

Gesellschaftliches Engagement erfordert Initiative

Wir engagieren uns für die Gesellschaft

Gesellschaftliches Engagement ist schon seit der Firmengründung fest in unserer Unternehmenskultur und unseren Unternehmenswerten verankert. Dies spiegelt sich täglich im Handeln unserer Mitarbeiter wider. Unter dem Dach von „Henkel Smile“ bündeln wir das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens, das über die Geschäftstätigkeit hinausgeht – international Corporate Citizenship genannt. Gemeinsam mit Kunden, Verbrauchern und gemeinnützigen Organisationen sind wir weltweit in drei Bereichen aktiv: Förderung des Mitarbeiterengagements, Nothilfe sowie Unternehmens- und Markenengagement für das Gemeinwohl.



www.henkel.de/smile

Bilanz Mitarbeiterengagement 2010:

- 1.196 Tausend Euro Geldspenden
- 147 Tausend Euro Produktspenden
- 54 Tage Freistellung

Regionale Verteilung unseres gesellschaftlichen Engagements:



Seiten 2 und 3.

Mitarbeiterengagement im Mittelpunkt

Das bereits seit 1998 in Deutschland geförderte Mitarbeiterengagement – „Miteinander im Team“, kurz MIT – steht im Mittelpunkt unserer Aktivitäten. Seit 2002 wirkt MIT international. Inzwischen vergeben wir rund 40 Prozent unserer weltweiten Mittel für MIT-Projekte.

Wir fördern Projekte aus den Bereichen Soziales, Bildung und Wissenschaft, Gesundheit, Kultur und Ökologie. Mitarbeiter und Pensionäre, die sich ehrenamtlich in ihrer Freizeit engagieren, haben die Möglichkeit, für ihr Projekt eine Förderung von bis zu 10.000 Euro, bis zu fünf Tage Freistellung oder Produktspenden zu erhalten. Die Mitarbeiter und Pensionäre können zudem jederzeit fachliche Beratung durch die Mitarbeiter unserer Spendenabteilung erhalten.

Nothilfe mit Engagement in Haiti

Die Erdbebenkatastrophe in Haiti im Januar 2010 hat Hilfsorganisationen auf der ganzen Welt mobilisiert – darunter die International Search and Rescue Germany – kurz I.S.A.R. Der Verein ist als einzige Nichtregierungsorganisation in Deutschland bei den Vereinten Nationen akkreditiert und



Nach dem Erdbeben im Jahr 2010 in Haiti baten Joschka Jugelt, Auszubildender bei der Werkfeuerwehr von Henkel in Düsseldorf, und Henning Steff (rechts im Bild), ehemaliger Praktikant bei Henkel, das Unternehmen um Unterstützung für I.S.A.R. Germany. Beide engagieren sich in ihrer Freizeit ehrenamtlich bei dieser Nothilfeorganisation. Henkel sicherte I.S.A.R. sofort finanzielle Unterstützung zu und spendete darüber hinaus Kosmetikprodukte sowie Wundklebstoffe. www.isar-germany.de

ist spezialisiert auf die Bergung und medizinische Versorgung von Verschütteten. 2009 förderte Henkel erstmals I.S.A.R. über ein MIT-Projekt eines Henkel-Auszubildenden. Zwei Tage nach dem Erdbeben entschied sich Henkel, Nothilfe für die Erdbebenopfer über I.S.A.R. zu leisten, und spendete 20.000 Euro als Soforthilfe für den Einsatz vor Ort.

Zusätzlich spendete Henkel über weitere Hilfsorganisationen 50.000 Seifen, 2.880 Haarshampoos und 32.400 Einheiten Wundklebstoff für die medizinische Versorgung der haitianischen Bevölkerung. Darüber hinaus stellten wir unseren Mitarbeitern und Pensionären finanzielle Mittel zur Verfügung, damit sie in ihren bestehenden Projekten vor Ort nach dem Erdbeben helfen können. So konnten wir zusätzlich sieben Kinderprojekte in Haiti mit insgesamt 61.700 Euro fördern.

Stiftungsgründung

Henkel hat im Januar 2011 die Fritz Henkel Stiftung gegründet. Das gesellschaftliche Engagement wird zukünftig in dieser Stiftung gebündelt. Die Stiftungsgründung unterstreicht das langfristige Bekenntnis von Henkel, sich über die Geschäftstätigkeit hinaus gesellschaftlich zu engagieren. Der Stiftungszweck umfasst die Unterstützung

des ehrenamtlichen Engagements unserer Mitarbeiter, die internationale Katastrophenhilfe sowie das Unternehmens- und das Markenengagement. Die Schwerpunkte der Stiftungsarbeit werden durch einen Vorstand festgelegt. Er besteht aus Vertretern des Henkel-Managements und Mitgliedern der Familie Henkel.



Persil-Projekt Futurino – Der Kindergarten St. Franziskus in Wesel schaffte dank der Förderung durch die Marke Persil des Unternehmensbereichs Wasch-/Reinigungsmittel zwei Laborplätze mit professionellem Mobiliar und Ausrüstung für Kinder im Wert von 6.200 Euro an. Die Kinder sollen durch eigene Versuche chemische Zusammenhänge begreifen und erste Grundkenntnisse in den Naturwissenschaften gewinnen. www.persil.de/projekt-futurino



Tribute to Bambi – Durch das wiederholte Engagement der Marke Schwarzkopf des Unternehmensbereichs Kosmetik/ Körperpflege konnten auch 2010 drei ausgewählte Kinder- und Jugendhilfsprojekte gefördert werden.

www.tributetobambi.de

Markenengagement

Starke Marken und Technologien sind das Kerngeschäft von Henkel. Über unsere Unternehmensbereiche und unsere Marken fördern wir die Themen Gesundheit, Ökologie, Kultur, Bildung und Wissenschaft sowie Soziales. Die Projekte führen wir – wo es erforderlich ist – mit kompetenten Partnern durch. Henkel und seine Marken verstehen sich als Partner und „guter Nachbar“ in den Regionen und Ländern, in denen das Unternehmen mit Standorten und Marken präsent ist.

Beispiele für das Engagement unserer Marken sind das Projekt Futurino von Persil, das Engagement von Schwarzkopf für „Tribute to Bambi“ und die Förderung der Malermeisterausbildung (siehe Fotos oben).



Metylan macht Meister – Die Marke Metylan des Unternehmensbereichs Adhesive Technologies förderte die sechs Gewinner mit jeweils einem Weiterbildungsscheck über 5.000 Euro für ihre Meisterausbildung. Obere Reihe von links: Insa Kaiser, Kristina-Laura Schmitt, Tobias Anton. Untere Reihe von links: Andre Coelho Santos, Ronny Gey und Evgenij Stulenko.

www.meistercasting.de

Gesellschaftlicher Fortschritt

Mit ihrem Engagement und ihren ehrenamtlichen Projekten leisten unsere Mitarbeiter und Pensionäre weltweit viele Beiträge zum gesellschaftlichen Fortschritt und zu den „Millennium Development Goals“ – den Entwicklungszielen der Vereinten Nationen. Mehr als die Hälfte der MIT-Projekte verbessert die Lebenssituation von Menschen in Entwicklungs- und Schwellenländern. In vielen Fällen erfüllt ein MIT-Projekt die inhaltlichen Forderungen gleich mehrerer „Millennium Development Goals“.

www.un.org/millenniumgoals

Rund **730.000** Menschen hat Henkel weltweit im Jahr 2010 durch Henkel Smile-Projekte geholfen.

MIT-Projekte, aufgeteilt nach den acht „Millennium Development Goals“ der Vereinten Nationen

1. Bekämpfung von extremer Armut und Hunger 33%	2. Primärschulbildung für alle 47%	3. Gleichstellung der Geschlechter 2%	4. Senkung der Kindersterblichkeit 3%
5. Verbesserung der Gesundheitsversorgung von Müttern 1%	6. Bekämpfung von HIV/Aids, Malaria und anderen Krankheiten 7%	7. Ökologische Nachhaltigkeit (Umweltschutz) 6%	8. Aufbau einer globalen Partnerschaft für Entwicklung 1%

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Weltweit beteiligten sich 2010 mehrere tausend Mitarbeiter an Vorsorgeaktionen zu Darm-, Haut- und Brustkrebs, gesunder Ernährung, Suchtprävention, Stressbewältigung oder Rückenschulung. Hinzu kommen gesundheitsfördernde Sportangebote. Beispiele:

www.henkel.de/nb2010 | 48

Gesunde Mitarbeiter

Damit unsere Mitarbeiter gesund und leistungsfähig bleiben, fördern wir ihre Gesundheit durch gezielte Programme und Vorsorge. Dazu gehört vorbeugend die Vermeidung arbeitsplatzbedingter Risiken, die zu Langzeiterkrankungen und Berufsunfähigkeit führen können. Ein „Steering Committee Gesundheit“ mit den Arbeitsgruppen Gesundheit, Demografie und Disability Management (Eingliederungsmanagement nach Krankheiten) initiiert Aktivitäten. Bei der Ausgestaltung der Gesundheitsprogramme setzen die Henkel-Gesellschaften je nach lokalen Anforderungen unterschiedliche Schwerpunkte. Die Vorsorgemaßnahmen gehen in vielen Fällen über unsere Mitarbeiter hinaus, indem sie auch Angehörige mit einbeziehen.

Umgang mit steigender Arbeitsbelastung

Unsere komplexer und dynamischer werdende Welt bringt für jeden Mitarbeiter hohe und ständig wachsende Anforderungen mit sich. Für die betriebliche Gesundheitsförderung heißt dies, dass Programme zur psychischen Gesundheit immer wichtiger werden. Deshalb bietet Henkel seinen Mitarbeitern Unterstützung an. In vielen Ländern existieren mittlerweile Programme, die allen Mitarbeitern die Chance bieten, sich zum Thema Zeit-, Stress- und Konfliktmanagement beraten zu lassen. Auch Initiativen zu flexibler Arbeitszeitgestaltung sollen helfen, die Balance zwischen Arbeit und Freizeit unserer Mitarbeiter zu verbessern und arbeitsplatzbedingte Stressfaktoren zu reduzieren.

Unser Ziel: Null Unfälle

Arbeitssicherheit hat bei Henkel höchste Priorität. Henkel entwickelt die Maßnahmen des Arbeitsschutzes kontinuierlich weiter, um für seine Mitarbeiter weltweit sichere Arbeitsplätze zu garantieren. An unserem langfristigen Ziel „Null Unfälle“ halten

wir unverändert fest. Auf Basis der bis 2007 erreichten Verbesserungen haben wir ein Zwischenziel definiert: Senkung der Arbeitsunfälle um weitere 20 Prozent bis 2012. Dieses konnten wir 2010 vorzeitig erreichen. Zur langfristigen Zielerreichung setzen wir weiter auf weltweite Sicherheitsschulungen. www.henkel.de/nb2010 | 49

Tödliche Arbeitsunfälle 2010

Unser intensives Engagement für die Arbeitssicherheit hat dazu beigetragen, dass die Zahl der Unfälle bei Henkel auch 2010 auf einen im internationalen Vergleich sehr niedrigen Stand gesunken ist. Bedauerlicherweise kam es trotz unserer Anstrengungen im Jahr 2010 zu insgesamt fünf tödlichen Arbeitsunfällen: Drei Henkel-Mitarbeiter verunglückten bei Autounfällen während der Arbeitszeit. Zwei Mitarbeiter externer Firmen starben, während sie im Auftrag von Henkel an unseren Standorten tätig waren. Der eine externe Mitarbeiter starb trotz bereitgestellter Sicherheitsausrüstung und entsprechender Schulung beim Sturz von einem Gerüst. Der andere wurde auf einem Werksgelände von einem Lieferfahrzeug tödlich verletzt.

Verkehrsunfälle sind in den letzten Jahren weltweit als steigende Unfallquelle zu beobachten. Daher haben wir 2010 in verschiedenen Ländern die Vorgaben für die Nutzung eigener und fremder Fahrzeuge verschärft. Dies betrifft zum Beispiel die notwendige Sicherheitsausrüstung für Mietwagen. Zudem investieren wir verstärkt in Fahrsicherheitstrainings für unsere Außendienstmitarbeiter.

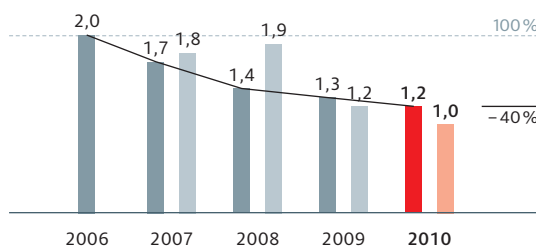
Die Unfälle der Mitarbeiter von externen Firmen auf Henkel-Gelände zeigen, dass wir trotz bereits intensiver Schulung das verhaltensbasierte Sicherheitstraining für Mitarbeiter externer Firmen weiter verstärken und die Einhaltung unserer Vorgaben noch genauer kontrollieren müssen.

83%

unserer weltweiten Produktionsstandorte arbeiteten 2010 unfallfrei.

Arbeitsunfälle pro eine Million Arbeitsstunden

Mindestens ein Ausfalltag (ohne Wegeunfälle)

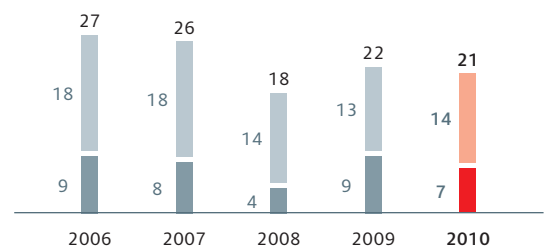


■ Henkel-Mitarbeiter
 ■ Mitarbeiter von externen Firmen, die an Henkel-Standorten tätig sind und im direkten Auftragsverhältnis stehen (erstmalig 2007 erfasst)

99 Prozent der Henkel-Mitarbeiter wurden erfasst.

Schwere Arbeitsunfälle

Mehr als 50 Tage Ausfallzeit



■ bei produktionsstypischer Tätigkeit
 ■ bei der Fortbewegung, zum Beispiel Stolpern.

99 Prozent der Henkel-Mitarbeiter wurden erfasst.

Index-Kurve

Die Index-Kurve auf den Grafiken zeigt die Entwicklung der Arbeitsunfälle in Bezug zu den Arbeitsstunden (pro eine Million Arbeitsstunden).

~ Basis (= 100 Prozent) für die Index-Kurve ist das Jahr 2006.

Soziale Kennzahlen

Mitarbeiter (am 31.12.)	2008	2009	2010
Henkel weltweit	55.142	49.262	47.854
Mitarbeiterstruktur			
– Tarifmitarbeiter	82,0 %	80,0 %	79,8 %
– Führungskräfte	16,6 %	18,4 %	18,6 %
– Top-Führungskräfte ¹⁾	1,4 %	1,6 %	1,6 %
Mitarbeiterfluktuation weltweit ²⁾	5,7 %	4,9 %	4,6 %

¹⁾ Vorstand, Corporate Senior Vice Presidents, Führungskreise I und IIa.

²⁾ Mitarbeiterkündigungen.

Nationalitäten (am 31.12.)	2008	2009	2010
Henkel	109	116	119
Führungskräfte	77	82	82
Am Hauptsitz Düsseldorf	51	48	50
Vorstand	4	4	4

Frauenanteil (am 31.12.)	2008	2009	2010
Henkel	32,9 %	31,8 %	32,1 %
Führungskräfte	26,4 %	27,4 %	28,7 %
Top-Führungskräfte ¹⁾	13,7 %	16,4 %	17,0 %

¹⁾ Vorstand, Corporate Senior Vice Presidents, Führungskreise I und IIa.

Alter und Betriebszugehörigkeit (am 31.12.)	2008	2009	2010
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in Jahren	9,8	11,0	10,3
Durchschnittsalter der Mitarbeiter in Jahren	39,4	39,3	39,4
Altersstruktur			
16 – 29	19,5 %	18,7 %	18,1 %
30 – 39	32,7 %	34,2 %	34,4 %
40 – 49	29,6 %	29,7 %	29,7 %
50 – 65	18,2 %	17,4 %	17,7 %

Mitarbeiterentwicklung (am 31.12.)	2008	2009	2010
Interne Beförderungen (Führungskräfte)	1.877	1.462	1.337
Internationale Job-Rotationen	433	443	470
Auszubildende (Deutschland)	510	511	487
Durchschnittliche Fortbildung in Tagen	2	2	2

Mitarbeiter-Aktienprogramm (am 31.12.)	2008	2009	2010
Beteiligungquote	27,4 %	28,4 %	29,3 %

Mitarbeiter mit Kollektivvereinbarungen (am 31.12.)	2008	2009	2010
Anteil weltweit	44 %	44 %	44 %
Anteil Europäische Union (EU)	79 %	79 %	79 %

Gesellschaftliches Engagement (am 31.12.)	2008	2009	2010
Gesamtzahl der geförderten Projekte	2.476	2.155	2.493
Zahl der erreichten Menschen	–	500.000	730.000
Freistellungen von Mitarbeitern von der Arbeit für von ihnen initiierte Projekte in Tagen	285	318	54
Spenden in Tausend Euro (Geld- und Produktspenden ohne Freistellung von Mitarbeitern)	7.529	7.684	6.087
Geldspenden für ehrenamtliche Mitarbeiterprojekte in Prozent der Spendensumme	42 %	55 %	41 %

Eine positive Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die Effekte unserer zügig abgeschlossenen Restrukturierungsprogramme prägten den Personalstand im Jahr 2010. Er ist zum Jahresende gegenüber dem Vorjahr um 1.408 auf 47.854 Beschäftigte leicht gesunken.

Die Instrumente zur Mitarbeiterbindung, das Talentmanagement und die Diversity-Strategie tragen zu einer positiv niedrigen Mitarbeiterfluktuation bei.

Die Internationalität unserer Belegschaft spiegelt unsere Geschäftspolitik wider, einerseits Management-Positionen vor Ort mit lokalen Mitarbeitern und andererseits Stellen in der Konzern-Zentrale in Deutschland international zu besetzen.

Der Gesamtanteil von Frauen an der Belegschaft ist im internationalen Vergleich gut. Dies gilt auch für die Führungskräfte. Bei den Top-Führungskräften ist eine positive Veränderung erkennbar. Dies ist ein Ergebnis unserer konsequent verfolgten Diversity-Strategie.

Das Durchschnittsalter unserer Mitarbeiter ist über die Jahre konstant. Pensionierungen werden durch Neueinstellungen junger Mitarbeiter kontinuierlich ausgeglichen. So stellen wir sicher, dass ein guter Mix aus erfahrenen älteren Mitarbeitern und zu entwickelnden jüngeren Mitarbeitern bei Henkel beschäftigt ist.

Durchschnittlich wurden fünf Mitarbeiter pro Arbeitstag im Jahr 2010 befördert. Dies zeigt die Dynamik unseres Unternehmens und den Bedarf an qualifizierten Nachwuchskräften. Um das globale Geschäft erfolgreich zu führen, ist eine internationale Ausbildung zwingend. Die Zahl der internationalen Job-Rotationen steigt daher stetig.

Mitarbeiter aus 57 Ländern kauften 2010 knapp 3,6 Millionen Vorzugsaktien. Rund 29 Prozent beteiligten sich am Mitarbeiter-Aktienprogramm von Henkel.

Der intensive formelle und informelle Dialog mit Mitarbeitervertretungen, auch in Ländern, in denen keine betrieblichen Vertretungen etabliert sind, hat bei Henkel Tradition.

Die Zahl der Projekte stieg durch eine Zunahme der Produktspenden. Dadurch erhöhte sich die Zahl der erreichten Menschen, zum Beispiel durch Katastrophenhilfe auf Haiti. Die Mitarbeiterprojekte erforderten 2010 weniger Freistellungen als im Vorjahr. Grundsätzlich können Mitarbeiter bis zu fünf Tage Freistellung im Jahr beantragen. Das Spendenvolumen reduzierte sich 2010 unter anderem durch eine stärkere Fokussierung der Projekte, geringere notwendige finanzielle Unterstützung bei Katastrophen und durch 2009 vorgezogene Projektfinanzierungen.