

Henkel Spotlight



Mit Gewinnspiel!

#Henkel #Wien
#Innovation
#Verantwortung

Henkel ist TOP-Lehrbetrieb

Insgesamt erhielten Anfang des Jahres 94 Unternehmen diese Auszeichnung, die seit 2014 von der Stadt Wien und den Sozialpartnern vergeben wird. Bei Henkel in Wien werden seit über 40 Jahren Lehrlinge ausgebildet. Neben der dualen Ausbildung setzt das Unternehmen auf die eigene interne Weiterbildung in der Lehrlingsakademie. Geboten werden hier Trainings in den Bereichen Kommunikation, Team- und Gruppendynamik oder Zeit- und Selbstmanagement, aber auch Englischkurse oder Telefontrainings.

©Stadt Wien/PI/D, Fotograf Christian Jobst



Für Henkel CEE nahmen Astrid Reitbauer (Recruiting & Employer Branding Henkel CEE) sowie die beiden Lehrlinge Andreas Sehnal (links) und Noel Smith (rechts) die Auszeichnung „Top-Lehrbetrieb“ von Wiens Bürgermeister Michael Ludwig (2.v.l.) entgegen.



Vor kurzem die Übergabe (v.l.): Georg Grassl, General Manager Wasch- und Reinigungsmittel Österreich mit den Auftakt GmbH-Geschäftsführern Irene Luftensteiner und Robert Winklehner.



Mehr Informationen: www.auftakt-gmbh.at



@BMNT, Paul Gruber

Henkel-Werk jetzt EMAS-zertifiziert

Henkel in Wien wurde vor kurzem von der damaligen Nachhaltigkeitsministerin Elisabeth Köstinger mit der EMAS-Zertifizierung, eine der strengsten europäischen Umweltnormen, ausgezeichnet. Prämiert wurden und werden damit Vorzeige-Unternehmen und -Organisationen für besonders engagierte Umweltmanagementleistungen.

EMAS-Umwelterklärung 2019:

www.henkel.at/presse-und-medien/download-center

Nachbarschaftshilfe seit 2010

Henkel unterstützt den Verein Auftakt, mit Sitz im 3. Bezirk, schon seit Jahren regelmäßig mit einem Jahresbedarf an Wasch- und Reinigungsmittel. Die Organisation betreut Menschen mit Behinderung beim Wohnen und in ihrer Freizeit.

So ein Theater

Das Figurentheater LILARUM und Henkel sind unmittelbare Nachbarn im dritten Bezirk. Diese räumliche Nähe von Kultur und Industrie wird durch eine gemeinsame Kooperation gestärkt. Henkel veranstaltet diverse Aktionstage im LILARUM. Ab diesem Jahr wird auch das Projekt Caritas Le+O unterstützt. Im Zuge dessen werden armutsbetroffenen Familien Vorstellungsbesuche im LILARUM ermöglicht.



Mehr Informationen unter:
www.lilarum.at



GEWINNSPIEL:

WIR VERLOSEN 25X2 EINTRITTSKARTEN

für eine Theater-Vorstellung im LILARUM. Senden Sie eine E-Mail mit dem Betreff „LILARUM“ an corporate.communicationsaustria@henkel.com und nehmen Sie an der Kartenverlosung teil. Teilnahmechluss ist der 31. Oktober 2019. Barablöse ist nicht möglich. Die Gewinner von jeweils zwei Gutscheinen werden schriftlich verständigt. Die Verarbeitung der angegebenen Daten erfolgt nur im Rahmen des Gewinnspiels. Diese werden nach Beendigung und Abwicklung des Gewinnspiels wieder gelöscht.



Ausgezeichneter Arbeitgeber



Henkel ist die **stolze Nummer 1 bei Konsumgüterherstellern** im Branchen-Ranking „Best Recruiters“ 2018/2019. „Best Recruiters“ untersucht jährlich die Recruiting-Qualität der Top-Arbeitgeber in Österreich. Henkel ist bereits zum 8. Mal prämiert worden. Interesse an einem Job bei Henkel? Bewerben Sie sich unter: www.henkel.at/karriere



V.l.n.r.: Silvia Leodolter (AK Wien), Christoph Giesinger, Thomas Fuhrmann und Sabine Hochkugler (alle Henkel)

Umweltpreis der Stadt Wien

Henkel wurde mit dem „Umweltpreis der Stadt Wien“ für das Maßnahmenpaket „Package18“ ausgezeichnet. Seine Umsetzung brachte im Produktionsprozess des Werks für flüssige Wasch- und Reinigungsmittel **deutliche Einsparungen bezogen auf Verpackungsmaterial** (minus 815 Tonnen pro Jahr), Stromverbrauch (minus 18.400 kWh) und LKW-Transporte (minus 190.000 km = 1.754 Tonnen CO₂). „Package18“ betrifft eine neue Generation von Flüssigwaschmittel. Sie bietet bis zu 40 Prozent mehr Flecklösekraft pro Tropfen Waschmittel, da bereits 50 ml anstelle der zuvor empfohlenen bis zu 73 ml Waschmittel pro Waschgang ausreichen, um selbst hartnäckige Fett- und Stärkeflecken zu entfernen. Außerdem ist die Flasche optimiert. Sie ist zu 100 Prozent recyclebar und bringt im Durchschnitt eine Gewichtsreduktion pro Waschladung von fünf Prozent gegenüber der bis April 2018 eingesetzten Flasche – ein großer Beitrag für die Reduktion des ökologischen Fußabdrucks. Weitere Informationen:

www.henkel.de/nachhaltigkeit/nachhaltige-verpackungen



Schulpartnerschaft im Bezirk

Mit der HLW 3 – St. Franziskus – gibt es eine langjährige Kooperation. Schüler erhalten praktische Erfahrung bei Henkel-Veranstaltungen,



bekommen außerdem Input von Henkel-Experten bei Karriere-Coachings und Trainings.

Mehr Informationen zur Henkel-Partnerschule: www.hlw3.at

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,



als Fritz Henkel 1907 Persil auf den Markt brachte, hat sein Unternehmen die Welt des Waschens revolutioniert. Das erste selbsttätige Waschpulver kam ohne Chlor aus und nutzte Sauerstoff als Bleichmittel. Um sie zu reinigen, musste Kleidung nicht länger händisch aufwendig gerieben und im Waschtisch geschlagen werden – einmal aufkochen genügte. Persil gibt es heute noch. Doch es ist längst nicht mehr das Produkt von 1907. Persil hat sich ständig erneuert, um erfolgreich zu sein. Denn: Tradition verkauft keine Produkte.

Innovationen sind Schrittmacher für die Zukunft. Unternehmen müssen sie auf den Markt bringen, um den sich stetig ändernden Bedürfnissen und Wünschen der Konsumenten gerecht zu werden. Daher machen wir bei Henkel im Konsumgüterbereich 45 Prozent unseres Umsatzes mit Produkten, die es vor drei Jahren noch nicht zu kaufen gab.

In diesem Henkel Spotlight-Magazin beleuchten wir das Thema „Innovation“, sprechen zudem über das Thema „Recycling und Kreislaufwirtschaft“ und berichten über unser „Engagement“ in meinem und Ihrem Heimatbezirk!

Eine der vielen karitativen Organisationen, die wir unterstützen und die im Übrigen immer wieder freiwillige Helfer sucht, ist die Caritas (siehe Seite 6).

Wir sind außerdem sehr stolz auf viele Zertifizierungen und Auszeichnungen, die Henkel in Österreich erhalten hat. Sie sind auf die Leistung und Motivation unserer engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zurückzuführen. Denn: Erfolg = Engagement plus Innovation!

Mehr Informationen zu Henkel-Innovationen und den Themen Verantwortung, Verpackung, Digitale Trends finden Sie unter: www.henkel.at/spotlight

Birgit Rechberger-Krammer
Präsidentin Henkel Österreich

Ein Beitrag von **Jens Bode**, Trend Explorer & Innovation Game Changer für den Unternehmensbereich Laundry & Home Care bei Henkel:

Heute zu wissen, was ÜBERÜBERmorgen wichtig ist



Henkel ist innovativ – und das ist gut, denn Innovation ist ein zentraler Teil unserer Unternehmensstrategie. Doch die Art und Weise, wie wir Innovationen entwickeln, hat sich geändert. Die Welt rotiert gefühlt immer schneller und es kommen völlig neue Wettbewerber, Handelsmarken oder junge Start-ups mit kreativen Ideen ins Spiel. Das stellt uns vor neue Herausforderungen, die wir aber als Chance sehen, das Thema Innovation ganz neu anzugehen.

Innovation braucht Zeit. Zeit und eine gewisse Muße, neue Einblicke von Kunden und Märkten oder aktuelle Trends zu suchen, zu verknüpfen und neue Ideen und Konzepte daraus zu entwickeln. Aber nehmen wir uns diese Zeit auch? An einem Tag voller Meetings, E-Mails und spontaner

Adhoc-Anfragen von Kollegen oder Kunden kommt dies leider oft zu kurz. Das Stichwort heißt Agilität. Es ist das aktuelle Buzzword der Wirtschaft – aber auch für unsere Organisation ist Agilität eine wichtige Voraussetzung, um zukünftig schneller Innovationen zu entwickeln.

Wichtig ist, dass möglichst alle im Unternehmen eine Sensibilität und ein Gespür für Trends entwickeln und ihr „Neugierde-Gen“ trainieren. Was macht einen bestimmten Trend aus? Was sind die Treiber? Wie reagieren andere Branchen darauf? Mitarbeiter trainieren unterschiedliche Kreativitätsmethoden, gehen strukturiert, aber auch spielerisch mit Impulsen um, inspirieren sich gegenseitig, entwickeln Ideen, schreiben Konzepte und bauen Prototypen.

Provokant gesagt ist Innovation eigentlich ganz einfach: Es ist alles da, man muss es nur sehen und aufgreifen, neu miteinander verknüpfen, kombinieren! Und dann hat man's: Dann weiß man, was ÜBERÜBERmorgen wichtig ist!



Lesen Sie mehr über Jens Bode und die verschiedenen Wege der Innovationsfindung auf: www.henkel.at/spotlight



Symbolfoto

Die Verarbeitung der angegebenen Daten erfolgt nur im Rahmen der Durchführung des GEWINNSPIELS. Diese werden nach Beendigung und Abwicklung des GEWINNSPIELS wieder gelöscht.

Gewinnen Sie eine von 30 „Henkel-InnoBoxen“ mit den neuesten Produkten!

Schreiben Sie einfach eine E-Mail mit dem Betreff „Henkel Innovations-Box“ an

corporate.communicationsaustria@henkel.com

und gewinnen Sie mit etwas Glück eines von 30 Henkel-Produktpaketen.

Teilnahmeschluss ist der 31. Oktober 2019.
Eine Barablöse ist nicht möglich. Die Gewinner werden ausgelost und schriftlich verständigt.



„Innovation heißt, zu sehen, was alle sehen, aber zu denken, was noch keiner gedacht hat“ (Albert Szent-Györgyi, Nobelpreisträger).

Henkel versucht, immer einen Schritt voraus zu sein, vieles NEU zu denken. In einer so schnelllebigen Branche wie die der Konsumgüter – darunter Wasch- und Reinigungsmittel sowie Kosmetik- und Körperpflegeprodukte, aber auch Klebstoffe, ist das nicht immer einfach. Aber es bleibt Grundvoraussetzung, um am Markt erfolgreich zu sein.

Die leidenschaftlichen Marketing-Kollegen mit den Top-Innovationen von Henkel.

Vorne: Hilda Fodor (Adhesive Technologies); Isabella Fabarius (Beauty Care Professional); hinten: Patrycja Swietek (Beauty Care Retail), Thomas Inmann (Laundry & Home Care).

Innovation ist, wenn der Markt „h-u-r-r-a“ schreit!



Natürlichkeit geht vor!

Die neue Marke Authentic Beauty Concept von Henkel Beauty Care Professional setzt auf natür-

liche Inhaltsstoffe. Besonders großer Wert wird auf eine reine Formulierung gelegt. Die jeweiligen Pflege- und Styling-Formeln sind überwiegend vegan und frei von Sulfat-Tensiden, Parabenen, Silikonen, Mineralölen und künstlichen Farbstoffen. Im Haar angewendet, sorgen die Produkte mit einem "no Styling"-Ansatz, die natürlichen Texturen definieren – für authentische Stylings. Mehr zur neuen Marke und ihren Produktlinien gibt es auf www.authenticbeautyconcept.de.



Leuchtender Farbtwist gewünscht? #Pure Color #Purehappiness!

Jetzt wird Haarfärben im eigenen Badezimmer noch leichter: #Pure Color ist die erste permanente, nicht tropfende Gel-Coloration von Schwarzkopf! Mit #Pure Color muss man sich weniger Sorgen um tropfende Farbe

machen. Komplette Gel-basiert zaubert #Pure Color ein gleichmäßiges Ergebnis dank sehr leichter Anwendung und einfacher Verteilbarkeit. Intensive Pflege, Feuchtigkeit und eine geniale Farbperformance runden die Colorations-Innovation von Schwarzkopf ab. Finden Sie Infos auf: www.schwarzkopf.at



Weil du deine Haare liebst!

Only Love ist eine neue permanente Coloration von Schwarzkopf ohne Ammoniak, Silikone und Alkohol*.

Natürliche Inhaltsstoffe wie Sojaprotein, botanische Hafermilch und pflegendes Arganöl lassen das Haar in gesundem Glanz erstrahlen. Only Love verleiht ein lebendiges und intensives Farbergebnis mit perfekter Grauabdeckung und verfügt über eine schonende Formel. Finden Sie Infos auf: www.schwarzkopf.at



Die Persil Power-Revolution!

Die einzigartige 4 in 1-Power für tiefenreine Waschergebnisse – das bieten die neuen Persil Discs. Das innovative 4-Kammern-System bietet die

perfekte Lösung für alle Herausforderungen beim Wäschewaschen mit nur einem optimal vordosierten Produkt im modernsten Design. Die vier Gel-Kammern haben es in sich: Flecken werden kraftvoll entfernt, farbige Textilien behalten ihre ursprüngliche Leuchtkraft länger und weiße Wäsche wird strahlend weiß. Die ausgewogene Rezeptur kombiniert Waschleistung mit moderner Faserpflege. Die ausgewählte Duftkombination sorgt zudem für ein besonders langanhaltendes Frischeerlebnis. Mehr Infos auf: www.persil.at



Super-Kleben so Super-einfach wie Schreiben?

So einfach wie Schreiben – das ist ab jetzt auch das Kleben! Der Loctite Super-

kleber Perfect Pen kann es: Ein Produkt für jedermann soll nicht nur super kleben, es muss einfach und intuitiv zu verwenden sein. Das innovative Design in Form eines Stiftes erlaubt eine tropfengenaue Anwendung. Mit Pin-Verschluss gibt es kein Verkleben, die weiche Oberfläche liegt gut in der Hand und schafft einen sicheren Griff. Finden Sie mehr Infos auf: www.superkleber.at

Le+O

Lebensmittel
und
Orientierung

Le+O Freiwillige dringend gesucht!

In den 16 Caritas
Ausgabestellen und
in den Bereichen
Lager, Logistik und
Büro sind über 1.000
engagierte Freiwillige
regelmäßig im Einsatz.
Im Jahr 2018 wurden
insgesamt 46.577 Mal
Menschen von Le+O
mit Lebensmitteln
unterstützt.

Neben Lebensmitteln
und Hygieneartikeln
wird bei Bedarf auch
kostenlose Sozial-
beratung angeboten.

Le+O trägt aktiv zur Ver-
ringerung von Lebens-
mittelverschwendung
bei, indem die Ausgabe-
stellen über Koopera-
tionen mit Unternehmen
mit Lebensmitteln
versorgt werden. So
werden die Nahrungs-

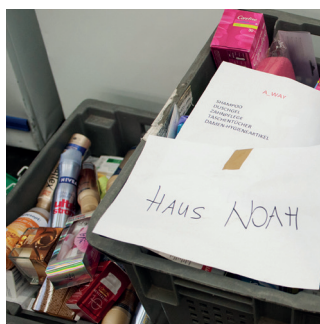
mittel umverteilt und
nicht weggeworfen.

Finanziert wird Le+O
ausschließlich durch
Spenden. Ob privat,
Unternehmen oder
Schulklasse – Jede/r
kann helfen!

**Zur Zeit sucht die
Caritas Wien aktiv
nach engagierten Frei-
willigen, die Menschen
in Not helfen wollen.
Sie können sich bei
der Warensortierung,
bei der Warenausgabe
oder als FahrerIn mit
Führerschein B und C
bei Le+O engagieren.**

Kontakt

Safije Eder-Jenuzi
Tel. 01-257 12 15
leo@caritas-wien.at





Wussten Sie, dass Henkel durch eine höher konzentrierte Formulierung und eine neu designte Flasche für Flüssigwaschmittel wie Persil die Verpackungsmenge um 3.500 Tonnen Plastik pro Jahr reduziert?



Wussten Sie, dass die Verpackungen der Haar- und Körperpflegemarke „Nature Box“ bereits zu 25 Prozent aus recyceltem Plastik bestehen?



Wussten Sie, dass die Flasche und die Spitze des Pattex Made at Home Universalklebers zu 100 Prozent aus recyceltem Material besteht?



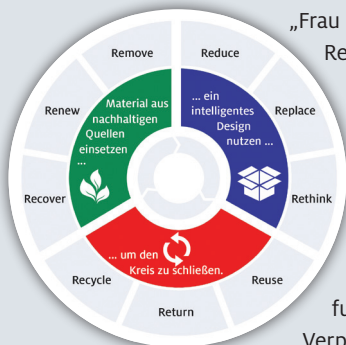
Wussten Sie, dass der Flaschenkörper von Pril Pro Nature aus 100 Prozent recyceltem Plastik besteht und durch die sorgsame Auswahl der Materialkomponenten die Rezyklierbarkeit vollständig gewährleistet ist?



Wussten Sie, dass die neue Box für die Persil Caps durch eine Kombination aus Kartonschale und dünnem Plastikbehälter 40 Prozent weniger Kunststoffeinsatz benötigt?

Erich Schlenz, Verpackungstechnik-Fachmann bei Henkel in Wien

Wir packen's an!



„Frau und Herr Österreicher sind top, was das Recycling von Papier, Metallen, Aluminium und Glas betrifft. Aufholbedarf gibt's noch bei Kunststoffen, hier liegt die Recyclingquote heute bei unter 30 Prozent – also deutlich unter dem EU-Ziel 2025 von 50 Prozent“, weiß Erich Schlenz, Verpackungstechnik-Fachmann bei Henkel in Wien. Er betont die Wichtigkeit einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft. Also: Verpackungen nachhaltiger gestalten durch innovative Designs, durchdachte Recycling-Systeme und durch partnerschaftliche Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette. Der beste Weg, das Kunststoffproblem zu lösen, ist also eine Anpassung unserer Lebensart an ein **System der Kreislaufwirtschaft**, in welchem alle verwendeten Materialien entweder wiederverwendet oder immer wieder recycelt werden können. Dadurch fallen in der Wirtschaft keine wesentlichen Abfälle mehr an, Ressourcen werden geschont und die Umweltbelastung wird reduziert. Zwei Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit der Ansatz der Kreislaufwirtschaft Erfolg hat: Erstens müssen die Hersteller die Wiederverwendbarkeit und Recyclingfähigkeit der von ihnen gewählten Materialien während der Designphase berücksichtigen. Henkel hat zu diesem Zweck ein eigenes Bewertungsmodul für wiederverwertbare Produktverpackungen entwickelt. Ziel ist die Früherkennung von nachhaltigen Kriterien in der Konzept- und Designphase zu berücksichtigen. Und zweitens müssen die Wertstoffströme für das Kunststoff-Recycling vorhanden sein.

Henkel engagiert sich aktiv in mehreren Initiativen, die den Fortschritt hin zu einer Kreislaufwirtschaft vorantreiben und baut sein Engagement durch eine erweiterte Verpackungsstrategie zur Förderung der Kreislaufwirtschaft weiter aus. „So beteiligen wir uns beispielsweise an der New Plastics Economy, einer Initiative der **Ellen MacArthur Foundation**, die die Experten aus verschiedenen Branchen zusammenbringt, um an Innovationen zu arbeiten, die die Wertschöpfungskette für Kunststoffe verändern. Wir arbeiten auch mit der **Plastic Bank** (www.plasticbank.org) zusammen, einem Sozialunternehmen, das sich zum Ziel gesetzt hat, das Problem mit dem Plastikmüll in den Ozeanen zu bekämpfen und gleichzeitig Chancen für Menschen in Armut zu schaffen“, so Schlenz.

Eine starke regionale Partnerschaft in wissenschaftlichen Branchenprojekten besteht mit der Fachhochschule Campus Wien, mit dem Ziel, den Kreislauf der Wertschöpfungskette zu schließen und die Abfallwirtschaftssysteme dahingehend zu optimieren, um den wiederverwertbaren Prozentsatz zu steigern.

Weitere Informationen zur neuen Verpackungsstrategie von Henkel:

www.henkel.de/nachhaltigkeit/positionen/verpackung

Mehr Informationen zum Thema Nachhaltigkeit:

www.henkel.de/nachhaltigkeit

www.nachhaltigkeitsbericht.henkel.de



22
Standorte

Henkel betreibt weltweit 22 große Forschungs- und Entwicklungsstandorte.



100%
recyclbar

Verpackungen von Henkel werden bis 2025 zu 100 Prozent recyclbar, wiederverwendbar oder kompostierbar sein.



50.
Geburtstag

Fact Flashes

Die Marke Pritt hat dieses Jahr den 50. Geburtstag und der Drehverschluss des Lippenstifts ist der Ideengeber für diesen großartigen Markenerfolg.



3.000
Friseure

Schwarzkopf Professional Österreich hat im Jahr 2018 fast 3.000 Friseure in der ASK Akademie Schwarzkopf aus- und weitergebildet.



200.000
Euro

Henkel unterstützt in Österreich jährlich karitative Einrichtungen und Sozialmärkte mit Warenspenden im Wert von rund 200.000 Euro.



2.000
Projekte

Henkel hat im Jahr 2018 weltweit rund 2.000 gesellschaftliche Projekte gefördert.

Impressum: Medieninhaber, Herausgeber u. Verleger:
Mag. Michael Sgiarovello, Henkel Central Eastern Europe
Gesellschaft m.b.H., 1030 Wien, Erdbergstraße 29, Tel. (01) 711 04-0,
E-Mail: corporate.communicationsaustria@henkel.com,
Zeitung für unsere Nachbarn und Stakeholders.
Chefredakteurin: Mag. (FH) Christina Hammertinger-Bischof, MSc.
Fotos: Henkel, shutterstock. Design: Birgit König (koenig@bik.at),
Druck: Offset3000 Druck- und Endverarbeitungs GesmbH,
Industriegelände 10, 7035 Steinbrunn.
Verwendete Sammelbezeichnungen wie Mitarbeiter, Aktionäre,
Kunden, Teilnehmer, Konsumenten, Verbraucher oder Manager
sind als geschlechtsneutral anzusehen. Die Produktamen sind
eingetragene Marken. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit
Genehmigung.