

Nachhaltigkeitsbotschafter: Interview

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

(Zitate können frei verwendet werden)

Warum hat Henkel das Botschafter-Programm initiiert?

Wir bei Henkel hatten schon immer eine starke Ausrichtung auf Nachhaltigkeit. Wir haben erkannt, dass wir bei unseren Mitarbeitern das Bewusstsein und Engagement stärken müssen, wie sie in ihrem alltäglichen Leben zu Nachhaltigkeit beitragen können. Aus diesem Grund haben wir 2012 das Botschafter-Programm gestartet, das unseren Mitarbeitern in Schulungen die Grundsätze nachhaltiger Entwicklung und unsere Nachhaltigkeitsstrategie vermittelt – und das auf eine sehr interaktive und unterhaltsame Weise. Dabei ermutigen wir unsere Kollegen als Nachhaltigkeitsbotschafter auch Andere, zum Beispiel Kollegen, Lieferanten, Kunden, Verbraucher und Schüler zu motivieren, einen Beitrag zu Nachhaltigkeit zu leisten. Seit Beginn des Programms hat Henkel über 3.800 Nachhaltigkeitsbotschafter in 70 Ländern geschult.

Welche Bedeutung hat ein höheres Nachhaltigkeitsbewusstsein für Henkel?

Wenn wir auch zukünftig gut und im Einklang mit den begrenzten Ressourcen der Erde leben wollen, müssen wir verstehen, dass jede unserer Entscheidungen und Verhaltensweisen wesentlich zum Verbrauch von Energie, Wasser und anderen Ressourcen beiträgt. Aber vielen Menschen ist nicht klar, wie groß der Einfluss ihres persönlichen Verhaltens tatsächlich ist. Daher müssen wir das Bewusstsein stärken, dass wirklich jede einzelne Entscheidung relevant ist, und lernen, Ressourcen effizienter zu nutzen, um mit weniger mehr zu erreichen. Nur wenn jeder Einzelne sich engagiert, können wir unser Ziel erreichen, bis zum Jahr 2030 den geschaffenen Wert im Verhältnis zum ökologischen Fußabdruck unserer Geschäftstätigkeit, Produkte und Dienstleistungen zu verdreifachen.

Warum besuchen Nachhaltigkeitsbotschafter Grundschulen?

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

Darüber hinaus bereitet es unseren Nachhaltigkeitsbotschaftern viel Freude, mit hoch-motivierten Schülern darüber zu sprechen, wie sie selbst einen Beitrag leisten können. So viel Begeisterung ist ansteckend. Das ist meiner Meinung nach einer der wesentlichen Gründe dafür, warum Henkel-Botschafter das Thema Nachhaltigkeit bereits rund 36.000 Grundschulern in 37 Ländern vermittelt haben.

Sind Sie persönlich auch an dem Programm beteiligt?

Ja, denn schließlich ist es ja wichtig, dass von der Unternehmensspitze ein positiver Impuls ausgeht. Viele Mitglieder des Henkel-Vorstands haben im Rahmen des Botschafter-Programms bereits Grundschulen besucht. Die Gespräche mit den Schülern waren eine tolle Erfahrung. Es hat mich überrascht, wie interessiert die Kinder sind und mit wie viel Begeisterung sie einen Beitrag leisten wollen. Die Schüler haben unglaublich viele kreative Ideen.

Wie sieht der nächste Schritt aus?

In diesem Jahr wird Henkel das Botschafter-Programm in weiteren Ländern einführen. Henkel hat weltweit fast 50.000 Mitarbeiter, die alle einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten können. Neben der Schulung weiterer Nachhaltigkeitsbotschafter haben wir das so genannte „(Y)our Move“-Programm initiiert. Hier geht es darum, Rollenvorbilder in verschiedenen Bereichen im Büroalltag aufzuzeigen. Wir beleuchten hier, wie wir uns in unserer täglichen Arbeit nachhaltiger verhalten können, zum Beispiel mit Energiesparmaßnahmen, nachhaltigem und gesundem Essen, Nachhaltigkeitsspendenveranstaltungen und Smart Printing. Diese Dimensionen ermöglichen jedem Mitarbeiter auszuwählen, wo er oder sie den größten individuellen Einfluss für mehr Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz und auch zu Hause hat. Die

Testphase dieses Programms war ein großer Erfolg und wir planen, das „(Y)our move“-Programm in diesem Jahr auszuweiten.

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