

Stakeholder-Dialog

Warum der offene Austausch für uns wichtig ist

Basis für Strategie und Reporting

Zukunftsfähige Lösungen für eine nachhaltige Entwicklung können nur im Dialog mit allen gesellschaftlichen Gruppen gefunden werden – lokal, regional und international. Wir suchen daher kontinuierlich den Austausch mit allen Stakeholdern. Dazu gehören unsere Kunden, Verbraucher, Lieferanten, Mitarbeiter, Aktionäre, Nachbarn, Behörden, Verbände und Nichtregierungsorganisationen sowie die Politik und die Wissenschaft.

Der Dialog zeigt uns, welche Aspekte des nachhaltigen Wirtschaftens für welche Anspruchsgruppen von besonderem Interesse sind. Je intensiver und früher wir uns mit den Ansichten unserer Stakeholder über zukünftige gesellschaftliche Anforderungen befassen, desto besser und schneller können wir unser Handeln daran orientieren.

nehmensbereiche, Funktionen und Regionen integriert. So stellen wir sicher, dass die lokalen und regionalen Herausforderungen zwischen den jeweiligen Experten in unserem Unternehmen und den entsprechenden Interessengruppen diskutiert werden. Konzepte und Lösungen erarbeiten wir dort, wo sie auch bewertet und umgesetzt werden.

Instrumente, Themen, Dauer und Intensität des Dialogs sind auf die einzelnen Interessengruppen und ihre spezifischen Fragestellungen abgestimmt. 2010 nahmen Mitarbeiter von Henkel an über 120 Nachhaltigkeitsveranstaltungen in 25 Ländern teil.

Bewusstsein für Nachhaltigkeit stärken

Damit das Thema Nachhaltigkeit keine abstrakte Absichtserklärung darstellt, spielt das tägliche Handeln unserer rund 48.000 Mitarbeiter eine Schlüsselrolle. Denn nur, wenn alle Mitarbeiter die Prinzipien des nachhaltigen Wirtschaftens kennen und verstehen, werden diese zu einem Leitbild für Verhalten und Entscheidungen im Arbeitsalltag. Daher erarbeiteten alle Henkel-Mitarbeiter in den 2010 durchgeführten „Vision und Werte“-Workshops, was unser Unternehmenswert „Nachhaltigkeit“ für sie, ihr Team und für Henkel bedeutet, siehe **NB** Seite 30.

Darüber hinaus zeigen wir durch regelmäßige Kommunikation – beispielsweise in Mitarbeiterzeitungen oder durch Schulungen und Trainings –, welche vielfältigen Anknüpfungspunkte das Thema Nachhaltigkeit für den eigenen Job bietet. Auch in der Aus- und Weiterbildung sind Arbeitsmodule zum Thema Nachhaltigkeit fester Bestandteil. Außerdem erarbeiten unsere Mitarbeiter in funktionsübergreifenden Workshops zu spezifischen Themen – wie Logistik, Verpackung oder Beschaffung – nicht nur eine gemeinsame Wissensbasis, sondern stellen sicher, dass die erarbeiteten Lösungen alle Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung berücksichtigen.

Auch die Mitarbeiter selbst initiieren weltweit Projekte zur Stärkung des Bewusstseins unter Kollegen und externer Interessengruppen. In Brasilien beispielsweise macht eine von Mitarbeitern jährlich organisierte Modenschau „Trash to Fashion“ auf die Themen Abfall und Recycling aufmerksam.

www.henkel.de/nb2010 | 52

Unseren Stakeholder-Dialog haben wir systematisch in alle Funktionen und Unternehmensbereiche integriert.



www.henkel.de/nb2010 | 50



Carsten Tilger

Mitglied im Henkel Sustainability Council für Unternehmenskommunikation.

Das komplette Interview mit Carsten Tilger:



www.henkel.de/nb2010 | 51

„Die Vielfalt der Themen und Informationswünsche unserer Stakeholder steigen stetig. Unterschiedliche Kommunikationskanäle und eine zielgruppengerechte Aufbereitung von Informationen werden daher immer bedeutender. Dabei ist es uns wichtig, grundsätzlich offen, konsistent und authentisch zu kommunizieren. Nur dann lässt sich das komplexe Thema Nachhaltigkeit glaubwürdig vermitteln.“

Der offene Austausch bildet die Grundlage für gegenseitiges Verständnis sowie die Chance, gesellschaftliche Zustimmung zu unserem unternehmerischen Handeln zu erreichen. Gleichzeitig lässt er neue Impulse in unser Unternehmen zurückfließen und uns eventuelle Risiken unseres Handelns frühzeitig erkennen. So leistet der Stakeholder-Dialog einen wichtigen Beitrag zu unserem Innovations- und Risikomanagement und bildet die Basis für die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Integrierter Dialog

Auch wenn die Fragestellungen einer nachhaltigen Entwicklung global sind, unterscheiden sich die regionalen Prioritäten und Perspektiven erheblich. Unser Stakeholder-Dialog ist daher in die Unter-



Im Juni 2010 traf sich das Kuratorium des Global Institute of Sustainability der Arizona State University, USA, bei Henkel in Düsseldorf. Unter dem Motto „Nachhaltigkeit als globale Aufgabe“ diskutierten Experten aus Industrie, Handel, Wissenschaft und Politik über dieses Thema.



Eine Delegation des chinesischen Handelsministeriums informierte sich im September 2010 bei Henkel in Düsseldorf über effiziente Energiewirtschaft, Methoden zur Reduzierung des Kohlendioxid-Ausstoßes sowie über gesellschaftlich verantwortliches Handeln von Unternehmen.



Im Dezember sprach der EU-Kommissar für Industrie und Unternehmen, Antonio Tajani (Zweiter von rechts), mit Finanzvorstand Dr. Lothar Steinebach (Dritter von rechts) und dem designierten Waschmittelvorstand Bruno Piacenza (rechts) über Nachhaltigkeit und die Auswirkung verschiedener Gesetzesvorhaben für Henkel in der Praxis.

Dialog mit internationalen Experten

Der Austausch mit internationalen Nachhaltigkeitsexperten hilft uns bei der Ausrichtung unserer Aktivitäten auf nachhaltiges Wirtschaften. Auch 2010 kamen in vielen Ländern Henkel-Vertreter mit Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zum Dialog zusammen (siehe Fotos oben).

Engagement in internationalen Initiativen

Henkel beteiligt sich auf nationaler und internationaler Ebene an einer Vielzahl von Projekten, thematischen Initiativen und Fachkonferenzen, um die gemeinsame Aufgabe einer nachhaltigen Entwicklung aktiv mitzugestalten. Dazu gehört auch die Mitarbeit in Industrieverbänden und politischen Arbeitsgruppen. So unterstützt Henkel die Initiative „Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft“ in Deutschland.

www.henkel.de/nb2010 | 53

Entscheidungen der Politik brauchen den fachlichen Input aller Stakeholder, um faire, verantwortungsvolle und ausgewogene Lösungen zu finden. Klare Verhaltensregeln hierfür gibt unser im Jahr 2010 eingeführter Standard „Representation of Interests in Public Affairs“, siehe **NB** Seite 6. Henkel ist zudem seit 2010 in das Transparenz-Register der Europäischen Union eingetragen.

www.henkel.de/nb2010 | 54

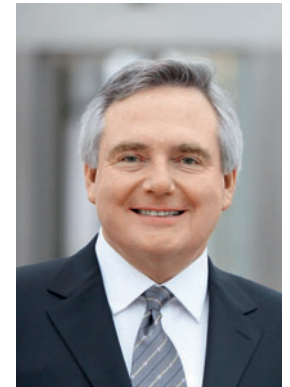
Bildung für nachhaltige Entwicklung

Henkel ist es wichtig, über den eigenen Einflussbereich hinaus die Fragestellungen einer nachhal-

„Im Rahmen politischer Entscheidungsprozesse suchen Politiker und Regulatoren häufig die Expertise von Unternehmen – vor allem um sicherzustellen, dass Gesetzesvorhaben in der Praxis umsetzbar sind und die gewünschten Steuerungseffekte erzielen. Uns bietet der Austausch die Chance, eigene Interessen und Erfahrungen zu kommunizieren. Voraussetzung ist, dass dieser Dialog offen und transparent geschieht.“

tigen Entwicklung zu thematisieren. Im Jahr 2010 haben wir erneut eine Vielzahl von Projekten und Aktionen initiiert, insbesondere zum Thema „Bildung für nachhaltige Entwicklung“. Hier gehörte zum Beispiel ein Workshop mit Studenten der Bocconi-Universität in Mailand, Italien, zum Thema „Aufbau einer Vision für nachhaltigen Konsum im Jahr 2050“. In Deutschland, Italien und Indien veranstaltet Henkel seit Jahren landesweite Schulwettbewerbe. Beispielsweise vergab Henkel in Indien 2010 erneut den „Henkel Enviro Care Award“ für Schüler, die sich an der „Henkel EcoPetition“ rund um die Vermeidung und Wiederverwendung von Ressourcen beteiligten.

www.henkel.de/nb2010 | 56



Dr. Peter Florenz
Mitglied im Henkel Sustainability Council für Governmental Relations.

Das komplette Interview mit Dr. Peter Florenz:

www.henkel.de/nb2010 | 55