

Pressemitteilung

4. November 2011

Vierter Deutscher Nachhaltigkeitstag in Düsseldorf

Henkel setzt neue Impulse für nachhaltiges Handeln

Düsseldorf – Heute wird zum vierten Mal der Deutsche Nachhaltigkeitspreis verliehen. Als Gewinner des ersten Preises für die nachhaltigste deutsche Marke und Vorreiter auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit unterstützt Henkel die Veranstaltung als Partner. Personalvorstand Kathrin Menges gab in einer Keynote Einblicke in die neue Nachhaltigkeitsstrategie und forderte Unternehmen dazu auf, Nachhaltigkeit als Chance und Innovationstreiber zu begreifen und fest in der Organisation zu verankern.

Im Rahmen des Deutschen Nachhaltigkeitstages wird seit 2008 regelmäßig der Deutsche Nachhaltigkeitspreis an Unternehmen verliehen, die vorbildlich wirtschaftlichen Erfolg mit Verantwortung für Mensch und Umwelt verbinden. „Wir bei Henkel sind seit jeher davon überzeugt, dass sich Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg gegenseitig bedingen. Um eine nachhaltige Entwicklung auf breiter Front voranzutreiben, ist es entscheidend, dass alle Mitarbeiter die Strategie verstehen“, fordert Kathrin Menges. „Dafür ist es notwendig, die Komplexität des Themas so zu reduzieren, dass alle Mitarbeiter Nachhaltigkeit in ihr tägliches Handeln integrieren und die richtigen Entscheidungen treffen können.“

Ein Thema, das nicht nur für Henkel große Bedeutung hat, sondern auch auf dem Programm des Deutschen Nachhaltigkeitstages ganz oben auf der Agenda stand, ist nachhaltiger Konsum. Gemeinsam mit Experten aus Wirtschaft, Politik und Forschung diskutierte Enric Holzbacher, Corporate Senior Vice President im Henkel-Unternehmensbereich Klebstoffe und Mitglied des Henkel Sustainability Council, wie nachhaltige Produkte aus der Nische in den weltweiten Massenmarkt gelangen können. In Zeiten einer rasant wachsenden Weltbevölkerung mit hohem Lebensstandard und dem damit verbundenen steigenden Konsum ist es umso wichtiger, Wachstum und Lebensqualität von Ressourcenverbrauch und Emission zu trennen.

Innovative und gleichzeitig ressourcenschonende Produkte – für Henkel ist das kein Widerspruch. In seiner neuen Nachhaltigkeitsstrategie setzt das Unternehmen sich zum Ziel, mehr Wert für Kunden, Verbraucher, Nachbarn sowie die eigenen Geschäfte zu schaffen und gleichzeitig den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Die Ziele für das Jahr 2012 hat das Unternehmen bereits 2010 frühzeitig erreicht. Besonders wichtig ist aus Sicht von Henkel außerdem, die gesamte Wertschöpfungskette auf Nachhaltigkeit auszurichten. Nur wenn alle beteiligten Industrien und die Verbraucher an einem Strang ziehen und das leisten, was innerhalb ihres Handlungsspielraums möglich ist, kann der Konsum auf breiter Basis nachhaltiger gestaltet werden.

Umfassend informiert Henkel über nachhaltiges und gesellschaftlich verantwortliches Handeln sowie über alle Ratings und Rankings auch im Internet unter www.henkel.de/nachhaltigkeit

Fotomaterial finden Sie im Internet unter <http://www.henkel.de/presse>

Henkel ist weltweit mit führenden Marken und Technologien in den drei Geschäftsfeldern Wasch-/Reinigungsmittel, Kosmetik/Körperpflege und Adhesive Technologies (Klebstoff-Technologien) tätig. Das 1876 gegründete Unternehmen hält mit rund 48.000 Mitarbeitern und bekannten Marken wie Persil, Schwarzkopf oder Loctite global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft. Im Geschäftsjahr 2010 erzielte Henkel einen Umsatz von 15.092 Mio. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 1.862 Mio. Euro. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert und das Unternehmen zählt zu den 500 umsatzstärksten der Welt (Fortune Global 500).

Kontakt	Wulf Klüppelholz	Hanna Philipps
Telefon	+49 211 797-18 75	+49 211 797-36 26
Telefax	+49 211 797-40 40	+49 211 797-40 40
E-Mail	wulf.klueppelholz@henkel.com	hanna.philipps@henkel.com

Henkel AG & Co. KGaA