



Presseinformation

Düsseldorf, 20. März 2009

Wasser ist weltweit ein knappes Gut

Henkel schützt Wasserressourcen

Nicht nur anlässlich des Weltwassertags am 22. März 2009 ist Wasser ein zentrales Thema für Henkel. Entlang der gesamten Wertschöpfungskette spielt der Schutz der Wasserressourcen eine tragende Rolle. So hat sich Henkel zum Ziel gesetzt, ausgehend vom Jahr 2007, bis 2012 den Wasserverbrauch pro Tonne Produktionsmenge um weitere 10 Prozent zu senken.

Jeder Tropfen zählt: Wasser gehört zu den kostbarsten Ressourcen dieser Welt. „Deshalb fokussiert sich Henkel im Rahmen seiner Strategie für nachhaltiges Wirtschaften auch auf den Schutz der weltweit verfügbaren Wasserressourcen“, betonte Christian-André Weinberger, Corporate Senior Vice President und Global Chief Marketing Officer im Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel, auf einer internationalen Veranstaltung des World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) am 17. März 2009 in Montreux. „Wasser und Abwasser“ ist eines von fünf Fokusbereichen des Unternehmens, zu denen auch „Energie und Klima“, „Materialien und Abfall“, „Gesundheit und Sicherheit“ sowie „gesellschaftlicher und sozialer Fortschritt“ gehören. Denn für Henkel ist es seit jeher entscheidend, die Bereiche Ökonomie, Ökologie sowie gesellschaftliche und soziale Verantwortung in Einklang zu bringen.

Henkel hat seit vielen Jahrzehnten Kompetenz im Bereich Wasser und Gewässerschutz aufgebaut. Dabei legt das Unternehmen sein Augenmerk auf die gesamte Wertschöpfungskette, von den Rohstoffen über die Produktion, Distribution, Anwendung bis zur Entsorgung. Ein wichtiges Ziel ist, den Wasserverbrauch während der Produktion zu reduzieren. So sank in den Jahren 2004 bis 2008 der Wasserverbrauch pro Tonne Produktionsmenge um rund 35 Prozent, die Abwassermenge um 40 Prozent. Seit den 1960er Jahren hat Henkel mit der Entwicklung von Testmethoden zur biologischen Abbaubarkeit von Inhaltsstoffen oder der Einführung phosphatfreier Waschmittel neue Standards gesetzt. So kam das erste phosphatfreie Persil schon 1986 auf den Markt.



Ein weiterer Ansatz, um Wasser einzusparen, liegt bei der Anwendung der Markenprodukte. Ein Beispiel kommt aus Tunesien: Mit der Rezeptur des Waschmittels Nadhif-Semi-Automatic hat Henkel in Tunesien ein Produkt auf den Markt gebracht, das eine übermäßige Schaumbildung verhindert und leichteres Abspülen des Waschschaums ermöglicht. So wird kein zusätzlicher Spülgang benötigt und wertvolles Wasser gespart.

Auch in der Kosmetik und Körperpflege hat der Schutz der Wasserressourcen eine hohe Bedeutung. Zum Beispiel zeigt sich die Umweltverträglichkeit eines Produkts auch in der biologischen Abbaubarkeit der Inhaltsstoffe. Um sich noch weiter zu verbessern, hat Henkel sich das Ziel gesetzt, den Anteil biologisch leicht abbaubarer Inhaltsstoffe in Seifen, Shampoos und Duschgelen bis 2012 von derzeit rund 65 Prozent auf 80 Prozent zu erhöhen.

Die strategische Ausrichtung auf Nachhaltigkeit zeigt Henkel auch in seinen Kleb- und Dichtstoffen (Adhesive Technologies). Durch die Optimierung von Produkten und Prozessen werden deutliche Einsparungen beim Wasserverbrauch erzielt: zum Beispiel mit der neuen Metallvorbehandlungs-Technologie „TecTalis“.

Umfassend berichtet Henkel über nachhaltiges und gesellschaftlich verantwortliches Wirtschaften sowie alle Rankings und Ratings im Internet unter www.henkel.de/nachhaltigkeit sowie im Nachhaltigkeitsbericht 2008.

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

Seit mehr als 130 Jahren ist Henkel führend mit Marken und Technologien, die das Leben der Menschen leichter, besser und schöner machen. Das Unternehmen ist in den drei Geschäftsfeldern Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetik und Körperpflege sowie Adhesive Technologies (Klebstoff Technologien) aktiv. Über 60 Prozent des Umsatzes erzielt Henkel, das zu den Fortune Global 500 Unternehmen zählt, mit Konsumentenmarken. Knapp 40 Prozent des Konzernumsatzes kommen aus dem Geschäft mit Industriekunden. Im Geschäftsjahr 2008 erzielte Henkel einen Umsatz von 14 131 Mio. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 1460 Mio. Euro. Weltweit engagieren sich unsere über 55 000 Mitarbeiter dafür, unser Leitmotiv „A Brand like a Friend“ umzusetzen und sicherzustellen, dass Menschen in über 125 Ländern der Welt den innovativen Marken und Technologien von Henkel vertrauen können.

Lars Witteck

Tel. +49 211 797-2606

Fax +49 211 798-4040

Dr. Ute Krupp

Tel. +49 211 797 - 5641

Fax +49 211 798-4040

Henkel AG & Co. KGaA

Leiter Unternehmenskommunikation:

Ernst Primosch, Corporate Vice President