundärmaterialien in der Europäischen Kommission und zuständig für die Überarbeitung der Richtlinie über Verpackungen und Verpackungsabfälle, erläuterten den Stand der Diskussion und die Zielsetzungen von Europäischem Parlament sowie Europäischer Kommission. Hierbei sei es Aufgabe, „die Definition von ‚Recyclingfähigkeit‘ so operationell und harmonisiert wie möglich zu gestalten“. Innovationen im Bereich der Verpackungen und der Recyclingprozesse seien hierfür absolut notwendig. Deshalb seien Diskussionen, so wie heute, mit Experten aus Industrie, Wissenschaft und Politik sowie Vertretern der Zivilgesellschaft unerlässlich, um Ideen auszutauschen und einen gemeinsamen Kurs für die Zukunft Europas festzulegen.

Die Ergebnisse der CEP-Studie werden auch in den kommenden Monaten für uns eine informative Grundlage bilden, um im Dialog mit verschiedenen Interessengruppen auf notwendige Transformationen hinzuweisen, damit die politische Ambition einer zirkulären

Wirtschaft in die Realität umgesetzt werden kann. Auch für das kommende Jahr planen wir weitere Veranstaltungen mit Politikern und Behörden, um als Unternehmen zum zielgerichteten Austausch im internationalen Rahmen beitragen zu können.

Mitwirken in Verbänden und Initiativen

Anspruchsvolle Themen wie das Vorantreiben einer nachhaltigen Palmölwirtschaft bearbeitet Henkel in enger Zusammenarbeit mit seinen Stakeholdern – darunter auch Nichtregierungsorganisationen wie der World Wide Fund for Nature (WWF) und Handelsketten wie Carrefour. Seit 2008 ist Henkel Mitglied der branchenübergreifenden Initiative „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO), der weltweit größten Organisation für die Zertifizierung von Palmöl. Gemeinsam mit dem RSPO und der internationalen Entwicklungsorganisation Solidaridad sollen Fortschritte bei der nachhaltigen Produktion von **Palm- und Palmkernöl** erreicht und laufende Partnerschaften zur Förderung einer nachhaltigen Palmölwirtschaft weiter ausgebaut werden. Auch in Deutschland setzt sich Henkel für eine nachhaltige Palmölwirtschaft ein. Das **Forum für nachhaltiges Palmöl (FONAP)** ist ein Zusammenschluss von 51 Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, Verbänden und den Bundesministerien für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) sowie für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ). Es wurde 2013 gegründet und basiert auf einer Initiative der Firmen Henkel, Rewe und Unilever sowie des WWF. Die Selbstverpflichtung des FONAP für ordentliche Mitglieder umfasst drei Säulen: die Umstellung auf nachhaltig zertifiziertes Palmöl, Palmkernöl sowie Fraktionen und Derivate; Lieferantendialoge zu den Themen Rückverfolgbarkeit und



Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Erreichung der Zusatzkriterien; sowie eine detaillierte Berichterstattung zur Zielerreichung. Ziel des FONAP e.V. ist es, dass in Deutschland zu 100 Prozent nachhaltig zertifiziertes Palmöl verwendet wird. Weitere Ziele sind die Verbesserung anerkannter Zertifizierungssysteme und die Erhöhung der Nutzung von zertifiziertem Palmöl sowohl national als auch international. Auch Henkel verpflichtete sich dazu, seine Bemühungen in diesem Bereich zu verstärken, um den eigenen Bedarf perspektivisch vollständig durch massenbilanzierte Palmprodukte zu decken.

Um gemeinsam mit anderen Stakeholdern nachhaltige Entwicklung aktiv mitzugestalten und voranzubringen, beteiligt sich Henkel an zahlreichen Initiativen auf nationaler und internationaler Ebene. Dazu zählt die Mitarbeit in Arbeitsgruppen und Industrieverbänden wie dem [World Business Council for Sustainable Development \(WBCSD\)](#), dem internationalen Wasch-, Pflege- und Reinigungsmittelverband [A.I.S.E.](#), dem europäischen Kosmetikverband [Cosmetics Europe](#) sowie dem [Consumer Goods Forum \(CGF\)](#). Aus Letzterem hinaus gründete sich im Jahr 2020 die Plastic Waste Coalition of Action. In diesem Bündnis arbeitet Henkel anhand von „Golden Design Rules“ gemeinsam mit 35 anderen Firmen an der Entwicklung eines stärker kreislaforientierten Ansatzes bei der Konzeption und Verarbeitung von Kunststoffverpackungen in der Konsumgüterindustrie. Sowohl unsere Erfahrung als auch unsere führende Rolle beim Thema Nachhaltigkeit bieten uns die Möglichkeit, die Diskussion über Lösungskonzepte zu nachhaltigem Konsum entlang der Wertschöpfungskette mitzugestalten. Henkel ist zudem Mitglied im [Verband der Chemischen Industrie \(VCI\)](#), in dessen Präsidium unser Vorstandsvorsitzender Carsten Knobel neu gewählt wurde. Der Konzern engagiert sich außerdem in der Initiative [Chemie³](#), die sich aus dem VCI,

der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE) und dem Bundesarbeitgeberverband Chemie (BAVC) zusammensetzt. Ziel der Initiative ist es, die Nachhaltigkeit in der Chemiebranche voranzutreiben.

Darüber hinaus befindet sich Henkel kontinuierlich in der Diskussion mit verschiedenen Organisationen, wie dem [„European Centre for Ecotoxicology and Toxicology of Chemicals“ \(ECETOC\)](#), um Messmethoden für die Erfassung von Nachhaltigkeitsdaten zu verbessern und zu standardisieren. So wird auch sichergestellt, dass der Ansatz von Henkel auf bewährte Praktiken ausgerichtet ist und gleichzeitig Erfahrungen geteilt werden, um insgesamt die Transparenz und die Genauigkeit im Hinblick auf Ökobilanzierung zu erhöhen. International gehört Henkel zu den Unterzeichnern der Initiative „Responsible Care Global Charter“, die 2015 auf der Internationalen Chemikalien-Management-Konferenz ICCM-4 des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP) vorgestellt wurde und die internationale Themenfelder rund um die chemische Industrie aufgreift sowie ethische Verpflichtungen aus sechs Bereichen, darunter „Schutz von Mensch und Umwelt“ und „Beitrag zur Nachhaltigkeit“, festlegt.

Anknüpfend an das bisherige Engagement hat sich Henkel im Jahr 2020 weiteren Initiativen angeschlossen. Als Unterzeichner von [„Business for Nature“](#) unterstützt Henkel die Aufforderung nach einer Zusammenarbeit mit den Regierungen, um Umweltschutz voranzutreiben. Gemeinsam mit über 150 anderen Firmen fordert Henkel zudem im Rahmen der Initiative [„Science Based Targets“](#), dass die Regierungen weltweit finanzielle Hilfsprogramme gegen den durch die COVID-19-Pandemie verursachten Wirtschaftseinbruch mit Klimazielen und neuesten Erkenntnissen der Klimawissenschaft verknüpfen.



 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

 Referenz- und Berichtsrahmen

Henkel ist außerdem Gründungsmitglied der [„Renewable Carbon Initiative“](#), die darauf abzielt, eine Beschleunigung im Übergang von fossilen zu erneuerbaren Kohlenstoffen für alle organischen Chemikalien und Materialien zu fördern. Des Weiteren schloss sich Henkel dem [„Amazon Climate Pledge“](#) an. Die Mitglieder dieser internationalen, industrieübergreifenden Klimaschutzinitiative des Unternehmens Amazon und der Nichtregierungsorganisation Global Optimism verpflichteten sich zur Messung und Reduzierung von Emissionen sowie zur Klimaneutralität bis spätestens 2040.



Im Jahr 2020 schloss sich Henkel mehreren Initiativen für mehr Klimaschutz an, darunter unter anderem der Amazon Climate Pledge und die Renewable Carbon Initiative.

Förderung der Bildung für nachhaltige Entwicklung

Henkel ist es wichtig, über den eigenen Einflussbereich hinaus die Fragestellungen einer nachhaltigen Entwicklung aufzugreifen. Bereits im Jahr 2017 wurde der [Lehrstuhl „Sustainability Management für Betriebswirtschaftslehre“](#) an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf von Dr. Christoph Henkel, der Konrad-Henkel-Stiftung sowie der Fritz Henkel Stiftung anlässlich des 25-jährigen Jubiläums der Fakultät gestiftet. Dort sollen die Lehre und internationale Spitzenforschung auf dem Gebiet Nachhaltigkeitsmanagement, im Speziellen nachhaltiges Verhalten, vorangetrieben und so ein Beitrag zu den globalen Herausforderungen des nachhaltigen Wirtschaftens geleistet werden. Seit dem Wintersemester 2018 ist Prof. Dr. Rüdiger Hahn Inhaber des neu eingerichteten Henkel-Stiftungslehrstuhls. Prof. Dr. Hahn forscht und lehrt zu zentralen Fragen des nachhaltigen Wirtschaftens an der Schnittstelle zu klassischen betriebswirtschaftlichen Disziplinen. Mit der Stiftungsprofessur hat Henkel seine Partnerschaft mit der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf weiter vertieft. Die Stifter stellen eine über zehn Jahre gestaffelte Fördersumme von insgesamt rund 2 Millionen Euro zur Verfügung.

Externe Bewertungen

Die Bewertung und die Anerkennung unserer Leistungen durch unabhängige Nachhaltigkeitsexperten schaffen Transparenz und bestätigen, dass wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie erfolgreich umsetzen.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen**
- Kennzahlen
- Referenz- und Berichtsrahmen

Nachhaltigkeitsindizes 2020

ECPI Index



Mailand: Henkel ist in den Indizes „ECPI Euro Ethical Equity“ und „ECPI EMU Ethical Equity“ gelistet. Die 150 in den ECPI Indices enthaltenen marktkapitalisierten Unternehmen stellen – laut ECPI-Screening-Methodik – die empfehlenswertesten Investments im europäischen Markt (Euro) sowie in der europäischen Währungs-gemeinschaft (EWG) dar. ECPI S.r.l. gehört zur Gruppo Medio S.p.A. und hat die beiden Ethik-Indizes bereits im Jahr 1999 eingeführt.

Global Challenges Index



Hamburg: Henkel wurde ein weiteres Mal als eines von nur 50 Unternehmen weltweit im Global Challenges Index gelistet – einem Index von der Börse Hannover und der deutschen Ratingagentur ISS-oekom. Seit 2007 ist Henkel im Global Challenges Index vertreten.

Ethibel Nachhaltigkeitsindizes und -Investmentregister



Paris: Henkel ist erneut in den Ethibel-Nachhaltigkeitsindizes „Excellence Europe“ sowie „Excellence Global“ vertreten und im Ethibel „Pioneer“ und Ethibel „Excellence“-Investmentregister gelistet. Die Aufnahme durch das Forum Ethibel qualifiziert Henkel als führend in seinem Sektor für Corporate Social Responsibility.

MSCI World ESG Index und MSCI Europe ESG Index*



New York: Henkel ist erneut in den Sustainability Indices MSCI ACWI ESG Leaders und MSCI ACWI SRI vertreten, die Unternehmen mit starkem Chancen- und Risikomanagement bezogen auf Umwelt, gesellschaftliche und Corporate-Governance-Themen aufnehmen.

Euronext Vigeo Eiris Indices



Paris: Henkel ist erneut in den Euronext Vigeo Eiris Sustainability Indices Europe 120 und Eurozone 120 gelistet. Sie werden vom transatlantischen Börsenbetreiber NYSE Euronext und der Ratingagentur Vigeo Eiris herausgegeben und enthalten die jeweils 120 bestplatzierten Unternehmen im jeweiligen Index.

STOXX ESG Leaders Indices



Zürich: STOXX Limited hat Henkel erneut in die STOXX Global ESG Leaders Indices aufgenommen. Die Unternehmen werden in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Unternehmensführung bewertet. Die Datenbasis stellt die niederländische Agentur Sustainalytics bereit.

FTSE4Good Ethical Index



London: Henkel ist zum 20. Mal in Folge im Ethik-Index FTSE4Good vertreten, den die „Financial Times“ und die Londoner Börse im Jahr 2001 eingeführt haben.

* Die Aufnahme der Henkel AG & Co. KGaA in einen MSCI-Index und die Nutzung von MSCI-eigenen Logos, Marken, Markenzeichen oder Indexnamen begründen keine Förderung, Befürwortung oder Unterstützung der Henkel AG & Co. KGaA durch MSCI oder seine verbundenen Unternehmen. Die MSCI-Indizes sind ausschließliches Eigentum von MSCI. MSCI und die MSCI-Logos und Indexnamen sind Marken oder Markenzeichen von MSCI oder seinen verbundenen Unternehmen.

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)**
- [Kennzahlen](#)
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)

Nachhaltigkeitsratings 2020

EcoVadis



Paris: Als Mitglied der Initiative „Together for Sustainability“ wurde das Nachhaltigkeitsmanagement von Henkel erneut durch die internationale Ratingagentur EcoVadis bewertet. Henkel wurde mit dem „Platinum Recognition Level“ ausgezeichnet, der höchsten Bewertungskategorie des Corporate-Social-Responsibility-Ratings.

ISS ESG



München: ISS ESG (ehemals Oekom Research) zeichnet Henkel weiterhin mit dem Prime-Status aus. Mit der Note „B+“ gehört Henkel zu den besten Unternehmen der Konsumgüterbranche.

Sustainalytics



Amsterdam: Im Nachhaltigkeitsrating von Sustainalytics ist Henkel im Sektor-Vergleich „Household Products“ weltweit führend. Die vergleichende Analyse folgt dabei dem sogenannten ESG-Ansatz, der die Bereiche Umwelt, Gesellschaftliches und Governance (Unternehmensführung) umfasst.

Zürcher Kantonalbank



Zürich: Henkel wurde im Nachhaltigkeitsrating der Zürcher Kantonalbank (ZKB) mit der Note „AA“ bewertet. Henkel wurde damit im nachhaltigen Anlagespektrum der ZKB bestätigt, das die Basis für verschiedene Investmentprodukte der schweizerischen Kantonalbanken bildet.

Weitere Bewertungen und Rankings

Carbon Disclosure Project



London: Henkel beteiligt sich seit 2004 am Carbon Disclosure Project (CDP), um die Transparenz für unsere Märkte und Investoren voranzutreiben. Das CDP bewertet qualitative und quantitative Angaben zum Thema Klimawandel, Wasser und Wälder.

Global 100 Most Sustainable Corporations in the World



Toronto: Henkel wurde in die Liste der „2021 Global 100 Most Sustainable Corporations in the World“ (Global 100 Index) der Medien- und Investmentberatung Corporate Knights aufgenommen. Firmen, die im Global 100 Index aufgeführt werden, sind im Bereich Nachhaltigkeit in ihrer jeweiligen Branche führend. Im Sektor „Personal Products“ gehört Henkel zu den drei bestplatzierten Unternehmen.

Syndizierter „Plastic Waste Reduction Bond“ als „SRI Deal of the Year“ ausgezeichnet

Nach Abschluss des ersten deutschen „Sustainability-linked Loan“ im Jahr 2018, der an mehrere Sustainability-Rankings gebunden ist, tritt Henkel erneut als Innovationsführer in den Kapitalmärkten auf. 2020 gab Henkel als erstes Unternehmen einen „Plastic Waste Reduction Bond“ aus. Die Anleihe besteht aus zwei Tranchen von 70 Millionen US-Dollar und 25 Millionen Euro und hat eine Laufzeit von fünf Jahren. Die beiden Ankerinvestoren Dai-ichi Life und Dai-ichi Frontier Life finanzieren mit diesem neuen Instrument Projekte und Ausgaben im Zusammenhang mit den Aktivitäten von Henkel zur Reduzierung von Plastikabfall. Die von HSBC strukturierte Transaktion wurde von mtn-i, einer globalen Nachrichten-, Daten- und Analyseplattform, als „Socially Responsible Investment (SRI) Deal of the Year“ ausgezeichnet. Henkel und HSBC erhielten diesen Preis im Rahmen der 11. Asia-Pacific Awards, bei denen zudem Dai-ichi Life als „SRI Investor of the Year“ für die Zeichnung der Anleihe prämiert wurde. Die Erlöse der Anleihe werden ausschließlich zur Finanzierung wesentlicher Projekte und Aktivitäten beitragen, die Henkel zur Erreichung seiner Verpackungsziele für das Jahr 2025 umsetzt.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Preise und Kundenauszeichnungen

Die externe Bewertung unserer Nachhaltigkeitsleistungen umfasst auch Auszeichnungen durch unsere Kunden sowie Preise von lokalen und nationalen Umwelt-, Wirtschafts- oder Regierungsorganisationen. Eine Auswahl für das Jahr 2020 ist hier abgebildet.



Henkel erhält CSR-Auszeichnung für Solidaritätsprogramm:

Im Rahmen der „2020 LSA La Conso s'engage“-Awards, einer Auszeichnung der Zeitschrift LSA für herausragende CSR-Arbeit, erhielt Henkel France einen Sonderpreis für die lokale Umsetzung des globalen Solidaritätsprogramms von Henkel. Das Programm ermöglichte die Unterstützung von Mitarbeitern, Kunden und betroffenen Gemeinden im Kampf gegen die COVID-19-Pandemie. Die Teams von Henkel in Frankreich führten verschiedene Aktionen (Produktspenden, finanzielle Unterstützung, spezifische Beiträge) durch, die einen Beitrag zur Bekämpfung der COVID-19-Pandemie leisteten. Sie unterstützten dabei insbesondere die ärmsten Bevölkerungsgruppen sowie Personen an vorderster Front der Pandemie, unter anderem auch Pflegekräfte.



Nachhaltigkeitspreis 2020 von Packaging Europe

Das Software-Tool EasyD4R® von Henkel gehörte zu den Finalisten des „Best Practice“-Nachhaltigkeitspreises 2020 von Packaging Europe. Die Software bewertet auf Grundlage öffentlich anerkannter Kriterienkataloge die Recyclingfähigkeit von Verpackungen. EasyD4R® nutzt ein Ampelbewertungssystem, das klare Ergebnisse anzeigt: Es veranschaulicht, welches Design zu welchem Prozentsatz recyclingfähig ist und wo es Verbesserungspotenzial gibt. Auf diese Weise unterstützt es die Entwicklung nachhaltiger Verpackungslösungen. Um die Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft weiter zu fördern, hat Henkel dieses Tool 2019 öffentlich zugänglich gemacht und 2020 mit mehreren neuen analysierbaren Materialien ergänzt.



Henkel und Plastic Bank gewinnen die höchste Auszeichnung „Diamond Winner“ bei den Dow Packaging Innovation Awards 2020

Henkel erhielt die höchste Auszeichnung im Rahmen der Dow Packaging Innovation Awards für sein Social Plastic® Ecosystem in Zusammenarbeit mit der Plastic Bank. Die Verpackungslösungen mit Social Plastic® wurden als „Diamond Winner“ in einer der bedeutendsten Preisverleihungen für bahnbrechende Verpackungsinnovationen mit starkem Fokus auf Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft ausgezeichnet. Henkel hat sich der Förderung einer Kreislaufwirtschaft verpflichtet und setzt Social Plastic® in zahlreichen Produktverpackungen ein. Seit der Markteinführung im Oktober 2018 hat Henkel mehrere Kosmetikprodukte, Waschmittel und Haushaltsreiniger mit Verpackungen aus Social Plastic® auf den Markt gebracht.



Henkel für „Best Stakeholder Engagement, Global“ ausgezeichnet

EcoVadis, der weltweit führende Anbieter von Nachhaltigkeitsratings, zeichnete Henkel als einen der Gewinner seiner vierten jährlichen Sustainable Procurement Leadership Awards und Sustainability Leadership Awards aus. Henkel wurde mit der Auszeichnung „Best Stakeholder Engagement on a global level“ geehrt. Laut EcoVadis zeichnet sich das Programm von Henkel insbesondere durch eine exzellente interne Kommunikation, transparente quantitative Ziele, die gemeinsam mit den Führungskräften der Wirtschaft erarbeitet werden, die Einarbeitung und Schulung der Mitarbeiter, ergänzt durch ein „Botschafter-Programm“, sowie die Mitgliedschaft in der Brancheninitiative Together for Sustainability (TfS) aus.



Kennzahlen

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Unsere konzernweit erhobenen Kennzahlen schaffen Transparenz und helfen uns, Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren, Maßnahmen zu steuern und die Zielerreichung zu kontrollieren. Die Entwicklung unserer Kennzahlen stellen wir jeweils über einen Fünf-Jahres-Zeitraum dar. Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht fokussieren wir uns auf die Veröffentlichung weltweit relevanter Kernindikatoren. Die Werte in den Tabellen dieses Kapitels sind auf- beziehungsweise abgerundet. Aufgrund dieser Rundungen ist es möglich, dass sich in einigen Zeilen der Tabellen die gerundeten Zahlen nicht genau zur angegebenen Summe addieren.

Umweltkennzahlen unserer Produktion

Die produktionsbezogenen Daten für 2020 haben wir in allen 179 Henkel-Werken in 57 Ländern ermittelt. Die Daten repräsentieren rund 100 Prozent unserer Produktion. Sie wurden für die Berichtserstattung zentral validiert und im Rahmen unseres internen Audit-Programms an den Standorten überprüft. Rückwirkend festgestellte oder berichtete Abweichungen korrigieren wir in der aktuellen Berichtserstattung. Da sich unsere Produktionsstrukturen laufend ändern – etwa durch Inbetriebnahme neuer oder Schließung bisheriger Werke –, verändert sich auch die Zahl der einbezogenen Standorte. Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, stellen wir die Entwicklung der jährlichen Daten auch als Index bezogen auf die Produktionsmenge dar.

Kennzahlen unserer Mitarbeiter

Die Arbeitsunfälle erheben wir über ein weltweit einheitliches Berichtssystem. 99 Prozent der Mitarbeiter wurden im Jahr 2020 erfasst. Die veröffentlichten Mitarbeiter-Kennzahlen decken dementsprechend 99 Prozent unserer Mitarbeiter ab.

Anpassung der berichteten Kennzahlen

Akquisitionen und Veräußerungen: Ausgangs- und historische Daten werden nur in Ausnahmefällen angepasst, bei denen disruptive Akquisitionen oder Veräußerungen keinen aussagefähigen Vergleich der Zeitschienen mehr zulassen.

Änderungen im methodischen Ansatz: Ausgangs- und historische Daten werden wo immer möglich korrigiert. Sich dadurch ergebende Änderungen werden hervorgehoben und kommentiert.

Fehler: Einzel- oder Summenfehler größer als 1 Prozent des Kennzahlwerts (zum Beispiel Gesamtenergieverbrauch) werden korrigiert, einschließlich der untergeordneten Kennzahl (zum Beispiel Stromverbrauch). Wo für die Verständlichkeit notwendig – typischerweise im Fall von Änderungen größer als 2 Prozent des Kennzahlwerts –, werden Änderungen hervorgehoben und erläutert.



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen

Kennzahlen

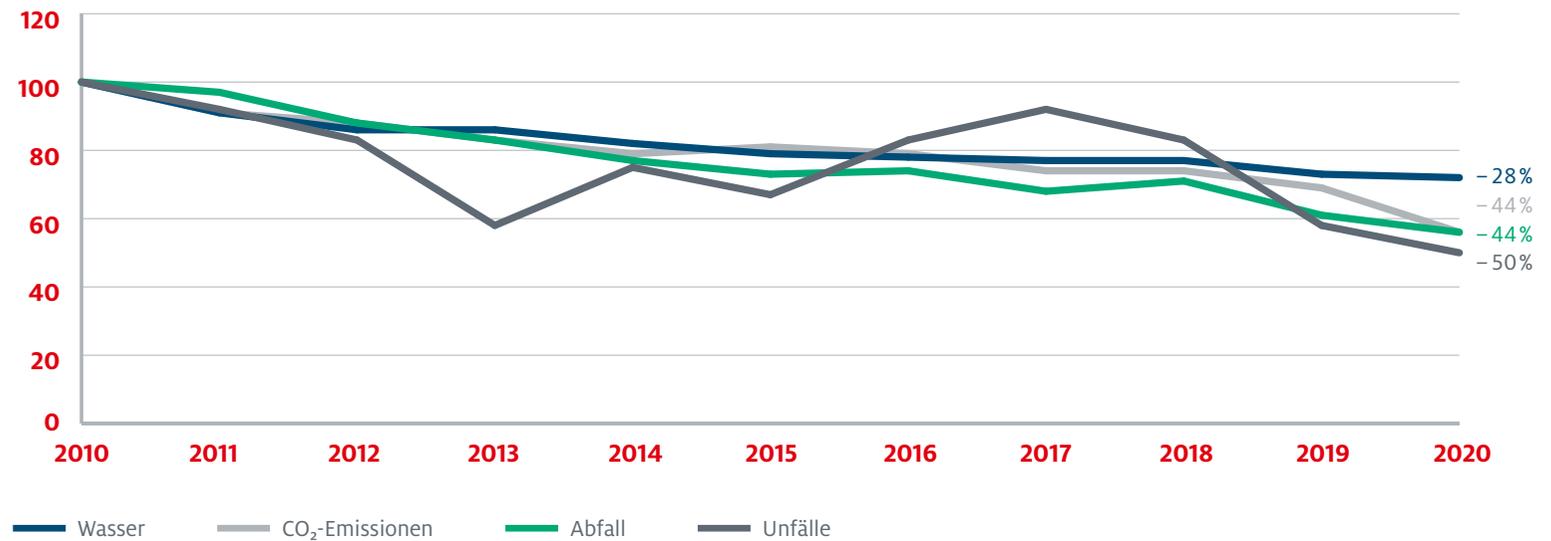
Referenz- und Berichtsrahmen

**Langfristige Entwicklung:
Nachhaltigkeitsbilanz 2010 bis 2020**

Bereits seit Jahrzehnten arbeiten wir an der Steigerung von Effizienz und Sicherheit unserer Produktionsprozesse. Unsere Nachhaltigkeitsbilanz über die letzten elf Jahre zeigt dies eindrucksvoll. In allen drei Unternehmensbereichen sind unsere Optimierungen darauf ausgerichtet, Wertschöpfung und Arbeitssicherheit unserer Produktion zu

verbessern und gleichzeitig den ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. Aufbauend auf den → **erreichten Verbesserungen** wollen wir den Energie- und Wasserverbrauch sowie die Abfallmenge und Unfallrate auch weiterhin senken.

→ Umweltkennzahlen pro Tonne Produktionsmenge, → Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden; Basisjahr 2010





- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen**
- Referenz- und Berichtsrahmen

Ökonomische Kennzahlen

	2019	2020
Umsatz in Mio Euro	20.114	19.250
Bereinigtes ¹ betriebliches Ergebnis (EBIT) in Mio Euro	3.220	2.579
Bereinigte ¹ Umsatzrendite (EBIT) in Prozent	16,0	13,4
Bereinigtes ¹ Ergebnis je Vorzugsaktie (EPS) in Euro	5,43	4,26
Dividende je Stammaktie in Euro	1,83	1,83²
Dividende je Vorzugsaktie in Euro	1,85	1,85²

¹ Bereinigt um einmalige Aufwendungen und Erträge sowie Restrukturierungsaufwendungen.

² Vorschlag an die Aktionäre für die Hauptversammlung am 16. April 2021.

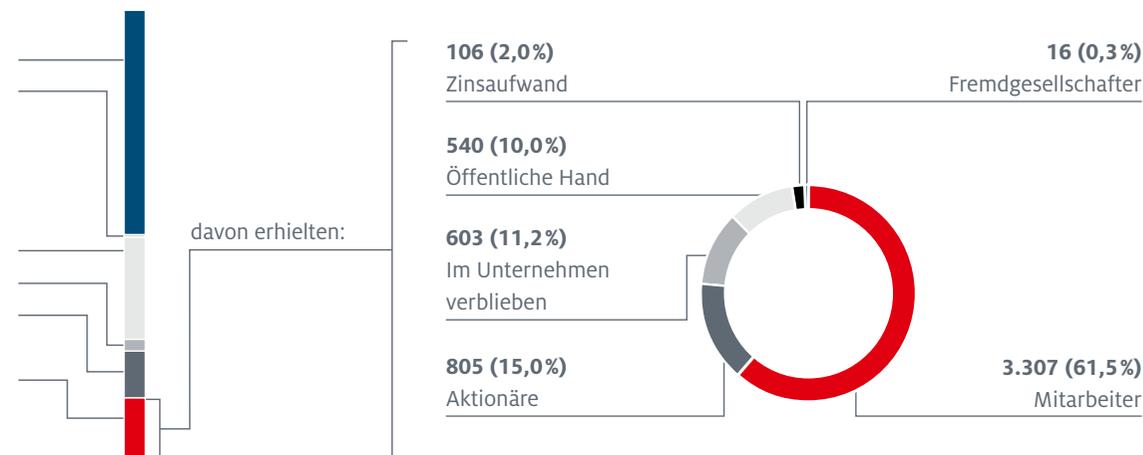
Wertschöpfungsrechnung 2020

Die Wertschöpfungsrechnung zeigt, dass große Teile des erwirtschafteten Umsatzes in die globale Volkswirtschaft zurückgeflossen sind: Der größte Teil der Wertschöpfung – 61,5 Prozent – ging an unsere Mitarbeiter in Form von Gehältern und Vorsorgeleistungen. Die

öffentliche Hand erhielt 10,0 Prozent in Form von Steuereinnahmen; die Darlehensgeber bekamen 2,0 Prozent durch Zinseinnahmen. 15,0 Prozent der Wertschöpfung haben wir als Dividende an unsere Aktionäre ausgeschüttet. Die im Unternehmen verbliebene Wertschöpfung steht für Investitionen in zukünftiges Wachstum zur Verfügung.

Angaben in Mio Euro

Umsatzerlöse	19.250	99,0%
Sonstige Erträge	197	1,0%
Summe Umsatzerlöse / Erträge	19.447	100,0%
Materialaufwand	8.844	45,5%
Abschreibungen	1.096	5,6%
Sonstige Aufwendungen	4.131	21,2%
Wertschöpfung	5.376	27,6%



- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Ökologische Kennzahlen



Betrieblicher CO₂-Fußabdruck

Die folgende Darstellung zeigt die CO₂-Emissionen, die entlang der Wertschöpfungskette mit unserer Geschäftstätigkeit im Zusammenhang stehen. Die von Henkel emittierten CO₂-Emissionen (Scope 1 und Scope 2 in der Netto-Betrachtung)¹ entstehen hauptsächlich

durch Energieerzeugung und -verbrauch. Andere CO₂-Emissionsquellen sind für unsere Geschäftstätigkeit nicht relevant. Das Gleiche gilt für die Emissionen anderer Treibhausgase. Entlang der gesamten Wertschöpfungskette legen wir die wesentlichen Scope-3-Emissionen dar.

Angaben in Tausend Tonnen CO₂/CO₂-Äquivalente

	 1. Rohstoffe	 2. Produktion	 3. Logistik	 4. Industrie und Handel	 5. Verbraucher	 6. Entsorgung / Recycling	
Direkte CO₂-Emissionen (Scope 1)		Energieverbrauch unserer Produktionsstandorte: 336					336 (0,7%)
Indirekte CO₂-Emissionen (Scope 2)		Fremdbezogene Energie (Strom, Dampf): 200					200 (0,4%)
Indirekte Emissionen in CO₂-Äquivalenten (Scope 3)	Chemikalien: 9.924 Verpackung: 1.842 Rohstofftransport: 217	Produktionsabfälle: 19 Geschäftsreisen: 43	Transport unserer Produkte: 606		Anwendung unserer Produkte: 30.658	Entsorgung unserer Produkte: 1.863	45.172 (99%)
	11.983 (26%)	598 (1%)	606 (1%)		30.658 (67%)	1.863 (4%)	
Gesamt: Rund 45.708 Tausend Tonnen CO₂/CO₂-Äquivalente							

¹ Für Erläuterungen siehe Angaben zum GRI 305 im Anhang im GRI-Index.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Index

Der Index in den Tabellen zeigt die Entwicklung der spezifischen Kennzahlen im Vergleich zur Produktionsmenge (pro Tonne Produkt).

Basis (= 100 Prozent) für den Index ist das Jahr 2016.

Produktionsmengen

Angaben in Tausend Tonnen	2016	2017	2018	2019	2020
Produktionsmengen	8.419	9.390	9.057	9.532	9.486
Index: Veränderung 2016 bis 2020					+13%

Der Anstieg umfasst anteilig die Jahresproduktion unserer Akquisitionen.

Energieverbrauch

Angaben in Tausend Megawattstunden	2016	2017	2018	2019	2020
Fremdbezogene Energie	738	837	840	824	827
davon aus erneuerbaren Quellen	4%	6%	10%	11%	44%
Kohle	126	105	86	79	72
Heizöl	121	115	102	113	109
Gas	1.392	1.484	1.471	1.454	1.402
Summe	2.377	2.541	2.500	2.470	2.410
Index: Veränderung 2016 bis 2020					-10%

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

Kohlendioxid-Emissionen

Angaben in Tausend Tonnen	2016	2017	2018	2019	2020
Eigene Kohlendioxid-Emissionen ¹	355	365	353	351	336
Kohlendioxid-Emissionen aus fremdbezogener Energie ²	314	344	329	315	200
Summe	669	709	682	665	535
Index: Veränderung 2016 bis 2020					-29%

Das durch Henkel freigesetzte Kohlendioxid entsteht fast ausschließlich bei der Energieerzeugung.

¹ Emissionen aus der Erzeugung von Energie für den Verkauf an Dritte werden bei diesen Angaben nicht berücksichtigt.

² Emissionen werden mit der marktbasierten Methode entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol berechnet.

Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen

Angaben in Tonnen	2016	2017	2018	2019	2020
Emissionen flüchtiger organischer Verbindungen	390	432	597	427	411
Index: Veränderung 2016 bis 2020					-6%

Wasserverbrauch und Abwassermenge

Angaben in Tausend Kubikmetern	2016	2017	2018	2019	2020
Wasserverbrauch	7.822*	8.654*	8.359*	8.324*	8.231
Abwassermenge	3.169*	3.423*	3.544*	3.485*	3.577
Index: Veränderung 2016 bis 2020					
			Wasserverbrauch		-7%
			Abwassermenge		0%

Gegenüber dem Wasserverbrauch ergeben sich geringere Abwassermengen, da Wasser in vielen unserer Produkte enthalten ist und Verdunstungsverluste in Prozessen auftreten.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

CSB-Emissionen in das Abwasser

Angaben in Tonnen	2016	2017	2018	2019	2020
CSB-Emissionen in das Abwasser	7.037	8.726	8.024	8.333	8.612
Index: Veränderung 2016 bis 2020					+9%

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

Schwermetall-Emissionen im Abwasser

Angaben in Kilogramm	2016	2017	2018	2019	2020
Zink	481	593	445	621	473
Blei, Chrom, Kupfer, Nickel	268	228	277	241	257
Summe	748	821	721	862	730
Index: Veränderung 2016 bis 2020					-14%

Besonders bedenkliche Schwermetalle wie Quecksilber und Cadmium sind in unserer Produktion nicht wesentlich.

Abfälle zur Wiederverwertung und Beseitigung

Angaben in Tausend Tonnen	2016	2017	2018	2019	2020
Abfall zur Wiederverwertung ¹	68	72	71	67	64
Gefährlicher Abfall zur Beseitigung	13	13	13	11	10
Abfall zur Beseitigung	39	38	40	32	29
Summe	120	123	124	111	103
Index: Veränderung 2016 bis 2020					-24%

Bau- und Abbruchabfälle	70 ²	28	42	23*	18
-------------------------	-----------------	----	----	-----	-----------

Wir haben den Anteil der Bau- und Abbruchabfälle aus unserer Bilanz herausgezogen und separat dargestellt, da einzelne, größere Bauprojekte bzw. deren Abwesenheit einen erheblichen Einfluss auf unsere Abfallbilanz haben. So können wir die Leistungen unserer Standorte und unsere Fortschritte transparenter darstellen.

¹ Beinhaltet stoffliche und thermische Verwertung.

² Der Anstieg im Jahr 2016 resultiert aus umfassenden Infrastrukturprojekten.

Staub-Emissionen

Angaben in Tonnen	2016	2017	2018	2019	2020
Staub-Emissionen	279	398	316	287*	290
Index: Veränderung 2016 bis 2020					-8%

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

Schwefeldioxid-Emissionen

Angaben in Tonnen	2016	2017	2018	2019	2020
Schwefeldioxid-Emissionen	105	94	80	72	119
Index: Veränderung 2016 bis 2020					+1%

Stickoxid-Emissionen

Angaben in Tonnen	2016	2017	2018	2019	2020
Stickoxid-Emissionen	418	493	409	433	590
Index: Veränderung 2016 bis 2020					+25%

Verbrauch von Chlorkohlenwasserstoffen

Angaben in Tonnen	2016	2017	2018	2019	2020
Verbrauch von Chlorkohlenwasserstoffen	1.249	1.387	1.320	1.415	1.155
Index: Veränderung 2016 bis 2020					-18%

Bei der überwiegenden Menge an Chlorkohlenwasserstoffen handelt es sich um Dichlormethan, das in Großbritannien und in den USA als Inhaltsstoff in Abbeizern eingesetzt wird.

* Im Rahmen der Prüfung unserer Daten identifizierte Fehler haben wir korrigiert.

Vorwort
Henkel auf einen Blick
Nachhaltigkeitsstrategie
Management
Einkauf und Lieferanten
Produktion
Logistik und Transport
Produktverantwortung
Verpackungen
Adhesive Technologies
Beauty Care
Laundry & Home Care
Mitarbeiter
Gesellschaftliches Engagement
Stakeholder-Dialog
Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Mitarbeiter-Kennzahlen



Mitarbeiter (am 31.12.)

	2016	2017	2018	2019	2020
Henkel weltweit ¹	51.350	53.700	53.000	52.450	52.950
Mitarbeiterstruktur					
– Tarifmitarbeiter	76,9%	77,7%	77,4%	77,5%	76,5%
– Führungskräfte	21,7%	20,9%	21,3%	21,2%	22,1%
– Top-Führungskräfte ²	1,4%	1,4%	1,3%	1,3%	1,4%
Mitarbeiterfluktuation weltweit ³	6,3%	6,8%	7,1%	6,6%	4,6%

¹ Stammpersonal ohne Auszubildende. Werte sind gerundet.

² Corporate Senior Vice Presidents, Führungskreise I und IIa.

³ Mitarbeiterkündigungen.

Alter und Betriebszugehörigkeit (am 31.12.)

	2016	2017	2018	2019	2020
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in Jahren	10,3	10,2	10,5	10,6	10,7
Durchschnittsalter der Mitarbeiter in Jahren	40,3	40,5	40,9	41,1	41,2
Altersstruktur					
16 – 29	17,3%	16,9%	16,1%	15,3%	15,1%
30 – 39	33,0%	33,0%	32,7%	33,0%	32,8%
40 – 49	27,9%	27,3%	27,2%	27,1%	27,3%
50 – 65	21,8%	22,8%	24,0%	24,6%	24,8%

Die Altersstruktur bei Henkel spiegelt die Vielfalt unserer Kunden und Märkte wider und ermöglicht es uns, den unterschiedlichen Verbraucher- und Marktbedürfnissen gerecht zu werden.

Nationalitäten (am 31.12.)

	2016	2017	2018	2019	2020
Henkel	123	120	120	120	125
Führungskräfte	90	89	90	88	93
Am Hauptsitz Düsseldorf	64	66	71	72	73

Die Internationalität unserer Belegschaft spiegelt unsere Geschäftspolitik wider, einerseits Positionen vor Ort mit lokalen Mitarbeitern und andererseits Stellen in der Konzern-Zentrale in Deutschland international zu besetzen.

Frauenanteil (am 31.12.)

in Prozent	2016	2017	2018	2019	2020
Henkel	33,1	34,3	34,4	35,5	36,1
Führungskräfte	34,3	34,5	34,7	35,7	36,9
Top-Führungskräfte ¹	22,5	23,2	22,9	24,3	25,2

¹ Corporate Senior Vice Presidents, Führungskreise I und IIa.

Als Ergebnis unserer konsequent verfolgten Diversity-Strategie haben wir den Anteil von Frauen in unserer Belegschaft und auf den unterschiedlichen Führungsebenen kontinuierlich weiterentwickelt.

Mitarbeiter in Teilzeit (am 31.12.)

in Prozent	2016	2017	2018	2019	2020
Teilzeitquote global	3	3	3	3	3
Westeuropa (inklusive Deutschland)	9	9	9	10	9
Deutschland	11	12	12	12	12

Teilzeitarbeitsmodelle sind vor allem in Westeuropa und speziell in Deutschland relevant. In Wachstumsmärkten wie Asien, Osteuropa, dem Nahen Osten oder Lateinamerika werden Teilzeitarbeitsmodelle deutlich weniger nachgefragt.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Mitarbeiterentwicklung

	2016	2017	2018	2019	2020
Interne Beförderungen (Führungskräfte)	1.181	1.325	1.262	1.501	1.356
Internationale Job-Rotationen	428	380	319	282	242
Auszubildende (Deutschland) ¹	488	502	501	534	519
Durchschnittliche Fortbildung in Tagen ²	1,6	1,8	1,7	1,8	1,5

¹ Die berufliche Erstausbildung umfasst Auszubildende und Bachelor-Studierende.

² Unsere Mitarbeiter haben vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten, die neben den klassischen Fortbildungen und Präsenzseminaren auch digitale Lernmodule sowie Lernen im betrieblichen Alltag beinhalten.

Mitarbeiter mit Kollektivvereinbarungen (am 31.12.)

in Prozent	2016	2017	2018	2019	2020
Anteil weltweit	49	45	47	47	49
Anteil Europäische Union (EU)	73	64	68	68	69

Mitarbeiteraktienprogramm (am 31.12.)

in Prozent	2016	2017	2018	2019	2020
Beteiligungsquote	30,7	31,4	31,5	30,2	29,6

Rund 12.400 Mitarbeiter in 58 Ländern erwarben 2020 im Rahmen des Programms Henkel-Vorzugsaktien. Zum Jahresende hielten insgesamt etwa 17.500 Mitarbeiter rund 2,7 Mio Stück und damit rund 1,5 Prozent der Vorzugsaktien in den Programmdepots.

Gesellschaftliche Kennzahlen



Gesellschaftliches Engagement

	2016	2017	2018	2019	2020
Gesamtzahl der geförderten Projekte	2.051	2.124	2.032	2.044	2.655
Zahl der erreichten Menschen	1.223.598	1.268.791	1.285.851	1.324.806	7.362.052
Freistellungen von Mitarbeitern von der Arbeit für von ihnen initiierte Projekte in Tagen	335	204	327	301	71
Gesamtsumme Spenden in Tausend Euro (Geld- und Produktspenden ohne Freistellung von Mitarbeitern)	7.814	8.037	8.304	8.096	29.992
Zahl der erreichten Schulkinder durch unsere Nachhaltigkeitsbotschafter	29.456	43.306	17.373 ¹	17.336 ¹	841

¹ Die Zahl wurde aufgrund von nachgereichten Meldungen angepasst.

Die Gesamtsumme der Spenden liegt deutlich über dem Vorjahresniveau. Dies ist auf unseren Beitrag zur Bekämpfung der globalen COVID-19-Pandemie zurückzuführen (detaillierte Beschreibung auf Seite 185). Auch die Zahl der geförderten Projekte liegt über dem Vorjahresniveau. Die Mitarbeiterprojekte erforderten aufgrund der besonderen Umstände im Jahr 2020 deutlich weniger Freistellungen als im Vorjahr. Grundsätzlich können Mitarbeiter im Rahmen des Mitarbeiterengagements bis zu fünf Tage Freistellung im Jahr beantragen. Auch die Zahl der durch unsere Nachhaltigkeitsbotschafter erreichten Kinder lag 2020 wegen der stark eingeschränkten Möglichkeit, Schulen zu besuchen, deutlich unter den Vorjahreswerten.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen**
- Referenz- und Berichtsrahmen

Gesellschaftliche Förderprojekte, aufgeteilt nach den Entwicklungszielen der Vereinten Nationen

in Prozent	2020
SDG 1: Keine Armut	21,6
SDG 2: Kein Hunger	1,8
SDG 3: Gesundheit und Wohlbefinden	37,9
SDG 4: Hochwertige Bildung	28,1
SDG 5: Geschlechtergleichheit	5,9
SDG 6: Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen	0,3
SDG 7: Bezahlbare und saubere Energie	0,1
SDG 8: Menschenwürdige Arbeitsplätze und Wirtschaftswachstum	0,3
SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur	0,1
SDG 10: Weniger Ungleichheiten	0,5
SDG 11: Nachhaltige Städte und Gemeinden	0,2
SDG 12: Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion	0,3
SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz	0,1
SDG 14: Leben unter Wasser	0,0
SDG 15: Leben an Land	0,4
SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen	1,6
SDG 17: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele	0,7

Im Jahr 2011 haben wir begonnen, den Anteil der sozialen Projekte zu melden, mit denen Henkel im Rahmen des Engagements für den Global Compact der Vereinten Nationen die Millenniums-Entwicklungsziele (MDGs) unterstützt. Im Jahr 2016 haben wir im Nachhaltigkeitsbericht unseren Beitrag zu den MDGs und zu den **Zielen für nachhaltige Entwicklung** (Sustainable Development Goals – SDGs) ausgewiesen, die im September 2015 die MDGs ersetzt haben. Seit 2017 berichten wir nur über den Beitrag zu den SDGs. Eine Auflistung der Beiträge zu den MDGs von 2011 bis 2016 finden Sie im Henkel-Nachhaltigkeitsbericht 2016 auf Seite 133. Die SDGs beeinflussen nicht die Art von Projekten, die im Rahmen unseres Mitarbeiterengagements vorgeschlagen werden, aber viele unserer Corporate-Citizenship-Aktivitäten tragen direkt zu den SDGs bei.

Arbeitsicherheit



99 Prozent der Henkel-Mitarbeiter wurden erfasst.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen**
- Referenz- und Berichtsrahmen

Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden

Mindestens ein Ausfalltag (ohne Wegeunfälle)	2016	2017	2018	2019	2020
Henkel-Mitarbeiter	1,0	1,1	1,0	0,7	0,6
Mitarbeiter von Leasing-Firmen, die an Henkel-Standorten tätig sind und im direkten Auftragsverhältnis stehen	0,9	1,0	1,0	0,6	0,7

Schwere Arbeitsunfälle (Henkel-Mitarbeiter)

Mehr als 50 Tage Ausfallzeit	2016	2017	2018	2019	2020
Bei produktionstypischer Tätigkeit	13	11	11	9	5
Bei der Fortbewegung, zum Beispiel Stolpern	8	6	9	5	6

Erläuterungen zum nichtfinanziellen Bericht der Henkel AG & Co. KGaA nach § 289b HGB

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

In Ergänzung zu den vorstehenden, auf den Konzern bezogenen Ausführungen des zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Berichts sind nachfolgend die die Henkel AG & Co. KGaA betreffenden Besonderheiten beziehungsweise wesentlichen Kennzahlen wiedergegeben.

Geschäftstätigkeit

Die Henkel AG & Co. KGaA ist operativ in den drei Unternehmensbereichen Adhesive Technologies, Beauty Care und Laundry & Home Care tätig und zugleich Mutterunternehmen des Henkel-Konzerns.

Als solches ist sie dafür verantwortlich, die unternehmerischen Ziele festzulegen und zu verfolgen. Zudem verantwortet sie das Führungs-, Steuerungs- und Kontrollinstrumentarium einschließlich des Risikomanagements sowie die Verteilung der Ressourcen. Ende 2020 waren rund 8.400 Mitarbeiter bei der Henkel AG & Co. KGaA beschäftigt.

Das operative Geschäft der Henkel AG & Co. KGaA stellt einen Ausschnitt der Geschäftstätigkeit des gesamten Henkel-Konzerns dar und wird unternehmensübergreifend durch die Unternehmensbereiche gesteuert.

Die Nachhaltigkeitsbelange der Henkel AG & Co. KGaA sind sowohl durch ihre eigene operative Tätigkeit geprägt als auch durch die operative Tätigkeit ihrer Tochtergesellschaften. Insoweit kann bezüglich der Nachhaltigkeitsbelange und Risikolage der Henkel AG & Co. KGaA grundsätzlich auf die den Konzern betreffende Erklärung verwiesen werden. Soweit die die Henkel AG & Co. KGaA betreffenden Kennzahlen wesentlich von den Konzernkennzahlen abweichen, sind diese nachfolgend dargestellt [und kommentiert]:

Kennzahlen Henkel AG & Co. KGaA

	2020
Produktionsmengen (in Tausend Tonnen)	743
Kohlendioxid-Emissionen (in Tausend Tonnen)	92¹
Energieverbrauch (in Tausend Megawattstunden)	432
Abfall (in Tausend Tonnen)	25
Wasserverbrauch (in Tausend Kubikmetern)	1.520
Arbeitsunfälle von Henkel-Mitarbeitern (pro eine Million Arbeitsstunden)	0,7
Anzahl Mitarbeiter	8.416

¹ Emissionen werden mit der marktbasierter Methode entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol berechnet. Emissionen aus der Erzeugung von Energie für den Verkauf an Dritte werden bei diesen Angaben nicht berücksichtigt.

- Vorwort
- Henkel auf einen Blick
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Management
- Einkauf und Lieferanten
- Produktion
- Logistik und Transport
- Produktverantwortung
- Verpackungen
- Adhesive Technologies
- Beauty Care
- Laundry & Home Care
- Mitarbeiter
- Gesellschaftliches Engagement
- Stakeholder-Dialog
- Externe Bewertungen
- Kennzahlen**
- Referenz- und Berichtsrahmen

Betriebsstörungen und Umweltverstöße

Henkel berichtet offen über Betriebsstörungen, sobald damit mindestens eine von drei Folgen verbunden ist:

- Gefährdung von Nachbarschaft oder Umwelt,
- materieller Schaden von mehr als 500.000 Euro,
- erhebliche Reaktionen in der Öffentlichkeit.

Außerdem berichtet Henkel transparent über Umweltverstöße mit Strafen, die 10.000 Euro übersteigen.

Auch die daraus abgeleiteten Maßnahmen werden dargelegt.

Jahr	Betriebsstörung	Umweltverstoß
2020	<p>Im Mai 2020 kam es im Entsorgungszentrum des Standortes Düsseldorf, Deutschland, während des Schredderns von restentleerten Kunststoffgebinden zu einem Brand der Schredderanlage. Die Werkfeuerwehr wurde über die automatische Brandmeldeanlage sowie durch einen Mitarbeiter alarmiert und löschte gemeinsam mit der ebenfalls alarmierten Berufsfeuerwehr Düsseldorf in kurzer Zeit den Brand. Es entstanden keine Personenschäden. Das angefallene Löschwasser wurde in Abstimmung mit den zuständigen Behörden ordnungsgemäß entsorgt.</p> <p>Maßnahmen: Der Abfallentsorgungsprozess wurde untersucht und die Mitarbeiter der abfallerzeugenden Betriebe am Standort Düsseldorf wurden zur ordnungsgemäßen Abfallentsorgung geschult. Zusätzlich wurde der Zerkleinerungsprozess hinsichtlich der sicherheitstechnischen Optimierungsmöglichkeiten mit dem Ergebnis bewertet, bei der Anschaffung einer neuen Schredderanlage für diese auch ein Löschanlagenkonzept zu entwickeln und sie damit auszurüsten.</p>	2020 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
	<p>Im Juli 2020 kam es in unserer Waschmittelfabrik in Ibadan, Nigeria, zu einem tödlichen Unfall eines Leasing-Mitarbeiters. Der Mitarbeiter verunglückte im Inneren einer Seifenmischanlage, als er versuchte, auf diese während des normalen Betriebs zuzugreifen. Die Maschine wurde sofort mit dem Not-Aus-Schalter gestoppt. Familie und Behörden wurden umgehend benachrichtigt. Die Ursachenanalyse ergab ein Versagen der Maschinenabsicherung.</p> <p>Maßnahmen: Henkel stand im engen Kontakt mit der Familie des Verunglückten und arbeitete bei der Unfalluntersuchung mit der nigerianischen Regierung zusammen. Alle Maschinen im nigerianischen Werk wurden vor Wiederaufnahme des Betriebs auf ihre Sicherheit hin geprüft. Ebenso wurden alle Maschinen unserer Standorte mit ähnlichen Produktionsbereichen einer Sicherheitsprüfung unterzogen.</p>	



- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)**
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)

Jahr	Betriebsstörung	Umweltverstoß
	<p>An unserem Laundry & Home Care-Produktionsstandort St. Louis, USA, kam es im Mai 2020 aufgrund eines Überdruckvorfalls zu einer Luftkontamination. Ein Rohstoff verursachte während der Entladung eines Lkw Überdruck im Luftleitungssystem der Anlage. Alle Prozesse wurden heruntergefahren und Reparaturen umgehend eingeleitet. Es entstanden keine Personenschäden.</p> <p>Maßnahmen: Nach der Dekontamination der Werksluftleitungen und vor Wiederaufnahme des Betriebs erfolgten Untersuchungen aller Behälter der Sulfonierungsanlage des Werks auf mögliche Schäden. Zusätzlich ergriff Henkel vorbeugende Maßnahmen an allen Standorten weltweit mit ähnlichen Produktionsvorgängen, um vergleichbare Vorfälle zukünftig zu verhindern.</p>	
	<p>In unserem Klebstoffwerk in Bopfinger, Deutschland, kam es im März 2020 während der Produktion eines Schmelzklebstoffes zu einem Brand mit hohen Sachschäden. Nach Auslösung des Feueralarms und Notabschaltung der Anlage wurde das Gebäude evakuiert. Die Feuerwehr konnte den Brand nach kurzer Zeit unter Kontrolle bringen. Durch die installierten Sicherheitseinrichtungen konnte weiterer Schaden verhindert werden. Das angefallene Löschwasser wurde in Abstimmung mit den zuständigen Behörden ordnungsgemäß entsorgt.</p> <p>Maßnahmen: Ein Untersuchungs- und ein Krisenmanagementteam wurde gebildet, um die Brandursache zu ermitteln und gleichzeitig die reibungslose Wiederaufnahme der Produktion an einem anderen Standort zu koordinieren. Das betroffene Gebäude wird derzeit für eine anderweitige Nutzung wiederaufgebaut.</p>	
2019	<p>In unserer Waschmittelfabrik in Ibadan, Nigeria, kam es im August 2019 bei der Herstellung von Pulverwaschmittel im Bereich der Sprühtrocknung zu einem Brand innerhalb der Filteranlage. Installierte Detektoren erkannten das Ereignis unmittelbar. Nach den Vorgaben des lokalen Interventionsplans wurden mit interner und externer Unterstützung umgehend entsprechende Maßnahmen eingeleitet. Der Brand konnte nach kurzer Zeit unter Kontrolle gebracht werden. Es entstanden keine Personen- oder Umweltschäden. Der Vorfall verursachte eine kurzzeitige Betriebsunterbrechung.</p> <p>Maßnahmen: Nach vollständiger Überprüfung aller sicherheitstechnischen Einrichtungen am gesamten Standort erfolgten zusätzlich Schulungen und Notfallübungen unter Einbindung der gesamten Belegschaft, die auch zukünftig regelmäßig wiederholt werden. Die Vollständigkeit und Eignung des Sicherheitskonzepts wurde durch den TÜV Nord nach Auditierung vor Ort bestätigt.</p>	2019 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
	<p>In unserem Klebstoffwerk in Kurkumbh, Indien, kam es im April 2019 zu einer Verpuffung. Leider erlitten zwei Mitarbeiter durch die Verpuffung Verbrennungen. Sie wurden nach unmittelbarer notärztlicher Versorgung ins Krankenhaus überführt, in dem ein Mitarbeiter im Verlauf der Behandlung seinen Verletzungen erlag.</p> <p>Maßnahmen: Bereits während der Behandlung der Mitarbeiter begann Henkel, die Familien und Angehörigen zu begleiten, und engagiert sich weiterhin, um die Familien zu unterstützen. Unmittelbar nach dem Vorfall wurden an jedem unserer Standorte mit ähnlicher Produktion Sicherheitsüberprüfungen durchgeführt, um sicherzustellen, dass der Betrieb ohne Gefahr weitergeführt werden kann.</p>	

- [Vorwort](#)
- [Henkel auf einen Blick](#)
- [Nachhaltigkeitsstrategie](#)
- [Management](#)
- [Einkauf und Lieferanten](#)
- [Produktion](#)
- [Logistik und Transport](#)
- [Produktverantwortung](#)
- [Verpackungen](#)
- [Adhesive Technologies](#)
- [Beauty Care](#)
- [Laundry & Home Care](#)
- [Mitarbeiter](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Stakeholder-Dialog](#)
- [Externe Bewertungen](#)
- [Kennzahlen](#)**
- [Referenz- und Berichtsrahmen](#)

Jahr	Betriebsstörung	Umweltverstoß
2018	2018 gab es bei Henkel keine Betriebsstörungen.	2018 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
2017	<p>In unserem Klebstoffwerk in Düsseldorf, Deutschland, kam es im Januar 2017 zu einem Produktaustritt auf das Werksgelände. Während der Produktion eines Klebstoffs wurde mit der Zugabe von wasserhaltigem Lösungsmittel ungewollt bereits der Aushärteprozess des Klebstoffs in Gang gesetzt. Der entstandene Klebstoffschaum aktivierte das Druckentlastungssystem und gelangte vom Auffangraum nach draußen auf eine Werkstraße. Der ausgehärtete Schaum wurde von der Straße mechanisch entfernt. Der Vorfall verursachte keine wesentliche Betriebsunterbrechung und es entstanden keine Personen- oder Umweltschäden.</p> <p>Maßnahmen: Die Auslegung des Druckentlastungssystems sowie die Alarmfunktion wurden geprüft. Zusätzlich wurde ein Messinstrument installiert, das kontinuierlich die Wasserfreiheit des Lösungsmittels misst.</p>	2017 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.
2016	<p>In unserem Klebstoffwerk in Taizhou, China, kam es im Dezember 2016 bei einem Brand in einer Produktionsstätte für Sekundenkleber zu Sachschäden. Die örtliche Feuerwehr konnte den Brand schnell unter Kontrolle bringen. Es entstanden keine Personen- oder Umweltschäden. Der Brand verursachte eine vorübergehende Betriebsunterbrechung.</p> <p>Maßnahmen: Die Untersuchungen zum genauen Ausmaß der Schäden im Werk haben ergeben, dass für einen ordnungsgemäßen Betrieb ein vollständiger Wiederaufbau erforderlich wäre. Vor diesem Hintergrund wurde das Werk am 3.12.2017 geschlossen. Die betroffenen Mitarbeiter wurden am 3.11.2017 informiert. Alle Maßnahmen erfolgten im Einklang mit den in China geltenden rechtlichen Bestimmungen.</p>	2016 gab es bei Henkel keine Umweltverstöße.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Referenz- und Berichtsrahmen

GRI-Index

Zur Nachhaltigkeitsberichterstattung wendet Henkel die in den GRI-Standards der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Grundsätze und Standardangaben, den Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1 und 2), den Corporate Value Chain Standard (Scope 3) der Greenhouse Gas Protocol Initiative vom World Resources Institute (WRI) und vom World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) an. Außerdem werden unternehmensintern definierte Kriterien zur Ermittlung von CO₂-Einsparungen durch eigene Produkte, in Verbindung mit internen Richtlinien, berücksichtigt. Unser [→ GRI-Index](#) verweist auf die erforderlichen Informationen in unserem Geschäftsbericht und in unserem Nachhaltigkeitsbericht.

UN Global Compact-Index

Henkel gehört seit 2003 zu den Unterzeichnern des UN Global Compact. Der UN Global Compact ist eine strategische Initiative für Unternehmen, die ihre Strategien und Geschäftstätigkeiten an zehn universell anerkannten Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Anti-Korruption ausrichten. Wir erstellen und veröffentlichen jedes Jahr eine [→ Übersicht](#), die auf Informationen in unserem Nachhaltigkeitsbericht verweist und unsere Fortschritte hinsichtlich der vom Global Compact definierten Prinzipien darlegt.

NFB-Index

Der Nachhaltigkeitsbericht 2020 ist zugleich der für den Henkel-Konzern und die Henkel AG & Co. KGaA zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht für das Geschäftsjahr 2020 im Sinn der Paragraphen (§§) 315b, 315c in Verbindung mit 289b bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB). Die über GRI hinausgehende Berichterstattung zur Erfüllung der HGB-Anforderungen ist in diesem [→ Index](#) mit Angaben zum nichtfinanziellen Bericht dargestellt.

Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen

Die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, abgekürzt SDGs) schaffen ein gemeinsames Verständnis dafür, wie sich Regierungen, die Zivilgesellschaft und Unternehmen aller Größenordnungen und Branchen zusammenschließen können, um den Fortschritt bei der Bekämpfung von Armut, der Sicherung von Wohlstand und dem Schutz des Planeten voranzutreiben. Henkel unterstützt aktiv die [Erreichung der SDGs](#); und wir überprüfen unsere Ziele und Initiativen innerhalb unseres eigenen Nachhaltigkeitsansatzes kontinuierlich, um sicherzustellen, dass sie den Prioritäten der 17 SDGs entsprechen.

 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Berichtsrahmen

1992 haben wir unseren ersten Umweltbericht veröffentlicht und kontinuierlich zum heutigen Nachhaltigkeitsbericht weiterentwickelt. Er erscheint 2020 zum 30. Mal und bildet gemeinsam mit unserem Geschäftsbericht eine integrierte Unternehmensberichterstattung.

Der Nachhaltigkeitsbericht fasst die wesentlichen ökologischen sowie gesellschaftlichen und sozialen Entwicklungen im Geschäftsjahr 2020 zusammen. Seit unserem Beitritt zum Global Compact der Vereinten Nationen im Jahr 2003 dient dieser Bericht auch als jährlich vorzulegender Fortschrittsbericht.

Die berichteten Inhalte spiegeln die für unsere Geschäftstätigkeit relevanten und materiellen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung wider. In die Themenauswahl eingeflossen sind die Ergebnisse des kontinuierlichen Stakeholder-Dialogs. Besondere Berücksichtigung finden der Austausch mit internationalen Nachhaltigkeitsexperten, die Kriterien verschiedener finanz- und nachhaltigkeitsorientierter Ratingagenturen sowie die  **Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI)**.

Die produktionsbezogenen Umweltkennzahlen ermitteln wir an Produktionsstätten in 57 Ländern. Sie repräsentieren 100 Prozent des weltweiten Produktionsvolumens. Henkel berichtet offen über schwere Betriebsstörungen, sofern sich solche im Berichtszeitraum

ereignet haben, sowie die daraufhin ergriffenen Maßnahmen. Die Arbeitsunfälle erheben wir über ein weltweit einheitliches Berichtssystem; 99 Prozent der Henkel-Mitarbeiter werden dort erfasst.

Die veröffentlichten Mitarbeiter-Kennzahlen erfassen 99 Prozent unserer Mitarbeiter.

Berichterstattungsinitiativen

Neue Impulse in das Unternehmen tragen und eigene Erfahrungen mit anderen teilen – diesen Ansatz verfolgt Henkel bei der Mitarbeit in internationalen Berichterstattungsinitiativen.

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

Die Ergebnisse dieser Arbeit werden der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Henkel unterstützt damit das Ziel, das allgemeine Niveau der freiwilligen Berichterstattung über Umweltschutz und gesellschaftliche Verantwortung weiter anzuheben.

 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der nichtfinanziellen Berichterstattung und von Nachhaltigkeitsinformationen

An die Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf

Wir haben die im Anhang zum Nachhaltigkeitsbericht im Abschnitt „Indizes“

- in den Unterabschnitten „Allgemeine Angaben“ und „Themenspezifische Standards“ mit einem „✓“ gekennzeichneten Kapitel zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (im Folgenden die „Nachhaltigkeitsangaben“) und

- in den Unterabschnitten „Allgemeine Angaben“, „Themenspezifische Standards“ und „Angaben zum nichtfinanziellen Bericht (NFB)“ mit einem „✓“ gekennzeichneten Kapitel des nichtfinanziellen Berichts nach §§ 289b Abs. 3 und 315b Abs. 3 HGB (im Folgenden die „nichtfinanziellen Angaben“)

im „Nachhaltigkeitsbericht 2020“, der zugleich der zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht nach §§ 289b Abs. 3 und 315b Abs. 3 HGB ist, der Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, (im Folgenden die „Gesellschaft“) für den Zeitraum vom 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 (im Folgenden der „Nachhaltigkeitsbericht“) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen. Unser Auftrag bezieht sich dabei ausschließlich auf die mit dem Symbol „✓“ gekennzeichneten Angaben.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung der Nachhaltigkeitsangaben in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Standards der Global Reporting Initiative genannten Grundsätzen (im Folgenden die „GRI-Kriterien“) und des nichtfinanziellen Berichts in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB sowie für die Auswahl der zu beurteilenden Nachhaltigkeitsangaben und nichtfinanziellen Angaben.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur nichtfinanziellen Berichterstattung und Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben und nichtfinanziellen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Nachhaltigkeitsberichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Vorwort

Henkel auf einen Blick

Nachhaltigkeitsstrategie

Management

Einkauf und Lieferanten

Produktion

Logistik und Transport

Produktverantwortung

Verpackungen

Adhesive Technologies

Beauty Care

Laundry & Home Care

Mitarbeiter

Gesellschaftliches Engagement

Stakeholder-Dialog

Externe Bewertungen

Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätssicherungsstandards 1 „Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis“ (IDW QS 1) – an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die im Anhang zum Nachhaltigkeitsbericht im Abschnitt „Indizes“ in den Unterabschnitten „Allgemeine Angaben“ und „Themenspezifische Standards“ mit einem „✓“ gekennzeichneten Nachhaltigkeitsangaben und die im Anhang zum Nachhaltigkeitsbericht im Abschnitt „Indizes“ in den Unterabschnitten „Allgemeine Angaben“, „Themenspezifische Standards“ und „Angaben zum nichtfinanziellen Bericht (NFB)“ mit einem „✓“ gekennzeichneten nichtfinanziellen Angaben im Nachhaltigkeitsbericht abzugeben.

Nicht Gegenstand unseres Auftrages ist die Beurteilung von externen Dokumentationsquellen oder Expertenmeinungen, auf die im Nachhaltigkeitsbericht verwiesen wird.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit begrenzter Sicherheit beurteilen können, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die im Anhang zum Nachhaltigkeitsbericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020 im Abschnitt „Indizes“

- in den Unterabschnitten „Allgemeine Angaben“ und „Themenspezifische Standards“ mit einem „✓“ gekennzeichneten Nachhaltigkeitsangaben in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind, oder
- in den Unterabschnitten „Allgemeine Angaben“, „Themenspezifische Standards“ und „Angaben zum nichtfinanziellen Bericht (NFB)“ mit einem „✓“ gekennzeichneten nichtfinanziellen Angaben in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden sind.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass

 Vorwort

 Henkel auf einen Blick

 Nachhaltigkeitsstrategie

 Management

 Einkauf und Lieferanten

 Produktion

 Logistik und Transport

 Produktverantwortung

 Verpackungen

 Adhesive Technologies

 Beauty Care

 Laundry & Home Care

 Mitarbeiter

 Gesellschaftliches Engagement

 Stakeholder-Dialog

 Externe Bewertungen

 Kennzahlen

Referenz- und Berichtsrahmen

dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir u.a. folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation und über die Einbindung von Stakeholdern
- Befragung von Mitarbeitern, die in die Aufstellung des Nachhaltigkeitsberichts einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über Angaben im Nachhaltigkeitsbericht
- Identifikation wahrscheinlicher Risiken wesentlicher falscher Angaben im Nachhaltigkeitsbericht
- Analytische Beurteilung von Angaben im Nachhaltigkeitsbericht
- Abgleich von Angaben mit den entsprechenden Daten im Konzernabschluss und zusammengefassten Lagebericht
- Beurteilung der Darstellung der Angaben

Prüfungsurteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die im Anhang zum Nachhaltigkeitsbericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020 im Abschnitt „Indizes“,

- in den Unterabschnitten „Allgemeine Angaben“ und „Themenspezifische Standards“ mit einem „✓“ gekennzeichneten Nachhaltigkeitsangaben in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten GRI-Kriterien aufgestellt worden sind, oder

- in den Unterabschnitten „Allgemeine Angaben“, „Themenspezifische Standards“ und „Angaben zum nichtfinanziellen Bericht (NFB)“ mit einem „✓“ gekennzeichneten nichtfinanziellen Angaben in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

Verwendungszweck des Vermerks

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage der mit der Gesellschaft geschlossenen Aufträge. Die Prüfung wurde für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt.

Der Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

München, den 9. Februar 2021

PricewaterhouseCoopers GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Hendrik Fink

Wirtschaftsprüfer

ppa. Theres Schäfer

Wirtschaftsprüferin

Kontakte

Corporate Communications

Telefon: +49 (0) 211 / 797-35 33

E-Mail: corporate.communications@henkel.com

Sustainability Management

Telefon: +49 (0) 211 / 797-36 80

E-Mail: sustainability@henkel.com

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Mitarbeiter, Aktionäre oder Kunden sind als geschlechtsneutral anzusehen.

Soweit nicht anders gekennzeichnet, handelt es sich bei den in dieser Publikation genannten Zeichen um eingetragene Marken der Henkel-Gruppe mit Schutz in Deutschland und in anderen Ländern.

Diese Information enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen der Unternehmensleitung der Henkel AG & Co. KGaA beruhen. Mit der Verwendung von Worten wie erwarten, beabsichtigen, planen, vorhersehen, davon ausgehen, glauben, schätzen und ähnlichen Formulierungen werden zukunftsgerichtete Aussagen gekennzeichnet. Diese Aussagen sind nicht als Garantien dafür zu verstehen, dass sich diese Erwartungen auch als richtig

Impressum

Herausgeber

Henkel AG & Co. KGaA

40191 Düsseldorf

© 2021 Henkel AG & Co. KGaA

Redaktion und Koordination

Uwe Bergmann, Helen Cramer, Yvonne Gottschlich,
Lisa-Maria Gruss, Dr. Dorli Harms, Jan Harst,
Annalena Hojenski, Mareike Klein, Kolja Linnemann,
Christina Salmen

Design und Satz

MPM Corporate Communication Solutions,
Mainz

Lektorat

Thomas Krause, Krefeld

Veröffentlichungsdatum dieses Berichts

4. März 2021

PR-Nr.: 03 21 0

erweisen. Die zukünftige Entwicklung sowie die von der Henkel AG & Co. KGaA und ihren Verbundenen Unternehmen tatsächlich erreichten Ergebnisse sind abhängig von einer Reihe von Risiken und Unsicherheiten und können daher wesentlich von den zukunftsbezogenen Aussagen abweichen. Verschiedene dieser Faktoren liegen außerhalb des Einflussbereichs von Henkel und können nicht präzise vorausgeschätzt werden, zum Beispiel das künftige wirtschaftliche Umfeld sowie das Verhalten von Wettbewerbern und anderen Marktteilnehmern. Eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen ist weder geplant noch übernimmt Henkel hierzu eine gesonderte Verpflichtung. Dieses Dokument wurde nur zu Informationszwecken erstellt und stellt somit weder eine Anlageberatung noch ein Angebot zum Verkauf oder eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren irgendwelcher Art dar.

Weitere Publikationen

Auf unserer Webseite bieten wir alle seit 1992 veröffentlichten Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichte zum Download an. Außerdem finden sich dort unsere Geschäftsberichte, Quartalsfinanzberichte / -mitteilungen, Unternehmenszweck, Vision, Mission und Werte, Code of Conduct, Code of Corporate Sustainability, SHE Standards, Public Affairs Standard und Social Standards.

 www.henkel.de/publikationen

Unsere Finanzpublikationen im Internet:

 www.henkel.de/berichte

Unsere Nachhaltigkeitsberichte im Internet:

 www.henkel.de/nachhaltigkeit/berichte

Henkel App verfügbar für iOS und Android:



Henkel in Social Media:



www.linkedin.com/company/henkel

www.twitter.com/henkel

www.facebook.com/henkeldeutschland

www.instagram.com/henkel

www.youtube.com/henkel