

Presseinformation

23. Februar 2017

Henkel veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht 2016

Nachhaltigkeit bei Henkel: Starke Performance und führende Position

- **Nachhaltigkeitsleistungen erneut verbessert**
- **Führende Positionen in internationalen Ratings und Indizes**
- **Klare Prioritäten für die Zukunft**
- **Umfassende digitale Berichterstattung zu Nachhaltigkeit**

„Wir haben auch im Jahr 2016 unsere Performance im Bereich Nachhaltigkeit weiter verbessert und konkrete Fortschritte erzielt. Unsere Leistungen für mehr Nachhaltigkeit spiegeln sich auch in den ausgezeichneten Ergebnissen in wichtigen internationalen Ratings und Indizes wider“, sagte Kathrin Menges, Personalvorstand und Vorsitzende des Sustainability Council von Henkel.

„Wir wollen einen Beitrag dazu leisten, die globalen Nachhaltigkeits- und Klimaschutzziele der internationalen Staatengemeinschaft zu erreichen. Dazu werden wir Nachhaltigkeit entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette vorantreiben. Dabei verfolgen wir ambitionierte Ziele und wollen noch stärker zum sozialen und gesellschaftlichen Fortschritt beitragen“, so Kathrin Menges.

Nachhaltig Werte schaffen

Mit weniger Ressourcen mehr zu erreichen – das ist das Ziel der langfristigen Nachhaltigkeitsstrategie von Henkel. Henkel will nachhaltig Werte schaffen – für Kunden und Verbraucher sowie das gesellschaftliche Umfeld. Zugleich soll der Ressourceneinsatz deutlich verbessert werden: Bis 2030 will Henkel seine Effizienz verdreifachen.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016 hat das Unternehmen erneut konkrete Fortschritte dabei gemacht, die Zwischenziele für 2020 (Basisjahr 2010) zu erreichen:

- Der Energieverbrauch und CO₂-Emissionen (pro Tonne Produkt) gingen um 22 Prozent zurück (Ziel 2020: -30 Prozent).
- Das Abfallaufkommen (pro Tonne Produkt) konnte um 26 Prozent verringert werden (Ziel 2020: -30 Prozent).
- Der Wasserverbrauch (pro Tonne Produkt) sank um 23 Prozent (Ziel 2020: -30 Prozent).
- Die Arbeitssicherheit (pro 1 Mio. Arbeitsstunden) verbesserte sich um 17 Prozent (Ziel 2020: +40 Prozent).
- Der Umsatz (pro Tonne Produkt) stieg um 8 Prozent (Ziel 2020: +22 Prozent).

Insgesamt konnte Henkel das Verhältnis zwischen geschaffenenem Wert und dem ökologischem „Fußabdruck“ im Vergleich zum Basisjahr 2010 bereits um 42 Prozent verbessern. Bis 2020 soll die Ressourceneffizienz um 75 Prozent gesteigert werden.

Führende Positionen in Ratings und Indizes bestätigt

Das nachhaltige Wirtschaften und die Leistungen von Henkel überzeugten auch Nachhaltigkeitsexperten, Ratingagenturen und Kapitalmärkte: Henkel wird unter anderem im Dow Jones Sustainability Index (DJSI World), FTSE4Good, in den STOXX Global ESG Leaders, im Euronext Vigeo World 120, Global Challenges Index und MSCI World ESG Index aufgeführt. Unter den „Global 100 Most Sustainable Corporations“ der Medien- und Investmentberatung Corporate Knights belegt das Unternehmen den 15. Platz. In den Ratings von Oekom Research und Sustainalytics wurde Henkel als führendes Unternehmen in seiner Branche ausgezeichnet.

„Unsere Mitarbeiter sind entscheidend für unsere Fortschritte“

Um seine führende Position im Bereich Nachhaltigkeit in Zukunft weiter zu stärken, hat Henkel klare Prioritäten entwickelt: Neben der weiteren Stärkung des Fundaments durch noch effizienteres nachhaltiges Handeln soll insbesondere das Engagement aller Mitarbeiter im Bereich Nachhaltigkeit weiter gefördert werden. „Unseren Mitarbeitern kommt eine entscheidende Rolle dabei zu, weitere Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit zu erzielen“, sagte Kathrin Menges. „Schon heute haben sich mehr als 10.000 Mitarbeiter als Nachhaltigkeitsbotschafter schulen lassen, damit sie ihren Kollegen, Lieferanten, Kunden oder auch an Schulen die Bedeutung nachhaltigen Handelns vermitteln können. Auf dieses große Engagement sind wir sehr stolz und wollen dies weiter fördern und ausbauen. Unser Ziel ist, dass sich alle Henkel-Mitarbeiter aktiv als Botschafter für mehr Nachhaltigkeit einsetzen.“

Ambitionierte Ziele

Eine weitere Priorität für Henkel ist es, den Einfluss auf nachhaltiges Handeln auszubauen. So soll bis 2030 der CO₂-Fußabdruck der eigenen Produktion um 75 Prozent verringert werden. „Doch wir werden unsere ambitionierten Ziele nur erreichen, wenn wir entlang der gesamten Wertschöpfungskette – also von unseren Lieferanten bis zu unseren Kunden – Veränderungen und Fortschritte erzielen“, sagte Kathrin Menges. So hat sich Henkel zum Ziel gesetzt, seinen Kunden und Verbrauchern zu helfen, bis zum Jahr 2020 insgesamt 50 Millionen Tonnen CO₂ einzusparen. Bei der gezielten Förderung von sozialem und gesellschaftlichem Fortschritt wird ein Fokus darauf liegen, Einkommensmöglichkeiten, Entwicklungschancen für Mädchen und Frauen sowie Sozialstandards für Arbeiter in den Lieferketten weiter zu verbessern.

Umfassende digitale Berichterstattung

Der jährliche Nachhaltigkeitsbericht von Henkel ist die zentrale Informationsquelle für die Nachhaltigkeitsziele und -leistungen des Unternehmens. Im vergangenen Jahr hatte Henkel seinen 25. Nachhaltigkeitsbericht in gedruckter und digitaler Form veröffentlicht und angekündigt, seine Berichterstattung dazu künftig ausschließlich digital zu veröffentlichen – als [interaktives PDF](#) mit zahlreichen Verweisen auf weiterführende Informationen und hoher Nutzerfreundlichkeit durch einfaches Navigieren sowie in einem kompakten Format für eine breitere Zielgruppe. Mit dem zeitgleich erscheinenden Geschäftsbericht bildet er eine umfassende Unternehmensberichterstattung aus wirtschaftlicher, ökologischer und gesellschaftlicher Sicht.

Mehr zum Thema Nachhaltigkeit bei Henkel unter www.henkel.de/nachhaltigkeit

Über Henkel

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2016 erzielte Henkel einen Umsatz von 18,7 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 3,2 Mrd. Euro. Allein die drei Top-Marken Persil, Schwarzkopf und Loctite erzielten dabei einen Umsatz von mehr als 6 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 50.000 Mitarbeiter, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter www.henkel.de

Kontakt	Rabea Möllers	Hanna Philipps
Telefon	+49 211 797-69 76	+49 211 797-36 26
E-Mail	rabea.moellers@henkel.com	hanna.philipps@henkel.com

Folgen Sie uns auch auf Twitter: [@HenkelPresse](https://twitter.com/HenkelPresse)

Henkel AG & Co. KGaA