

Henkel Life

Wie wir in Zukunft
zusammenarbeiten wollen

Seiten 4 - 11

Let's shape
tomorrow together!



Sie wollen noch mehr erfahren?
Zusätzliche Inhalte aus dem deutschen eMagazine, Intranet und Internet sind mit diesen Symbolen gekennzeichnet:

-  Mehr im eMagazine
-  Mehr im Intranet
-  Mehr im Video

IMPRESSUM © 2019 / HENKEL AG & CO. KGAA / 4-2019 / 97. JAHRGANG

Herausgeber Carsten Tilger, Henkel AG & Co. KGaA, 40191 Düsseldorf **Verantwortlich** Birgit Ziesche
Redaktion Petra Goldowski (Leitung), Monika Bruser, Sina Pfanschilling, Alexandra Reed, Alexander Rüegg, Kathrin Zachary
Redaktionsassistentz Kirsten Hagendorn **Layout / Produktion** JP|KOM GmbH / Diana Vialon
Druck Heider Druck GmbH, Bergisch Gladbach, 4C Eurokala + Pantone 431 C gedruckt mit Cradle to Cradle® Druckfarben
www.henkel.de

Verwendete Sammelbezeichnungen wie Mitarbeiter, Aktionäre, Kunden, Teilnehmer oder Manager sind als geschlechtsneutral anzusehen. Die Produktnamen sind eingetragene Marken. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung. FSC® ist eine Produktgruppe aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern und anderen Herkünften: www.fsc.org. Bitte teilen Sie uns mit, wie Ihnen Henkel Life gefällt, und schreiben Sie uns an: internal.communications@henkel.com Wir freuen uns über Ihre Kommentare!
Henkel Life im Intranet: <http://henkel-life-online.de>



- 4 **Führungskultur geht alle an:**
Wie die neuen Leadership Commitments die Führungskultur bei Henkel stärken.
- 12 **Transform to Win:**
Waschmittelvorstand Bruno Piacenza spricht im Interview über Wandel und Chancen, Mut und neues Denken.
- 14 **Schützen Sie Ihre Gesundheit:**
Die vierte globale Gesundheitskampagne „Protect Your Life“ konzentriert sich auf die Themen Handhygiene und Impfungen.
- 16 **Gleiche Ziele für alle:**
Henkel unterstützt die von den Vereinten Nationen festgelegten 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung.
- 18 **Hochleistung auf ganzer Linie:**
Henkel Beauty Care betreibt in Wassertrüdingen einen der modernsten Kosmetikstandorte Europas.
- 22 **Ihrem Haar zuliebe:**
Mit Only Love bietet Henkel Beauty Care eine neue Coloration, die schonend, aber dennoch intensiv ist.
- 24 **Der ökologische Fußabdruck – und wie wir ihn verkleinern:**
Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil aller Aktivitäten von Adhesive Technologies – vom Rohstoff-Einkauf bis hin zu den eigenen Fabriken.
- 27 **Solistin auf dem Eis:**
Eiskunstlauf nach Feierabend: Die angehende Chemielaborantin Lena Galle trainiert für ihre sportliche Karriere.

Dialog mit dem Beirat

Der GdHP-Newsletter und die Beiratssitzung 2019: zwei Themen in der neuen Ausgabe von „das Netz“.
Die Pensionäre erhalten das Magazin zusammen mit „Henkel Life“ per Post. Das „Netz“ herunterladen und den Newsletter abonnieren können Sie jederzeit auf www.henkel-pensionaere.de

Wechsel im Vorstand

Sylvie Nicol folgt auf Kathrin Menges



Mit Wirkung zum 9. April 2019, nach der Hauptversammlung, wird Sylvie Nicol, Corporate Senior Vice President Global Human Resources, Mitglied des Vorstands und übernimmt die Verantwortung für die Bereiche Human Resources (HR) und Infrastructure Services. Sie folgt auf Kathrin Menges, die aus persönlichen Gründen keine weitere Amtszeit im Henkel-Vorstand anstrebt. Menges ist seit 1999 im Unternehmen und seit 2011 Mitglied des Vorstands. Sie ist zudem Vorsitzende des Sustainability Council von Henkel. 2013 wurde sie vom Bundeskanzleramt in den Rat für Nachhaltige Entwicklung berufen.

„Wir danken Kathrin Menges für ihr langjähriges außerordentliches Engagement und ihre großen Verdienste für unser Unternehmen. Sie hat den Personalbereich strategisch neu ausgerichtet und erfolgreich zahlreiche neue Konzepte und Programme global eingeführt. Als Vorsitzende des Sustainability Council von Henkel hat sie kontinuierlich Verbesserungen im Bereich Nachhaltigkeit vorangetrieben. Nicht zuletzt hat sie mit Sylvie Nicol eine bestens qualifizierte Nachfolgerin aus ihrer eigenen HR-Organisation entwickelt“, so Dr. Simone Bagel-Trah, Vorsitzende des Gesellschafterausschusses und des Aufsichtsrats von Henkel.

Sylvie Nicol bringt mehr als 20 Jahre Management-Erfahrung bei Henkel mit. „Wir freuen uns sehr, dass mit Sylvie Nicol eine erfahrene interne Nachfolgerin als Personalvorstand nachrückt. Dank ihrer Erfahrung sowohl im operativen Geschäft als auch im Personalbereich kennt sie unser Unternehmen, unsere Märkte und Mitarbeiter bestens. Sie bringt zudem Erfahrung durch ihre Tätigkeiten im Ausland und am Hauptsitz in Deutschland mit“, sagte CEO Hans Van Bylen.



ND3000 / SHUTTERSTOCK



Führungskultur geht alle an

Egal, ob Sie ein Team leiten oder nicht – Sie haben die Kraft, Dinge zu verändern, die Zusammenarbeit zu verbessern, die Innovationskraft zu steigern und die Unternehmenskultur zu gestalten. Die neuen Leadership Commitments werden Sie in all diesen Aspekten unterstützen.

WARUM ETWAS ÄNDERN?

In einer zunehmend herausfordernden Welt benötigen Unternehmen ein solides Fundament, aber auch Flexibilität, um schnell auf ein sich veränderndes Umfeld reagieren zu können. Henkel ist ein leistungsstarkes Unternehmen mit erfolgreichen Innovationen, Marken und Technologien. Als Fortune-500-Unternehmen ist Henkel ein Global Player mit einer starken Präsenz sowohl in reifen als auch in Wachstumsmärkten. Diese starke Position haben wir der Leistung aller Mitarbeiter weltweit zu verdanken, ihrer harten Arbeit und ihrem Engagement im Sinne unseres Unternehmenszwecks: nachhaltige Werte zu schaffen.

Unser globales Team hat Henkel in der Vergangenheit erfolgreich gemacht und ist auch für unseren zukünftigen Erfolg entscheidend. Unsere Mitarbeiter sind unser größtes Kapital – dies ist tief in unserer Strategie und in unseren Werten verankert. Aber nur, wenn alle bei Henkel in die Lage versetzt werden, ihr volles Potenzial auszuschöpfen und in der gesamten Organisation zusammenzuarbeiten, werden wir unsere volle Stärke erreichen. Die Grundlage für eine erfolgreiche Kultur ist ein Umfeld des Vertrauens, das Ideen und Innovationen gegenüber aufgeschlossen ist und zu Entscheidungen befähigt.

„Mit den neuen Leadership Commitments haben wir hohe Erwartungen in Bezug auf Führungskultur, Agilität und Zusammenarbeit. Auch wenn der Wandel manchmal herausfordernd sein mag, so bietet er zugleich die Möglichkeit, den Status quo zu hinterfragen und zu verbessern“, erläutert Sylvie Nicol, Corporate Senior Vice President Global HR.

DIE LEADERSHIP COMMITMENTS

Veränderung findet nicht über Nacht statt. „Um die Bedeutung einer Führungskultur und die Art und Weise, wie wir zusammenarbeiten, zu stärken, haben wir unsere Leadership Principles weiterentwickelt und neue Leadership Commitments formuliert, die für alle bei Henkel gelten“, ergänzt Nicol. Diese Verpflichtungen zur Führungskultur sind die Grundlage für die Zusammenarbeit im Team und gelten auch für jeden Einzelnen. Zahlreiche Rückmeldungen von Mitarbeitern aus verschiedenen Ländern, Führungsebenen und Bereichen innerhalb des Unternehmens haben dazu beigetragen, die neuen Leadership Commitments zu gestalten.



HAUSER

Bei der Kick-off-Veranstaltung zu den Leadership Commitments stellten die Mitarbeiter Fragen zur Feedback-Kultur und dazu, wie Mitarbeiter genug Freiraum bekommen, um unternehmerisch zu handeln.



27



Let's shape tomorrow together!



Um die Bedeutung einer Führungskultur und die Art und Weise, wie wir zusammenarbeiten, zu stärken, haben wir unsere Leadership Principles weiterentwickelt und neue Leadership Commitments formuliert, die für alle bei Henkel gelten.

Sylvie Nicol

FANGEN SIE EINFACH AN

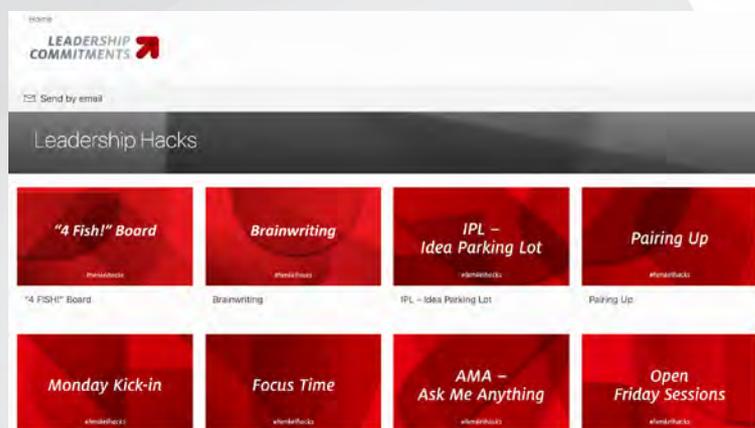
Jeder kann etwas bewegen, angefangen bei kleinen Veränderungen im Arbeitsalltag. Ein kleiner Hinweis: Ein „Hack“ ist eine Möglichkeit, einer scheinbar komplexen Situation mit einer einfachen, kleinen Lösung zu begegnen.

Manchmal scheint ein kleiner Hack zu offensichtlich oder zu unbedeutend zu sein, hat aber das Potenzial, Produktivität, Effizienz und Spaß in erheblichem Ausmaß zu steigern.

WIE GEHT ES WEITER?

Seit Februar werden weltweit unsere „Leadership Activation Sessions“ durchgeführt, um alle in einen aktiven Dialog einzubeziehen. Hier arbeiten Führungskräfte und Mitarbeiter zusammen an Herausforderungen, mit denen sie tagtäglich konfrontiert sind und die sie an der Umsetzung der Leadership Commitments hindern. Leadership-Hacks werden die Transformation unterstützen und Aktivitäten anbieten, die „alte“ Gewohnheiten in Frage stellen.

GEBEN SIE „LEADERSHIP“ IN IHREN BROWSER EIN, UM MEHR ZU ERFAHREN.



Auf dem Content Hub finden Sie alle wichtigen Informationen zu den Leadership Commitments. Dort liegt auch eine deutsche Sprachversion ab sowie eine Übersicht der Hacks und erste Erfolgsgeschichten.

4

LEADERSHIP COMMITMENTS



LEADERSHIP
COMMITMENTS 

Wir denken
und handeln
unternehmerisch

Wir arbeiten
als starkes
Team zusammen

Wir entwickeln
Mitarbeiter mit
Begeisterung weiter

Wir stehen
für unsere
Ergebnisse ein

Henkel

DOS AND DON'TS



- Strebe danach, anderen zum Erfolg zu verhelfen.
- Schaffe eine vertrauensvolle und transparente Arbeitsatmosphäre, in der wir mit Freude zusammenarbeiten.
- Teile proaktiv dein Wissen und deine Best-Practice-Ideen basierend auf deinen internen und externen Erfahrungen.
- Verliere nie die gesamtunternehmerische Perspektive von Henkel und seinen Stakeholdern aus dem Blick.
- Vermeide Mikromanagement oder übertriebene Kontrolle.
- Sei nicht eigensinnig oder unwillig, deine Meinung zu ändern.

- Mache dir die Bedürfnisse unserer Kunden und Märkte zu eigen, um hochwertige Lösungen entwickeln zu können.
- Passe dich schnell und flexibel an geänderte Rahmenbedingungen an und handle entsprechend.
- Suche gezielt nach Lösungsansätzen, wenn Probleme auftreten.
- Vermeide Bürokratie und fördere Ergebnisse.
- Scheue nicht vor Konflikten zurück.
- Lasse nicht die kurzfristigen Ergebnisse außer Acht, während wir nach langfristigem Erfolg streben.

- Erkenne Zukunftstrends und neue Kundenbedürfnisse schneller als der Markt.
- Sei proaktiv und mutig, neue Ideen zu entwickeln und für diese zu kämpfen.
- Sei experimentierfreudig, verwirkliche deine Ideen oder entscheide dich bewusst dagegen.
- Betrachte Innovationskraft nicht nur als Aufgabe der Innovationsteams.
- Gehe keine Risiken ein, die dem Unternehmen oder unseren Stakeholdern schaden könnten.
- Hab keine Angst, Fehler zu machen, und übernehme gegebenenfalls die Verantwortung für diese.

- Verstehe dich als Talent-Scout, um die besten Mitarbeiter für Henkel zu gewinnen.
- Biete deinen Mitarbeitern die Chance, etwas Neues zu bewegen und dadurch Anerkennung zu erhalten.
- Nimm dir die Zeit zum Lernen und teile dein Wissen mit anderen.
- Verstecke deine Talente nicht in deiner eigenen Organisation.
- Übe keinen unnötigen Druck auf andere aus.
- Gib kein negatives Feedback, ohne dem anderen einen Weg aufzuzeigen, sich zu verbessern.



Erfahrungen aus dem Workshop

Ein geschäftiger Donnerstagmorgen. Es ist 9 Uhr und die Teilnehmer kommen in den Raum. Während sie darauf warten, dass alle anderen eintreffen, sind sie noch hoch konzentriert im Tagesgeschäft – und arbeiten an ihren Laptops, iPads oder Handys. Noch sind nicht alle wirklich bei der Sache und sprechen noch über die Meetings vom Vortag.



Die Plätze am Konferenztisch sind jetzt komplett besetzt. Ein roter Bildschirm am Kopf des Tisches erwacht zum Leben, der plötzlich die Aufmerksamkeit aller Anwesenden auf sich zieht – darauf steht: „Leadership Commitments Activation Session. Let's shape tomorrow together (Lassen Sie uns unsere Zukunft gemeinsam gestalten)!“

Der Moderator kündigt an, dass alle Teilnehmer mit ihren eigenen Teams eine solche Sitzung abhalten sollen. Die Gruppe scheint motiviert, mitzumachen – alle Laptops werden zugeklappt und die iPads werden ausgeschaltet. Ungeteilte Aufmerksamkeit. Jeder hört der Präsentation zu. „Was können SIE beeinflussen?“ „Wo können SIE etwas bewirken?“ – die Teilnehmer denken über diese Fragen nach. Fragen, die die Stimmung für die nächsten zwei Stunden prägen. Fragen, in denen es um Selbstreflexion und Peer-Coaching geht.

Mit dem Workshop sollen die Leadership Commitments in die Tat umgesetzt werden. Sie sollen in den Arbeitsalltag eingebettet werden und allen die Möglichkeit geben, etwas zu bewirken. Und es soll klar werden, dass sich nicht einfach jemand die Leadership Commitments überlegt hat, der keinen Bezug zur Belegschaft hat, sondern dass sie das Ergebnis eines Dialogs sind.

Was muss verbessert werden, um als Unternehmen erfolgreich zu bleiben? Tonaufnahmen von Mitarbeiter-Feedback füllen den Raum. „In der heutigen Welt dreht sich alles darum, Lösungen durch Ausprobieren zu finden. Wir können nicht immer auf Perfektion warten, denn dann könnte es zu spät sein.“

Nachdem die Teilnehmerinnen und Teilnehmer mehr über den Hintergrund erfahren haben, werden die Leadership Commitments selbst in den Mittelpunkt gestellt, um einen kurzen Überblick über die Themen der Auftaktveranstaltung im Januar zu geben. Danach beginnt der aktive Reflexionsteil. Die Workshop-Teilnehmer haben Zeit, über eine Herausforderung oder ein Problem nachzudenken, dem sie sich in ihrem Verantwortungsbereich stellen müssen; mit einem Partner sollen sie dann gemeinsam ausführlich nach dem zugrunde liegenden Problem suchen. Die Zweiergruppen scheinen ins Gespräch vertieft und tauschen sich darüber aus, welche Herausforderungen sie in Bezug auf die Bindung talentierter Mitarbeiter an das Unternehmen haben, wie schwer es ist, die richtigen Formate für den Informationsaustausch zu finden, und wie Raum für Kreativität und Unternehmertum geschaffen werden kann.

Nach der Gruppenübung sind alle motiviert, nach einer Lösung für ihre individuelle Herausforderung zu suchen. Sie sind bereit, Veränderungen anzustoßen und einen Anfang zu machen.

AUF DIE PLÄTZE, FERTIG, „HACK“!

Die Aufmerksamkeit der Teilnehmer richtet sich jetzt auf die Wände im Raum. Direkt unter jedem Element der Leadership Commitments, die an den Wänden hängen, kleben mehrere laminierte Blätter. „Steht die Lösung für meine Herausforderung wirklich auf einem dieser Zettel? Ist das so einfach?“, fragt jemand. „Bin ich der Einzige, der nicht weiß, was ein Hack ist?“

Der Moderator zeigt die nächste Folie und erklärt: „Ein ‚Hack‘ ist eine Idee, mit der man eine scheinbar komplexe Situation einfach lösen kann.“

In einem Brainstorming haben 25 Experten für neue Arbeitsweisen 200 Hacks für die Führung und Zusammenarbeit entwickelt, um die vier Leadership Commitments umzusetzen. Diese Hacks können entweder von jedem selbst oder in Teams im Arbeitsalltag angewendet werden, um Routinen und Muster aus der Vergangenheit zu hinterfragen und die Produktivität, Effizienz, Kreativität und Zusammenarbeit zu verbessern.

Die Energie im Raum verändert sich. Plötzlich ist Begeisterung im Raum – und das Gefühl, verschiedene Optionen zu haben, wenn die Teilnehmer aufgefordert werden, Lösungen für die Herausforderungen ihres Partners zu finden. „Das ist interessant“, sagt einer. Alle springen auf und sehen sich die Hacks an den Wänden genauer an. „Dies ist die produktivste Station“, sagt einer der Teilnehmer bei „Wir entwickeln Mitarbeiter mit Begeisterung weiter“. „Haben Sie das hier gelesen?“ – „Das ist cool“, hört man eine andere Person sagen.

Die Teilnehmer fotografieren die Hacks und saugen die Inspiration sprichwörtlich in sich auf.

UND ACTION!

„Sind nun alle von Ihnen ‚gehackt‘?“ fragt der Moderator. Es herrscht jetzt eine Atmosphäre voller positiver Energie. Alle scheinen zu denken: „Ja, wir schaffen das!“. Stolz präsentiert einer nach dem anderen den oder die für ihn ausgewählten Hack(s) und vor allem einen Aktionsplan – konkrete Schritte, wie, wann und wie oft sie die Hacks implementieren wollen.

Am Ende des Workshops verpflichten sich alle dazu, das Gelernte in die Tat umzusetzen, indem sie ein Poster mit der Aufschrift „Wir sind dabei!“ unterschreiben. Eine Erinnerung daran, die Veränderung zu starten. Es ist schwer zu verstehen, was sich in diesem Raum heute genau geändert hat, aber eines ist sicher: Der Anfang ist gemacht. Und der Wille, wirklich etwas zu verändern, ist auf jeden Fall spürbar.



Alle Materialien inkl. der Hacks stehen Ihnen auf SharePoint zur Verfügung. Geben Sie einfach „Leadership“ in Ihren Browser ein.



Die Hacks beinhalten großartige Ideen! Die Tatsache, dass ein Kollege einen Hack für mein spezifisches Führungsproblem ausgewählt hat, macht diesen umso relevanter. Ich werde die Hacks sicherlich nutzen.

Birgit Rechberger-Krammer

Leiterin der Region Europa, Laundry & Home Care

Wir finden die Leadership Commitments Hacks super: Mit einem Meeting pro Woche weniger und insgesamt weniger Bürokratie haben wir zukünftig mehr Zeit, die wir für echte Innovationen benötigen.

Thomas Förster

Leiter der globalen Forschung & Entwicklung Beauty Care

Ich schätze die Hacks sehr. Pragmatisch. Sofort anwendbar. Einfach umzusetzen.

Tim Petzinna

Leiter Global Sales Beauty Care

Sehr pragmatischer Ansatz, um unser Unternehmen jeden Tag besser zu machen – wir sind dabei!

Christian Melcher

Leiter Global Human Resources Beauty Care

Es war ein wirklich aufregender Workshop: das AEC hat sich intensiv mit den Commitments auseinandergesetzt und die Beschäftigung mit den Hacks war eine tolle Diskussion. Wir erkennen, dass die Leadership Commitments uns dabei unterstützen, Veränderungen in A übergreifend zu ermöglichen.

Stefanie Sorgenicht

Corporate HR Director Adhesive Technologies

Ich finde unsere Leadership Commitments klasse! Sie sind genau richtig und passen perfekt zu unserer Erfolgssucherkultur in Nordamerika. Sie sind eine gute Inspiration für die Praxis. Ich freue mich sehr auf den Workshop mit meinem Führungsteam.

Stephan Füstí-Molnár

Leiter der Region Nordamerika, Laundry & Home Care

Mit den neuen Leadership Commitments sprechen wir ganz offen über unsere Herausforderungen und Verbesserungsbereiche. Es ist wichtig, sich immer wieder klarzumachen, dass jeder von uns etwas bewirken kann. Das ist ein großer Motivationsfaktor.

Marco Swoboda

Leiter des Finanz-Ressorts (FF) in der Funktion Finanzen





„Wir wollen auch weiterhin in unserer Branche ganz vorn dabei sein. Darum müssen wir gemeinsam den Wandel gestalten und kreative Lösungen entwickeln. Als Führungsteam stärken wir unsere Mitarbeiter und stehen für einen offenen Dialog.“

Transform to Win

Bruno Piacenza, Vorstandsmitglied für den Unternehmensbereich Laundry & Home Care, spricht über Veränderungen und Chancen, Mut und neues Denken.

Herr Piacenza, „Transform-to-Win“ heißt das neue Transformationsprogramm bei Laundry & Home Care. Warum starten Sie damit gerade jetzt?

Wir waren in den letzten Jahren sehr erfolgreich. Mit unseren starken und engagierten Teams haben wir den Umsatz um über 50 Prozent gesteigert, unser EBIT fast verdoppelt, unsere geographische Reichweite vergrößert und zudem erfolgreich Unternehmen akquiriert.

Aktuell sehen wir sowohl interne als auch externe Faktoren, die von uns eine noch höhere Veränderungsgeschwindigkeit fordern: So hat sich unser Wachstumstempo verringert und wir müssen an unserer Marge arbeiten, um in unsere Geschäfte investieren zu können. Zudem verstärkt sich die Dynamik des Wandels und verändert die Märkte und ganze Industrien grundlegend – getrieben nicht zuletzt durch die Digitalisierung. Außerdem haben sich die Konsumentenwünsche verändert:

Beispielsweise erwarten sie von uns nachhaltigere Produkte und Services.

Volatilität und die Geschwindigkeit der Veränderung erfordern eine höhere Agilität. Für uns bedeutet das konkret: Die Entwicklung von Services und intelligenten Maschinen, zum Beispiel Waschmaschinen, erfordert neue Denk- und Arbeitsweisen. Deshalb haben wir entschieden, unser Geschäft und unsere Organisation neu auszurichten. Unser Ziel ist es, den Wandel aktiv zu gestalten.

Was genau bedeutet „Transform-to-Win“?

Im Kern ist es ein ganzheitliches Programm mit massiven Innovationen bei Laundry & Home Care, unter anderem eine neue Generation von 4-in-1 Caps und neue WC-Pflegeprodukte von Bref, und einer deutlich beschleunigten Digitalisierung. Ziel ist, das Wachstum sowohl in unserem Kerngeschäft – denn dies bleibt auch künftig für uns essenziell – als auch in den neuen Geschäfts-

feldern zu stärken. Finanziert wird das Programm durch die Maßnahmen unseres „Fund Growth“-Konzepts und durch zusätzliche Henkel-Investitionen, die unser Vorstandsvorsitzender Hans Van Bylen kürzlich angekündigt hat.

Die neue Struktur der Organisation wird uns dabei unterstützen, unsere Ziele zu erreichen. Um Synergien besser zu nutzen, werden wir uns dabei auf drei Kernregionen konzentrieren: Nordamerika – hier geht es insbesondere um den kurzfristig eingeleiteten Turnaround –, Europa und die Wachstumsregionen. Um die digitale Transformation zu beschleunigen, haben wir einen Sales- und Digital Transformation-Bereich geschaffen, der sich verstärkt um das Neugeschäft kümmert und unsere Organisation gleichzeitig digital fit macht.

Und, last but not least, bedeutet „Transform-to-Win“ eine Kultur zu schaffen, die Veränderung, Engagement sowie Agilität



Das Führungsteam von Laundry & Home Care im offenen Austausch mit den weltweiten Teams

fördert. Ich ermutige jeden, neu zu denken, kreativ zu sein und das Unmögliche möglich zu machen.

Was sind aus Ihrer Sicht derzeit die größten Herausforderungen?

Wir erleben gerade das Ende einer linearen Entwicklung in unserer Branche. Wir müssen uns noch schneller an die Spitze neuer Trends setzen, um nachhaltige Produkt- und Serviceinnovationen schnell entwickeln und vermarkten zu können. Wir müssen dabei auch kalkuliert und gezielt Risiken eingehen. Kleine, schnelle und erfolgreiche Start-ups zeigen etablierten Unternehmen, welch großes Wachstumspotenzial in der digitalen Transformation liegt. Und wir müssen uns stärker mit externen Partnern verbinden, um erfolgreich zu sein.

Sehen Sie noch weitere Herausforderungen?

Die liegen eher im kulturellen Bereich. Wandel bietet immer Chancen: Es entsteht Raum und Energie für etwas Neues. Als Führungsteam geben wir die allgemeine Richtung vor, aber wir bieten auch Unterstützung für neue Wege und Kreativität, also „Empowerment“. Konkret: Wir wollen Stärke und Innovationen aus den Ideen aller Mitarbeiter schöpfen, Entscheidungen auf der richtigen Ebene und am richtigen Ort treffen, Synergien zwischen Regionen und Divisionen besser nutzen und uns noch klarer auf Kunden und Konsumenten ausrichten. „Transform-to-Win“ nimmt genau diese Themen auf und wird dabei von

unseren neuen Leadership Commitments unterstützt.

Lassen Sie uns über die Digitalisierung sprechen. Ist das nur ein Schlagwort oder eine echte Transformation?

Wir erleben gerade einen fundamentalen Wandel in der Art wie wir leben, arbeiten und Geschäfte tätigen. Zum einen müssen wir unsere Mitarbeiter mitnehmen – beispielsweise bei Big Data, Robotics oder E-Commerce. Das erfordert neue Denkweisen, Profile und Fertigkeiten. Zum anderen geht es um veränderte Konsumentenerwartungen und um intelligente Lösungen, die weit über das Produkt an sich hinausgehen.

In dem Maße, wie die Grenzen zwischen digitalen und traditionellen Einkaufsmöglichkeiten verschwimmen, entstehen für uns spannende Wachstumschancen. Konsumenten erwarten ein ganzheitliches Angebot, zugeschnitten auf ihre individuellen Bedürfnisse. So werden wir zum Beispiel unsere strategischen Partnerschaften mit Einzelhändlern im digitalen Bereich weiter vertiefen, aber auch eigene E-Commerce-Angebote etablieren.

Ein Thema, das aktuell viel diskutiert wird, ist Nachhaltigkeit.

Henkel ist im Bereich Nachhaltigkeit stets ein Vorbild für andere Unternehmen. Auch künftig wollen wir unsere nachhaltigen Innovationen noch schneller vorantreiben, insbesondere im Bereich „grüne Marken“ und Plastik. Hier haben wir uns ambitionierte

Ziele gesetzt. Wir waren das erste Konsumgüterunternehmen, das eine Kooperation mit Plastic Bank eingegangen ist, einem Unternehmen, das Recycling und soziales Engagement verbindet. Auch künftig werden wir unsere Führungsposition im Bereich Nachhaltigkeit weiter stärken, indem wir gemäß unseren Zielen handeln und nachhaltige Initiativen beschleunigen.

Eine Frage zum Schluss: Was ist Ihr Erfolgsrezept für die Zukunft?

Mutig und erfolgreich unser Transform-to-Win-Programm umzusetzen und eine super Leistung abzuliefern – und das Quartal für Quartal. Zudem müssen wir unsere Kunden immer wieder inspirieren und überzeugen – mit innovativen und leistungsfähigen Produkten und Services. Und natürlich müssen wir dabei auch künftig die Kosten im Auge behalten. Henkel hat entschieden, mehr in das Konsumgütergeschäft zu investieren. Das ist für unser Programm eine wichtige Unterstützung. Gleichzeitig sehen wir es aber auch als Verpflichtung, entsprechende Ergebnisse zu liefern. Ich bin davon überzeugt, dass unser hervorragendes globales Team das schafft.



Sie haben eine Frage zum Programm „Transform-to-Win“? Dann schicken Sie uns eine Mail an laundryhomecare@henkel.com. Das Führungsteam wird Ihnen antworten.



PROTECT YOUR



Global Health Campaign



Schützen Sie Ihre Gesundheit!

Keime sind winzig und überall. Glücklicherweise sind die meisten ungefährlich – und vor den meisten können wir uns schützen. Wie? Darüber wird die vierte globale Henkel-Gesundheitskampagne „Protect Your Life“ aufklären, die jetzt weltweit startet.

Zwei Themen bilden den Schwerpunkt der diesjährigen Corporate Health-Kampagne: Handhygiene und Impfschutz. Krankheitserreger werden im wahrsten Sinne des Wortes von Hand zu Hand weitergereicht. Ganz unbewusst berührt jeder von uns bis zu fünf Mal in der Stunde Mund, Nase und Augen. So gelangen dann die Keime über die Schleimhäute in den Körper. Mit sorgfältiger Handhygiene lässt sich jedoch Infektionskrankheiten vorbeugen. Darauf soll – neben vielen anderen Aktionen – ein Sticker mit der Aufforderung „Wash your

hands before you go-go“ aufmerksam machen. Werksärztin Gerlinde Schlang erläutert: „In Anlehnung an den Ohrwurm der 1980er Jahre ‚Wake me up before you go-go‘ wollen wir mit einem Augenzwinkern ans Händewaschen erinnern.“

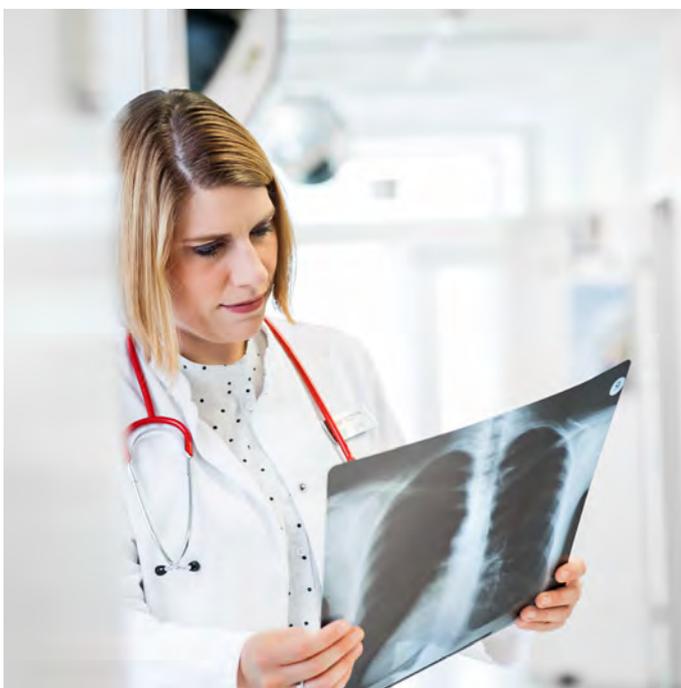
Eine häufige Infektionskrankheit ist die „echte“ Grippe (Influenza). Vor allem im Herbst und Winter sind in Betrieben, Kindergärten oder Schulen regelrechte Infektionswellen festzustellen. Schlang: „Wir werden deshalb weltweit mit

unterschiedlichen Aktionen auf unser Angebot der Grippeimpfungen hinweisen.“ So werden die Materialien, die für die Kampagne entwickelt wurden, allen Henkel-Standorten zur Verfügung gestellt. Dr. Andreas Bauck, Leiter Corporate Health: „Ich freue mich schon jetzt auf die kreativen Ideen der Kampagnen-Umsetzung in der Welt.“



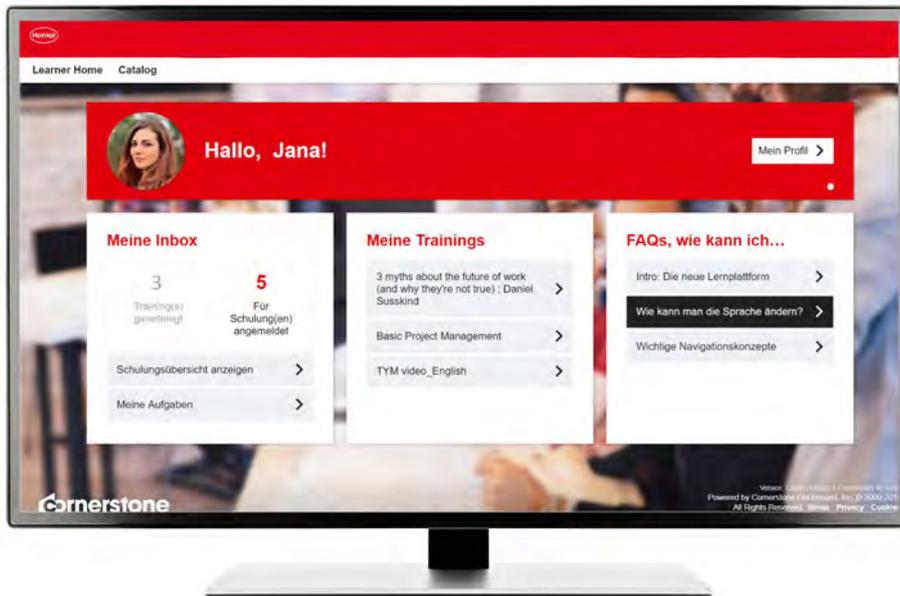
Schauen Sie sich auch das Video im deutschen eMagazine an: www.henkel-life-deutschland.de

EUPD RESEARCH, JÖRN WOLTER



„Ich möchte Ihnen gründliches Händewaschen sehr ans Herz legen. Das ist einfach, nimmt nicht viel Zeit in Anspruch, kann aber 90 Prozent der Keime beseitigen.“

Gerlinde Schlang
Werksärztin



Die neue Cornerstone-Lernplattform ist einfach und intuitiv zu bedienen.

Intuitiv – digital – personalisiert

Im Januar ging bei Henkel eine neue Lernplattform online. Sie macht das Lernen so einfach wie das Streamen von Musik und TV-Serien.

Wir alle sind Teil ständiger Veränderungen – umso wichtiger ist es, unser Wissen und unsere Fähigkeiten kontinuierlich zu erweitern. Die neue Lernplattform hilft dabei. Hier werden stetig neue Funktionalitäten und spannende Inhalte bereitgestellt, wie ausgewählte TED-Talks-Playlisten. TED-Talks sind Video-Vorträge in den Bereichen Technology, Entertainment, Design. Diese Videos – zum Beispiel zu Themen wie: digitale Transformation, Zukunft der Arbeit und Innovationen – stehen auch mit deutschen Untertiteln zur Verfügung.

Die Plattform kann sowohl vom PC als auch über mobile Geräte genutzt werden. „Die neue Lernplattform ist eine unserer strategischen HR-Initiativen, um die Digitalisierung unserer Organisation weiter voranzutreiben“, sagt Sylvie Nicol, Corporate Senior Vice President Global HR. „Die Plattform wurde in intensiver Zusammenarbeit mit den IBS-Kollegen und dem kalifornischen Unternehmen Cornerstone in nur 18 Wochen entwickelt. Lernen sollte unkompliziert und nutzerfreundlich sein, so dass Mitarbeiter sich gerne regelmäßig

weiterbilden. Das Cornerstone-Portal ist schnell und intuitiv zu bedienen. Es lässt sich personalisieren und basiert somit auf den individuellen Bedürfnissen der Nutzer.“

Jelena Hesse, Leiterin Learning Management Deutschland / Schweiz, erläutert: „Die Lernplattform funktioniert ähnlich wie andere beliebte Online-Plattformen, auf denen Nutzer ihr Konto personalisieren können oder Inhalte für sie vorgeschlagen werden.“ Mitarbeitern werden automatisch die für sie relevanten Kurse angezeigt, da hierfür der vom Nutzer angegebene Entwicklungsbedarf und Interessen berücksichtigt werden. Hesse: „Mit dieser Cornerstone-Lernplattform schaffen wir ein motivierendes Lernangebot, in dem die Mitarbeiter sich auf zukünftige Herausforderungen vorbereiten können. Wir laden die Mitarbeiter ein, sich von den neuen Möglichkeiten inspirieren zu lassen.“



Gleiche Ziele für alle

Henkel unterstützt die Umsetzung der 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung („Sustainable Development Goals“, kurz SDGs), die 2015 von den Vereinten Nationen verabschiedet wurden. Sie sind ein wichtiger Schritt zum gemeinsamen Verständnis der weltweiten Herausforderungen.

In Kooperation mit dem Sozialunternehmen Plastic Bank will Henkel die Menge der Kunststoffabfälle in den Meeren verringern und so einen Beitrag zum Meeresschutz leisten (SDGs 1, 14 und 17).



NACHHALTIGES PALM(KERN)ÖL



PLASTIC BANK



Durch die Förderung von nachhaltigem Palm(kern)öl trägt Henkel dazu bei, Palmenplantagen nachhaltig zu bewirtschaften und die illegale Abholzung von tropischem Urwald zu vermeiden (SDGs 1, 8, 15 und 17).

Die Vereinten Nationen haben 17 Ziele für die Entwicklung des Planeten formuliert und verabschiedet – darunter: keine Armut, kein Hunger, hochwertige Bildung, Klimaschutz. Umgesetzt werden sollen sie bis 2030. Die Ziele sind ein wichtiger Schritt zum gemeinsamen Verständnis der weltweiten Herausforderungen.

Wir alle wissen: Die Welt steht vor großen Herausforderungen, aus denen sich aber auch viele Chancen ergeben. Die Weltbevölkerung wird Schätzungen zufolge bis zum Jahr 2050 auf neun Milliarden Menschen anwachsen; und die weltweit zunehmende Wirtschaftsleistung führt zu steigendem Konsum und Ressourcenbedarf. Daher brauchen wir Innovationen,

Produkte und Technologien, die mehr Lebensqualität bei gleichzeitig geringerem Material- und Rohstoffverbrauch ermöglichen. Darüber hinaus gibt es Ziele beispielsweise zu Gesundheit, Geschlechter-Gleichheit, Wasser und Energie, die uns weltweit bewegen.

Um diese Herausforderungen gemeinschaftlich anzugehen, haben im Jahr 2015 die Vereinten Nationen die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung verabschiedet. Darin enthalten sind 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung, englisch: Sustainable Development Goals oder kurz SDGs. Alle 193 Mitgliedsstaaten haben sich diese Ziele gleichermaßen gesetzt. Jedes Ziel steht für ein bestimmtes Thema wie „Keine Armut“, „Bezahlbare und saubere Energie“ oder

ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

17 ZIELE, DIE UNSERE WELT VERÄNDERN



Ein Beispiel ist unser Beitrag zu dem Ziel „Zugang zu qualitativ hochwertiger Bildung“, um so die Anzahl Jugendlicher und Erwachsener mit Expertenwissen und Fähigkeiten zu erhöhen. So hat Henkel 2016 die Schwarzkopf „Million Chances“-Initiative ins Leben gerufen, um Frauen und Mädchen dabei zu unterstützen, den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft zu legen (SDGs 4, 5 und 17).



HENKEL

„Innovation und Infrastruktur“ und hat bestimmte Unterziele. Diese sollen global zu einer „Transformation unserer Welt“ führen.

Die 17 Ziele sind nicht nur eine bunte und übersichtliche Orientierungshilfe, sondern stehen für die Themen, die weltweit voranzutreiben sind. Die Fortschritte zu messen, wie und ob die globalen Ziele erreicht werden, ist in erster Linie Aufgabe der Politik; zahlreiche Ziele und Unterziele richten sich jedoch direkt an Unternehmen. Auch Henkel unterstützt die Umsetzung der 17 Ziele und prüft kontinuierlich, ob sich die Unternehmensziele und -initiativen mit den für uns relevanten Prioritäten der SDGs decken.

„Mit unserem langjährigen Engagement für nachhaltiges Wirtschaften leisten wir bereits

weltweit Beiträge zu den UN-Zielen“, so Thomas Müller-Kirschbaum, Leiter der globalen Forschung und Entwicklung Laundry & Home Care und Mitglied im Sustainability Council. „Dazu zählt vor allem das unternehmerische und gesellschaftliche Engagement unserer drei Unternehmensbereiche mit ihren Marken und Technologien. Wir wollen die 17 Ziele zukünftig noch stärker mit unseren Aktivitäten verknüpfen, um somit weiterhin zu einer positiven Veränderung dieser Welt beizutragen.“



Weitere Informationen zu den SDGs finden Sie im deutschen eMagazine: www.henkel-life-deutschland.de und im Nachhaltigkeitsbericht unter: www.henkel.de/publikationen



Claus Döring (links), Chefredakteur der Börsen-Zeitung, überreichte den Corporate Finance Award an Finanzvorstand Carsten Knobel.

Ausgezeichnet!

Henkel geht innovative Wege bei der Finanzierung. Jüngstes Beispiel hierfür ist die Vereinbarung über einen sogenannten Green Loan, eine grüne Kreditlinie, die das Unternehmen abgeschlossen hat. Für diesen neuartigen Ansatz, der auch in der Finanzwelt gut ankommt, nahm Finanzvorstand Carsten Knobel Ende März in Frankfurt den Corporate Finance Award der Börsen-Zeitung entgegen.

„Grüne Produkte“ sind auch in der Finanzindustrie auf dem Vormarsch. Green Finance ist ein Trend, der immer mehr an Bedeutung gewinnt. Im Dezember hatte Henkel als erstes deutsches Unternehmen und als erstes Unternehmen seiner Branche eine grüne Kreditlinie vereinbart. Die Zinskonditionen hängen dabei nicht nur von der Bonität des Konzerns ab; sie ändern sich, wenn die Nachhaltigkeitsbewertung von Henkel sich ändert. Ausschlaggebend ist eine Bewertung, die sich aus den Ratings der drei Agenturen ISS-Oekom, Sustainalytics und Ecovadis zusammensetzt. Werden die Ratings besser, zahlt Henkel weniger Zinsen, und umgekehrt.

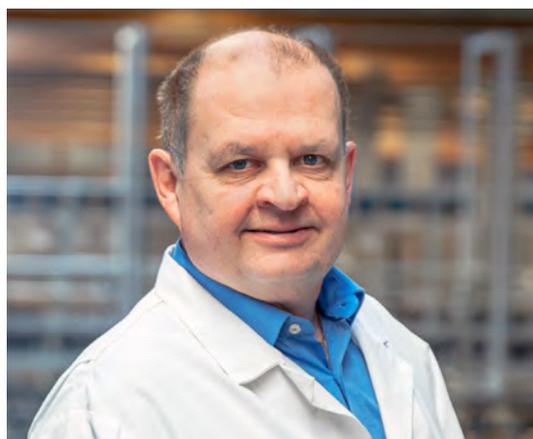
„Wir sind stolz, dass es uns als erstem deutschen Unternehmen gelungen ist, eine Kreditlinie abzuschließen, deren Konditionen an unsere Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit gebunden sind“, so Knobel. „Wir sind davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit für die Finanzmärkte, Kapitalgeber und Investoren immer wichtiger wird. Ein großes Dankeschön geht an dieser Stelle auch an das Henkel-Team, das erheblich zu diesem Erfolg beigetragen hat.“



Hochleistung auf ganzer Linie

Seit 1995 betreibt Henkel Beauty Care in Wassertrüdingen einen der modernsten Kosmetikstandorte Europas. Effiziente Hochleistungslinien und engagierte Mitarbeiter setzen neue Maßstäbe bei Technologie und Innovation, um die Konsumenten in vielen Ländern immer wieder zu begeistern.

KLEBAUER



Christian Bauer leitet seit 2003 das Werk in Wassertrüdingen.

Rund ein Fünftel der gesamten Produktionsmenge von Henkel Beauty Care wird in Wassertrüdingen mit modernsten Hochleistungsanlagen für den weltweiten Kosmetikmarkt hergestellt. 550 Mitarbeiter, darunter Produktionsmitarbeiter, Fachlagerlogistiker, Chemiker, Ingenieure und Auszubildende, sind am Standort beschäftigt.

Neben Fa, der bekanntesten Körperpflegemarke von Beauty Care, werden dort auch Marken wie Schauma, Drei Wetter Taft, Syoss, Gliss und Nature Box für den weltweiten Markt produziert. Christian Bauer, der seit 2003 das Werk in Wassertrüdingen leitet, erzählt: „Wenn ich unsere Kosmetikprodukte, die hier bei uns



Zahlen & Fakten

3,5

Millionen Flaschen werden
täglich abgefüllt

90 %

Wasser wird dank
Dampfreinigung der
Hochleistungslinien
eingespart

550

Mitarbeiter arbeiten in
Wassertrüdingen

90 000

Kilowattstunden Strom
werden jährlich durch das
Folienreckverfahren eingespart

700

Millionen Produkte werden
jährlich produziert

Markus Kirchmann leitet die Abfüllung.

hergestellt werden, in den ausländischen Supermärkten und Drogerien entdecke, bin ich stolz auf das, was wir als Team tagtäglich leisten.“ Kein Wunder, denn nur dank des erfolgreichen Zusammenspiels aus engagierten Mitarbeitern und innovativer Technik ist Wassertrüdingen auch heute noch einer der wichtigsten Beauty Care-Produktionsstandorte in Europa.

Angefangen in der Abteilung „Mixing“, dem chemischen Herzstück des Werks, werden aus hunderten Rohstoffen monatlich 2500 Rezepturen für Kosmetikprodukte erzeugt. „Einzigartig für Wassertrüdingen sind unsere leistungsstarken Dosierpumpenanlagen, mit denen wir 75 Prozent der Beauty Care-Produkte

anmischen können“, erklärt Michael Wechsler, der die Abteilung Mixing leitet, mit Stolz.

Im Anschluss werden die Produkte mit Höchstgeschwindigkeit abgefüllt: „Dank neuester Technologien, der Nutzung künstlicher Intelligenz und effektiver Hochleistungsmaschinen produzieren wir täglich bis zu 3,5 Millionen Flaschen“, sagt Markus Kirchmann, Leiter der Abfüllung. Die Effizienz der Technik am Standort ist beeindruckend: Während eine einzige Dosierpumpanlage innerhalb einer Stunde rund zwölf Tonnen Shampoo verarbeitet, fahren circa 21 000 Flaschen Duschgel über die Förderbänder der Hochleistungslinie „HL 6“ – das macht pro Minute 300 Flaschen.

Michael Wechsler (links) leitet die Abteilung Mixing – das chemische Herzstück des Werks. Hier in einer Besprechung mit seinem Kollegen Resat Oral



KLEEBAUER



Mit einer Höhe von zehn Metern bietet das Hochregallager 24 000 Stellplätze für Paletten.

Auf das gesamte Jahr gesehen versorgt das Werk in Wassertrüdingen internationale Konsumenten mit rund 700 Millionen Beauty Care-Produkten – wovon 95 Prozent für den Einzelhandel bestimmt sind.

Um Qualität und Service auf Weltklasseniveau zu bieten, hat der Standort im Bereich Digitalisierung aufgerüstet: Seit vergangem Jahr werden unter anderem zwei fahrerlose Gabelstapler in den Produktionshallen eingesetzt. Da sich das 70 000 Quadratmeter große Kosmetikwerk über mehrere Ebenen erstreckt, kam es in der Vergangenheit am Paletten-Aufzug zu Verzögerungen. Die Lösung: vollautomatische fahrerlose Transportsysteme, kurz: FTS. „Die FTS transportieren Verpackungsmaterialien zuverlässig von unserem Hochregallager in die Produktion“, erläutert IT-Projektleiter Thomas Steinhöfer. „Durch die Vernetzung von diversen IT-Systemen sind die autonom fahrenden Fahrzeuge in der Lage, bis zu 170 Paletten pro Schicht zielgerichtet zu bewegen – das Nadelöhr in der Logistik haben wir so behoben.“ Ein weiterer Vorteil der Fahrzeuge ist der 24-Stunden-Dauerbetrieb, der eine kontinuierliche Versorgung der Produktion mit Verpackungsmaterial gewährleistet.

Täglich fahren durchschnittlich 50 Lkw das Werk in Wassertrüdingen an, um Verpackungsmaterial für die Produktion zu liefern. Dank des „Just in Time“-Logistikkonzepts am Standort wird nur das Material angeliefert, das auch zeitnah verwendet wird: „Idealerweise können wir so das Packmaterial ohne Umwege und mit einer geringen Zwischenlagerung von 24 Stunden nutzen. Die Nähe vom Logistikzentrum zur Produktion ist sehr vorteilhaft – die fertigen Produkte können in der Regel direkt nach der Herstellung auf die Lkw oder Warenwaggons verladen werden“, so Stefan Keil, der die Logistik verantwortet.

Eine weitere Besonderheit am Standort sind die bis ins Werk reichenden Bahnschienen, die den Warentransport mit dem Zug ermöglichen. Werkleiter Christian Bauer betont: „Nachhaltigkeit spielt in allen Produktionsschritten eine entscheidende Rolle. Rund 65 Prozent unserer produzierten Einheiten werden mit der Bahn transportiert. Dadurch sparen wir täglich 25 vollbeladene Lkw und jährlich 2 200 bis 2 500 Tonnen CO₂ ein!“



Olga Frei ist Linienverantwortliche in der Nature Box-Produktion.



Thomas Steinhöfer ist IT-Projektleiter der fahrerlosen Transportsysteme.

Schön nachhaltig – nachhaltig schön

„Nachhaltigkeit geht bei Henkel jeden etwas an. Die Standorte spielen hier eine wichtige Rolle“, betont Bauer. Bereits seit vielen Jahren wird im Werk Wassertrüdingen nachhaltig produziert: von Recycling-Initiativen und Energieeinsparungen über Schienenverkehr und modernste Technologien. Der nach Düsseldorf zweitgrößte Produktionsstandort von Henkel in Deutschland heizt mit Anlagen höchster Energieklasse, verwendet sparsame LED-Lampen für seine Produktionshallen; und zwei Photovoltaikanlagen gehen Mitte 2019 in Betrieb. Durch weniger Transporte und die zunehmende Verlagerung auf die Schiene erhöhen sich die CO₂-Einsparungen des Standorts zunehmend; und auch Recycling spielt im Werk eine große Rolle: Neben Altpapier und Kunststoffflaschen werden jährlich rund 500 Tonnen Etikettenträgerpapier wieder-

verwendet. Das silikonbeschichtete Papier, das zuvor mit Gliss-, Schauma- und Fa-Etiketten beklebt war, wird nach Gebrauch an den Hersteller zurückgeschickt und dort für die Wiederverarbeitung aufbereitet. So entsteht neues, hochwertiges Papier.

Auch beim Thema Plastik und Verpackungen hat der Beauty Care-Standort klare Ziele: Die Verpackungen der produzierten Nature Box-Produkte beispielsweise bestehen bereits zu 25 Prozent aus recyceltem Plastik. Zum Bündeln einzelner Flaschen für den Großhandel wird das sogenannte Folienreckverfahren angewandt. Im Gegensatz zum herkömmlichen Wärmeschrumpfverfahren, bei dem sich Folie durch Heißluft eng um die Produkte legt, spart das Folienreckverfahren etwa 30 Prozent Plastikfolie und 90 000 Kilowattstunden elektrische Energie pro Jahr ein.

Das entspricht in etwa dem Stromverbrauch von 18 Vierfamilienhaushalten pro Jahr.

Auch der Wasserverbrauch wird minimiert. Nach einem Produktionstag werden die Anlagen dank Dampfreinigungsverfahren umweltverträglich gereinigt. Während früher 1200 Liter nötig waren, um eine Füllgutanlage zu spülen, werden diese heute effektiv mit Dampf gereinigt, was rund 90 Prozent Wasser einspart. Das Engagement des Beauty Care-Standorts zeigt, welchen hohen Stellenwert Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein entlang der gesamten Wertschöpfungskette haben, und spiegelt gleichzeitig das Leitbild von Henkel Beauty Care wider: „Together for true beauty and a more beautiful world.“ (Gemeinsam für echte Schönheit und eine schönere Welt.)



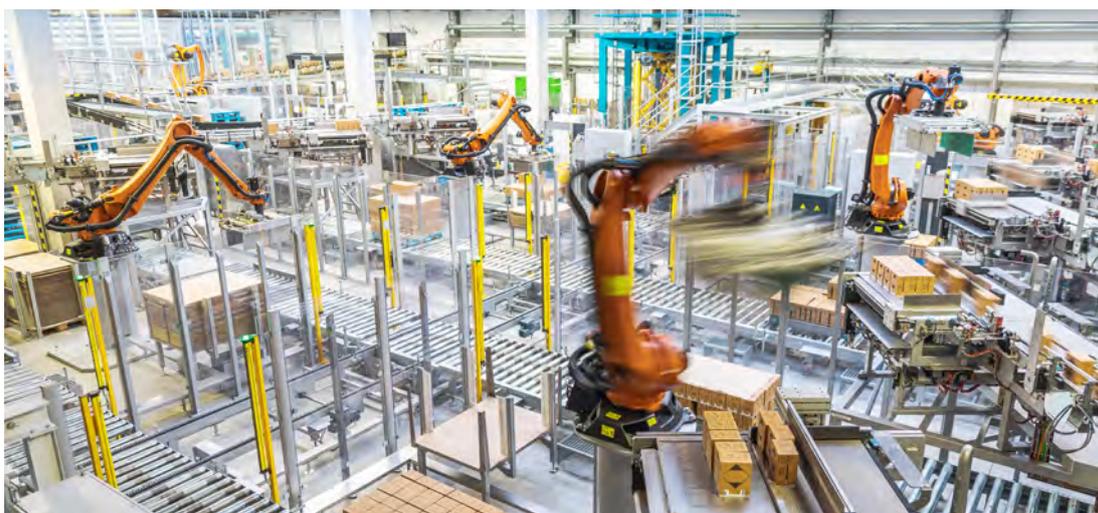
Weitere Fotos und ein Standortvideo finden Sie im deutschen eMagazine: www.henkel-life-deutschland.de



Mit den Hochleistungsanlagen werden täglich mehrere Millionen Produkte hergestellt.



Bild oben: Mario Neumann (links) und Stefan Keil, Logistikleiter am Standort, im Gespräch an der Bahnverladung.



Roboter im Einsatz: Mit modernster Technik produziert das Werk in Wassertrüdingen für den weltweiten Kosmetikmarkt.

Only Love



HENKEL

Edith Hartman
Purchasing Department European Packaging

Mit Liebe verpackt

„Die Verpackung von Only Love ist anders. Die Faltschachtel wird auf einem Karton gedruckt, der anteilig aus recyceltem Papier besteht. Zusätzlich wird während des Produktionsprozesses der Verpackung der gesamte CO₂-Verbrauch ermittelt. Wir achten bei der Karton-Produktion ebenfalls auf die Wahl von umweltverträglich hergestelltem Papier: So verzichten wir auf Papier mit Holz aus Regenwaldbeständen und setzen auf Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft.“



Ihrem Haar zuliebe

Seit Februar 2019 ist Only Love, eine neue permanente Coloration von Schwarzkopf, im Handel erhältlich.

Mit natürlichen Inhaltsstoffen wie Sojaprotein, botanischer Hafermilch und pflegendem Arganöl bietet Only Love eine schonende Coloration ohne Ammoniak, Silikone und Alkohol*. „Immer mehr Frauen legen nicht nur viel Wert auf eine ausgewogene Ernährung und ausreichend Sport, sondern übertragen ihren Lifestyle auch auf ihre Beauty-Routine: Sie wünschen sich Transparenz über die Inhaltsstoffe und deren Wirkung“, erklärt Simone Gudlick, International Marketing Manager bei Henkel Beauty Care. Mit Only Love hat Beauty Care nicht nur eine dermatologisch getestete Marke auf den Markt gebracht, sondern auch eine, die das ECARF-Zertifikat (European Centre of Allergy Research Foundation) trägt. Dies bedeutet, dass bei Haarfärbemitteln besondere Kriterien, zum Beispiel im Hinblick auf den Einsatz von Haarfarbstoffen und Duftstoffen, erwartet werden. Only Love ist in unterschiedlichen Nuancen erhältlich und die richtige Wahl für Frauen, die Wert auf eine schonende Coloration mit natürlichen Inhaltsstoffen legen, aber keine Kompromisse bei der Dauer der Coloration eingehen möchten.

(* Ethylalkohol)

„BETTER FOR YOU“

Ein ethischer und natürlicher Lebensstil ist für viele Kosmetikkonsumenten von immer größerer Bedeutung. Denn wer sich gut fühlt, weil er sich etwas Gutes tut, strahlt diese Zufriedenheit auch aus. Mit „Better for you“ stellt Henkel Beauty Care eine Strategie vor, die Nachhaltigkeit für Verbraucher greifbar macht: „Unsere Kunden fordern nachhaltige, ethisch unbedenkliche Produkte, die gut für die Umwelt sind und gleichzeitig eine hohe Pflegewirkung haben“, so Beauty Care-Vorstand Jens-Martin Schwärzler. Um allen Verbrauchererwartungen in Bezug auf Nachhaltigkeit gerecht zu werden, basiert die neue Strategie auf drei Säulen: Clean Beauty, Green Beauty und Certified Beauty.

Only Love ist ein aktuelles Beispiel einer Marke, die im Segment „Clean Beauty“ ganz oben angesiedelt ist.



Lesen Sie mehr über weitere Marken aus der „Better for You“-Reihe im aktuellen eMagazine: www.henkel-life-deutschland.de



Daniela Kessler-Becker
Senior Manager Hair Color

Schonend, aber dennoch wirksam

„Färben ist immer noch ein chemischer Vorgang. Wir haben es aber geschafft, lebendig-intensive und dennoch schonende Haarfarben herzustellen. Dies gelang durch die präzise Abstimmung der Formulierung, indem wir die Farbmoleküle zusammen mit der Formulierung optimiert haben.“



Dirk Hentrich
Senior R&D Manager Hair Care

Intensive Pflege ohne Silikone

„Only Love pflegt auch ohne die gängigen Inhaltsstoffe, wie zum Beispiel Silikone. Wir haben dafür die Bestandteile anderer Inhaltsstoffe in Only Love entsprechend erhöht. Silikone lassen sich beispielsweise gegen alternative Pflegepolymere austauschen. Only Love beinhaltet außerdem Inhaltsstoffe wie Hafermilch, Sojaprotein und Arganöl.“

Der ökologische Fußabdruck und wie



Jedes lokale Team überprüft im Hinblick auf hohe Nachhaltigkeitsziele den Fortschritt am Standort und berichtet monatlich darüber.

Vom Rohstoff-Einkauf bis hin zu unseren eigenen Fabriken ist Nachhaltigkeit ein zentraler Bestandteil aller Aktivitäten von Adhesive Technologies.

Unser Nachhaltigkeits-Engagement beginnt bei der Auswahl der Rohstoffe, die höchsten Anforderungen entsprechen, zum Beispiel wenn es um Arbeitnehmerrechte, ethische Geschäftspraktiken und Sicherheit geht. Außerdem bewerten wir unsere Lieferanten auf Basis bekannter Ratings nach Umwelt- und Sozialaspekten. Darüber hinaus erhalten wir von unseren strategischen Lieferanten Informationen über den Lebenszyklus ihrer Rohstoffe und somit über ihre CO₂-Bilanz. Und wir vergeben jedes Jahr einen Nachhaltigkeitspreis an einen unserer Lieferanten, um herausragende Leistungen zu würdigen.

Die so eingekauften Rohstoffe werden an unsere Werke geliefert, die wir kontinuierlich optimieren, um die Henkel-Nachhaltigkeitsziele zu unterstützen. Jeden Tag arbeitet unser globales Team intensiv daran, die Arbeitssicherheit zu verbessern und den Energie- und Wasserverbrauch, die CO₂-Emissionen sowie den

anfallenden Abfall zu reduzieren. Die Teams an den einzelnen Standorten überprüfen den Fortschritt in diesen Kategorien und berichten monatlich darüber. Unsere Mitarbeiter besprechen regelmäßig den aktuellen Stand sowie Verbesserungsmöglichkeiten. Darüber hinaus finden Nachhaltigkeitsschulungen und -workshops statt, um sich zu Best-Practice-Beispielen im Bereich Nachhaltigkeit auszutauschen und das Bewusstsein und Engagement der Mitarbeiter für das Thema zu schärfen. Maßnahmen wie diese haben 2018 die Effizienz an den Produktionsstandorten von Adhesive Technologies deutlich gesteigert.

INVESTITIONEN IN DIE ZUKUNFT

Adhesive Technologies investiert auch in Anlagen, die dazu beitragen, unseren Fußabdruck bei Wasser und Abfall zu reduzieren. So hat der Unternehmensbereich 2018 in seinem Werk in Prescott, Wisconsin (USA), eine neue Kühlanlage installiert, die jedes Jahr über

Abdruck – wir ihn verkleinern



Das wärmerespektierende Dach ist nur eine der Maßnahmen, die im Werk von Adhesive Technologies in Kocaeli Gebze, Türkei, die CO₂-Bilanz verbessern.



40 Millionen Liter Wasser dadurch einspart, dass das während der Produktion eingesetzte Kühlwasser in einem geschlossenen Kreislauf genutzt wird. Ähnlich funktioniert ein in der Dragon Plant in Shanghai eingesetztes System, das Abwasser um 50 Prozent reduziert.

Neben neuen Anlagen an bestehenden Standorten baut Adhesive Technologies weltweit hochmoderne neue Fabriken. Das neue Klebstoffwerk im türkischen Kocaeli Gebze beispielsweise verfügt über ein wärmerespektierendes Dach sowie über Pumpen, die Geothermie nutzen – also Erdwärme, die in Energie umgewandelt wird. Dieser Standort wurde dafür sogar mit dem Platin-LEED-Zertifikat (Leadership in Energy and Environmental Design) ausgezeichnet.

Im spanischen Montornès del Vallès baut Henkel aktuell ein neues Werk, das vollständig klimaneutral sein wird. Es verfügt über integrierte Lösungen wie einen Biomassekessel für erneuerbare Brennstoffe, eine Photovoltaikanlage zur Stromerzeugung, ein System zur Wiederverwendung von Wasser sowie intelligente LED-Beleuchtung.

Von der Auswahl der Rohstoffe bis hin zum Produktionsprozess – die Teams von Adhesive Technologies arbeiten weltweit ständig daran, den CO₂-Fußabdruck unserer Produkte zu reduzieren, bevor diese ausgeliefert werden – ein einzigartiger Wettbewerbsvorteil für den Unternehmensbereich und seine Kunden.



Sonnige Zeiten

Mit seinem Know-how bei elektrisch leitenden Klebstoffen unterstützt das Geschäftsfeld Electronics von Adhesive Technologies die Solarbranche bei einem neuen, effizienteren Herstellungsprozess für Photovoltaikmodule.

Solarenergie ist nicht nur eine der am schnellsten wachsenden Technologien zur Energieerzeugung weltweit, sondern wird Prognosen zufolge auch die kostengünstigste Energiequelle in den meisten Teilen der Welt werden. Unser Know-how bei elektrisch leitenden Klebstoffen (ECAs) hilft der Solarbranche dabei, hochmoderne Technologien auf den Markt zu bringen. Das Ergebnis ist eine höhere Effizienz, die Verbrauchern und Industrie eine schnellere Amortisation ihrer Investitionen ermöglicht.

HIGHTECH

Bei herkömmlichen Photovoltaikmodulen werden lotbeschichtete Kupferbänder verwendet, um die einzelnen Solarzellen miteinander zu verbinden. Die neue, mit Hilfe der Experten von Henkel Electronics entwickelte Technologie setzt hingegen ECAs ein, die die Zellen verbinden und gleichzeitig den Strom leiten. Derartige Module generieren bis zu 10 Prozent mehr Leistung im Vergleich zu den herkömmlichen Kupferband-Designs. Darüber hinaus ist es Adhesive Technologies gelungen, die

Materialkosten zu senken, indem unter anderem der Silbergehalt der Klebstoffe gesenkt wurde.

„Mitarbeiter von Henkel Electronics in Westerlo (Belgien) und Shanghai (China)



Henkel ist führend bei elektrisch leitenden Klebstoffen, die zur Herstellung von hochmodernen Solartechnologien eingesetzt werden.

entwickeln Klebstoffsysteme, die umfassende Designänderungen bei Solarmodulen ermöglichen. Die zuvor ungenutzte Fläche der Module kann nun in aktives, photovoltaisches Material umgewandelt werden. Ebenso können Widerstandsverluste reduziert werden. Das Ergebnis ist ein wahrhaft transformatives Design, das die Leistung erhöht und gleichzeitig die Kosten senkt“, erklärt Jonathan Burke, Leiter des Solar Marktbereichs bei Adhesive Technologies.

Als eines von wenigen Unternehmen, die die Qualitätsanforderungen auch bei Großprojekten erfüllen, arbeitet Henkel jetzt mit den größten Photovoltaikunternehmen der Welt zusammen, um das Design von Solarmodulen auf eine neue Stufe zu heben.

Wussten Sie, dass ...

... Adhesive Technologies führend im Bereich elektrisch leitender Klebstoffe (ECAs) ist? Seit der Erfindung von ECAs in den 1950er Jahren hat unser umfassendes Verständnis von der Materialformulierung und Anwendungstechnik zur Entwicklung von über 300 kommerziellen ECA-Produkten geführt.

Solistin auf dem Eis

Eiskunstlauf nach Feierabend: Die angehende Chemielaborantin Lena Galle trainiert für ihre sportliche Karriere.

Drei Umdrehungen: Das ist das Ziel, für das Lena Galle trainiert – in der Sporthalle, beim Ausdauertraining und auf dem Eis! Nach Feierabend fährt die angehende Chemielaborantin drei- bis viermal pro Woche direkt nach der Arbeit bei Henkel in die Düsseldorfer Innenstadt zur Eislaufhalle oder zum Kraftsport. Denn neben ihrer beruflichen Ausbildung bereitet sie sich auf die höchste Prüfung im Eiskunstlaufen vor, damit sie von ihrer derzeitigen Kategorie Junioren Damen in die Meisterklasse aufsteigen kann: „Dafür muss ich bis April den Dreifach-Salchow und den Dreifach-Toeloop springen können. Etwas mehr als zweieinviertel Umdrehungen schaffe ich jetzt schon, aber ich brauche noch mehr Kraft und Übung, damit mir die geforderten drei Umdrehungen gelingen.“

Ihre Disziplin und ihr Leistungswillen machen sich keineswegs nur auf dem Eis bemerkbar. „Ich habe über Jahre gelernt, mich gut zu organisieren und Prioritäten zu setzen; das kommt mir auch im Beruf zugute“, stellt die erfolgreiche Eiskunstläuferin fest. „Vor allem aber kann ich – ob ich gerade Lust habe oder nicht – jederzeit meinen Willen mobilisieren.“

Jeder in Lena Galles Umfeld ist überzeugt, dass sie die Prüfung mit den schwierigen Dreifachsprüngen meistern wird – so wie es ihr beispielsweise vor zwei Jahren auch gelungen ist, mitten in den Abiturvorbereitungen bei den deutschen Nachwuchsmeisterschaften in Mannheim anzutreten und dort immerhin den zwölften Platz unter mehr als 30 Bewerberinnen zu erlaufen. Kurz darauf machte sie ihren Schulabschluss mit gutem Notenschnitt. „Diese Leistungen hätte ich ohne den Rückhalt von meiner Familie und meinen Freunden nicht erbringen können.“

Direkt nach dem Abitur startete Lena Galle eine Trainerausbildung, zwischendurch bewarb sie sich bei Henkel. „Schon in

der Schule war Chemie eins meiner Lieblingsfächer“, sagt sie. „Die Ausbildung zur Chemielaborantin finde ich aber noch spannender und vielseitiger.“

Seit dem Sommer trainiert die Auszubildende neben ihrer Arbeit Kinder, die Eiskunstlauf als Leistungssport betreiben – so wie sie selbst seit ihrem siebten Lebensjahr. Bereits mit fünf Jahren wollte sie unbedingt aufs Eis. „Am Anfang war das Training eher spielerisch“, erinnert sie sich. Doch als die Grundschülerin in die Leistungsgruppe aufgenommen wurde – und später auch in den Landeskader von NRW –, standen an sechs Nachmittagen pro Woche jeweils zwei Stunden Training auf ihrem Stundenplan sowie Wettbewerbe an vielen Wochenenden.

Auch wenn Lena Galle ihre Trainingseinheiten inzwischen etwas reduziert hat, erreichte sie in dieser Saison bei mehreren Wettbewerben wieder vordere Plätze. Mit ihren kraftvollen und dynamischen Choreographien begeistert sie Juroren und Publikum. „Jeder Wettbewerb ist aufregend“, findet die ambitionierte Sportlerin. „Und nichts ist schöner als das Glücksgefühl nach einer gelungenen Kür.“



Präzision zählt – auf dem Eis wie im Labor: Lena Galle absolviert bei Henkel eine Ausbildung zur Chemielaborantin.

