



全球团队——合作共赢

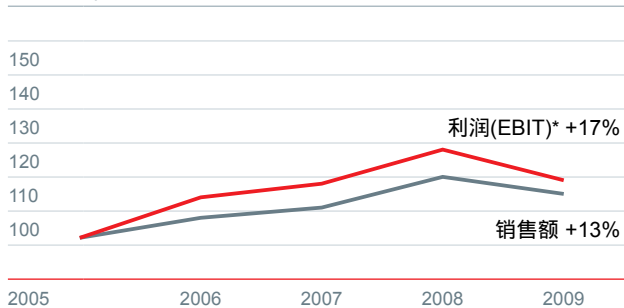
2009年可持续性发展报告

可持续发展表现、目录及报告范围

2005年至2009年的可持续性发展表现 环保指数（每吨产出）

废水承载（COD排放）	-11%	↓
废物	-12%	↓
二氧化碳(CO ₂)	-25%	↓
能源	-26%	↓
水	-37%	↓
工伤（每百万小时工作时间）	-57%	↓
挥发性有机化合物(VOC)	-59%	↓
二氧化硫(SO ₂)	-77%	↓
重金属	+15%	↑

2005年至2009年的业务表现 百分比；2005年指数



*2008和2009年：经一次性支出、利润以及重组成本调整后的营运利润(EBIT)

目录

- 1 前言
- 2 汉高全球
- 4 价值观和可持续性发展战略
- 6 可持续性管理
- 8 标准及管理
- 11 采购及供应商管理
- 12 生产及物流
- 16 环保指数
- 18 可持续性品牌及技术
- 18 洗涤剂及家用护理
- 22 化妆品/美容用品
- 26 粘合剂技术
- 30 员工
- 34 职业健康及安全
- 35 社会承诺
- 37 社会指数
- 38 与利益相关者的对话
- 40 外部评估
- 41 联系信息和出版信息

本报告范围

1992年，汉高发布了首份环境报告，经过随后的发展和提炼，形成了现在的可持续性发展报告。可持续性发展报告、年报以及我们的互联网 www.henkel.com/sustainability，构成了完整的公司报告。如果您需要了解更多信息，可查看汉高的其他出版物。
SR 第41页。

本报告涵盖了2009年度生态和社会发展方面的重要问题。自2003年我们参加联合国全球公约后，我们的可持续性发展报告亦用作我们的年度进度报告的依据。我们在互联网上提供了基本的信息资料。

本报告反映了可持续性发展的相关实质性挑战。本报告的主题包括我们与大型利益相关团体进行持续对话的结果。我们尤其关注与国际可持续性发展专家进行的对话、欧洲化学工业委员会(CEFIC)的要求、各种以财务及可持续性为导向的评级机构的标准以及全球报告倡议组织(GRI)的指南。您可通过以下网址了解GRI指数及其链接的详细情况。

www.henkel.com/sr2009 1

可持续性发展报告涵盖了合并财务报表中包含的全部公司。与生产有关的环保指数采用了57个国家的生产现场数据，这些国家的生产量占本公司全球产量的95%以上。若在本报告期间发生了严重的运营事故，汉高将会对这些事故以及所采取的应对措施予以如实公开。工伤事故采用全球统一的报告系统进行登记，覆盖了汉高99%的员工。社会指数首次被纳入2009年可持续性发展报告，涵盖了95%的汉高员工。

更多信息：

2009年可持续性发展报告中包括许多对本报告其它页内容、年报的参考，以及更多互联网信息的链接。本报告中的所有网络参考都提供了一个特定的参考号。如需查看，请访问 www.henkel.com/sr2009 页面。该页面列出了所有参考及相应号码。而且，通过我们的网站您还可以访问1992年以来公布的所有环境报告和可持续性发展报告，并提供下载。

AR 年报 **SR** 可持续性发展报告

www 互联网



我们的网站提供可持续性发展报告各个方面的最新信息。如果您的手机安装了相关软件，通过对邻近的快速反应代码拍照即可直接访问我们的“新闻”页面。

全球团队——合作共赢



Dear Readers,

尊敬的读者：

经历了数十年以来最严重的经济危机，2009年对于我们来说是充满了挑战的一年。尽管如此，可持续性发展以及企业社会责任依然是汉高取得长期成功以及不断创新的重要因素。

我们的市场情况发生了变化，这要求我们必须果断应对。令人遗憾的是，在这些应对措施中，我们不得不进行裁员，这令我们非常伤痛。但是为了确保公司长期的竞争优势和可持续运营能力，这也是我们必须付出的代价。一个公司唯有具备经济效益，才有能力承担生态和社会赋予我们的责任。

133年来，通过我们的品牌和技术，汉高既满足了当代消费者的需要，也兼顾了未来的发展。随着世界人口的增长，人们生活水平的提高，由此导致资源消耗量，废物排放量在全球范围内增加。为了应对这一挑战，做好我们的份内工作，推进可持续性消费，这仍将是我们的首要任务之一。

我们的目标是将最优的产品质量与有效的环境保护以及社会责任感予以有机结合。为实现这一目标，我们的全球团队与零售商和行业客户、供应商以及研究院紧密合作。我们要形成一种以共享战略为导向的可持续性发展。

可持续性发展是汉高的主要特点之一。我们将继续保持我们的领先地位。为此，我们已经在全球致力于可持续性的技术创新。并以此来实现我们的承诺：汉高的所有新产品都在至少一个关注领域促进可持续性发展。这些关注领域包括：能源与气候、水与废水、原料与废料、健康与安全以及社会进步。通过我们的产品信息和资料，使我们的客户和消费者认识到其中的附加价值。

我们的员工是我们公司可持续性发展的核心。因而我们一贯注重员工培训和继续教育方面的投资。这是确保我们的团队与全球范围的行业客户、零售商共同成功面对挑战的秘诀——只有通过紧密合作才能取得全球性的成功。

罗思德
管理委员会主席

汉高全球

我们的团队对全球区域的发展做出了卓越贡献。

- » **133** 年持续专注于可持续性发展和企业社会责任(CSR)。
- » 大约有 **50,000** 名员工在他们力所能及的范围内承担了社会责任，并对可持续性发展做出了重要贡献。
- » **全球** 范围的人们对于汉高的创新品牌和技术给予高度信任。

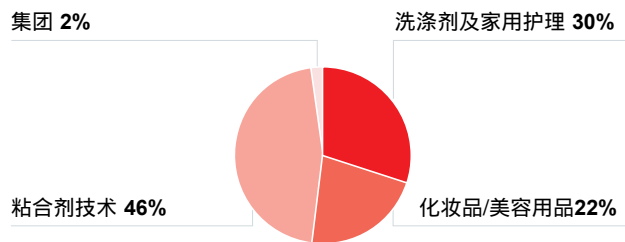


提高市场份额策略

2009年，东欧、非洲/中东、拉丁美洲以及亚洲（日本除外）市场份额逐渐增长，占汉高销售额的38%，我们计划到2012年将这一比例提高到45%。我们有大约54%的人力集中在上述区域。这些区域中我们的全球采购份额为27%。因而在许多区域我们成为了重要的雇主及当地经济合作伙伴。特别是在一些快速增长区域，其产品附加值更彰显了其重要性。对于我们而言，满足收入较低地区人们需要的产品不但具有巨大的潜在经济价值，同时在家庭卫生和健康方面做出了重要贡献。因此我们对产品进行调整以适应当地条件要求，诸如不同的收入水平、不同的基础设施和文化需求等，从而使我们的业绩和产品质量满足不同消费水平的人们需求。

www.henkel.com/sr2009 2

各业务部门销售额



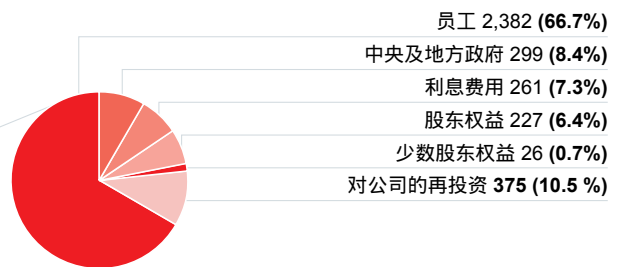


¹⁾根据用户所在地，不包括集团(2.10亿欧元)

2009年增值表
单位：百万欧元

总销售额	13,573 (99.5%)
其它收入	62 (0.5%)
总销售额/其他收入	13,635 (100%)
材料成本	5,900 (43.3%)
非流动资产的摊销/折旧	545 (4.0%)
其它费用	3,620 (26.5%)
增值	3,570 (26.2%)

其中



价值观和可持续性发展战略

与我们的员工、消费者、行业客户以及零售商一起，为了全球今天和明天的可持续性发展，我们推动变革。

可持续性发展承诺

我们企业运营一贯秉承可持续性发展和社会责任。这一原则是我们公司几个世纪以来价值观不可分割的一部分。我们提供产品、技术以及工艺，满足最高期望的要求。我们承诺保障员工安全和健康，保护环境以及汉高业务所涉及的各个地区人们的生活质量。我们取得销售额以及利润的方式是：在整个价值链中，我们以极具责任感的方式来开展所有的经营活动。我们的企业形象根植于和谐经济、和谐生态以及社会责任，并进一步体现在我们的理念和实际行动中。该“DNA”已经赋予我们公司良好的声誉，并在全球范围内取得市场领先地位。我们将继续在全球范围内倡导可持续性发展。我们分布在世界各地的50,000名员工都有责任在力所能及的范围内每天作出自己的努力，履行我们的承诺。

可持续性发展战略

在公司实际营运过程中，我们系统地将贯穿价值链的所有活动关注于可持续发展带来的挑战。我们已经将这些可持续发展挑战分为五大重要领域。从这些分类中我们可以看出我们的运营活动所带来的主要影响。这些区域的重要性将随着世界人口的增加、人均生活水平及消费水平的提高进一步得以体现。因此通过我们的业务活动和我们的产品，我们专注于驱动这五大重要领域的进步。我们行动的指南是我们的愿景和价值观。早在二十世纪八十年代，在《环保与安全的准则和目标》中，我们就承诺倡导职业安全和健康，节约资源，减少排放。在2007年达成的目标基础上，我们明确了2012年公司的新目标。

www.henkel.com/sr2009 5

2012年关注的区域和目标

-15%

能源消耗进一步下降¹⁾



能源与气候



水与废水

-10%

水资源消耗进一步下降¹⁾

-10%

产生的废物总量进一步下降¹⁾



原料与废料



社会进步

健康与安全



-20%

工伤事故进一步下降
长期目标：
无一起工伤事故发生

我们所承诺的核心内容还包括:

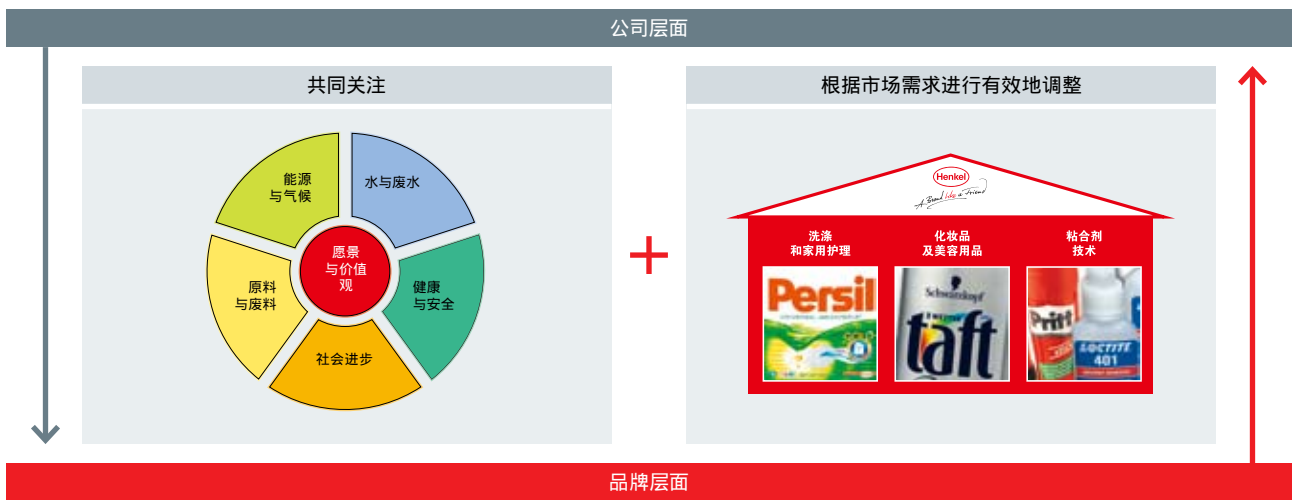
所有新产品必须至少在一个聚焦领域内为促进可持续性发展做出贡献。

所有员工必须接受培训和再继续教育，以确保其有能力完成各项任务。

所有的战略供应商必须满足汉高在企业道德方面的预期。

¹⁾ 每公吨输出目标基准年：2007

可持续性市场成功的因素之一



汉高保障全球范围内以可持续性发展和社会责任为准则开展公司业务。我们的品牌以优异的质量为可持续性发展作出了贡献并履行了公司的承诺。对于核心挑战及特定市场的共同关注增强了人们对于汉高品牌以及技术的信任，从而进一步增强了人们对于公司的高度信任。

战略重点的贡献

我们相信，对可持续性发展的持续关注有利于我们提高整个公司的长期价值并实现我们的战略重点。
AR 第35 - 36页。公司的社会责任增强了员工的工作积极性以及对于公司的认同感，奠定了强大的全球团队基础。每种新产品必须将优异性及对人类和环境的责任有机结合，这种认识造就了我们的高效产品，改进了技术解决方案。从这种意义上讲，可持续性发展是重要的创新驱动力，更是挖掘我们营运全部潜力的关键所在。我们几个世纪以来在可持续性方面的经验积累使得我们能够为客户提供高效解决方案，也保障了我们作为领先合作伙伴的地位。同时，公司和品牌之间的相互作用增强了我们的信用度，也确保了我们的认可度。**SR** 参见本页顶端图示。

社会挑战的可持续性

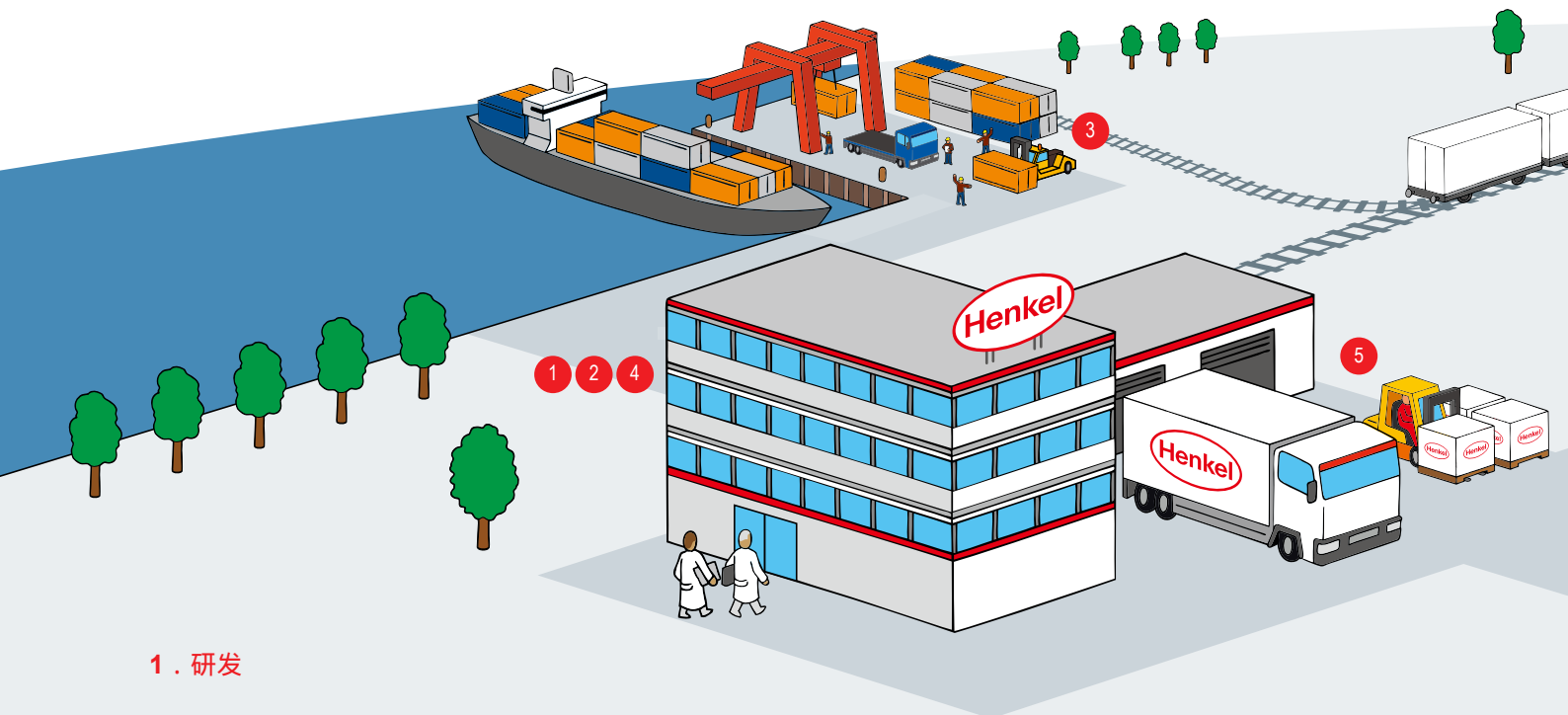
公司的成功运营与行业客户、零售商以及消费者之间有着不可分割的联系。同样，能够取得可持续性发展与我们的努力也是分不开的。这就是为什么我们要通过我们的价值链与合作伙伴紧密合作，从而作为一个整体来共同应对可持续性发展带来的挑战。我们要利用我们的经验和领先角色积极为后代在可持续性发展的生活方式上作出贡献。我们在国家和国际社会、工作组以及国际会议上表达了这种关注，比如，世界可持续发展工商理事会(WBCSD)，由多方利益相关者发起的“Forum Waschen”（洗涤论坛），可持续生产和消耗(CSCP)UNEP/Wuppertal 研究院合作中心，以及于2009年设立的消费品论坛。

与利益相关者的对话

我们将与利益相关者的对话看作早期鉴别不同品牌需求的一个机会，并籍此确立我们工作方向。与不同的利益相关者的对话可以使我们拥有新的理念，并将这种理念融入我们的战略发展和报告之中。**SR** 第38页。 www.henkel.com/sr2009 6

贯穿价值链的责任

我们的可持续性发展战略包括了价值链的各个阶段。我们全球团队的目标就是改进我们的公司和产品在各个方面的可持续性。



1. 研发

创新是我们取得经济成功的基础和可持续性发展的基石。公司必须具备高度的创新性。2009年，汉高在研发领域投入3.96亿欧元，并聘请了大约2800名科研人员。2008年以来，汉高关注的领域已经系统地根植于全公司的标准化创新工艺。这有助于实现我们的承诺：所有新产品都至少在一个聚焦领域促进可持续性发展。SR 第4页，AR 第53 - 55页。

www.henkel.com/innovation

2. 产品安全性

我们的客户和用户在使用汉高产品时都确信产品是安全的。我们的原材料和最终产品经过了多重测试和研究。原材料对于健康和环境的兼容性在研发阶段就已经进行了广泛评估。对于每一种新产品和新工艺我们都进行风险评估。为了某种特定应用，在一开始就排除了使用具有危险特性的物质。汉高不进行动物测试，除非是根据法律规定而且没有备选测试方法。自二十世纪八十年代以来，汉高已经对开发备选测试方法进行了成功研发。

www.henkel.com/sr2009 7

3. 原材料

可持续性的概念可以延伸到原材料的责任管理、自然资源的节约和保护以及生物的多样性等诸方面。多年来基于原材料再生的目的，我们已经使用了一些成分来优化产品的整体性能，当然这都是与生态、经济以及社会综合考虑因素相容的。一个核心目标是替代矿油衍生物的使用。再生原材料已经成为我们许多产品的重要成分。

www.henkel.com/sr2009 8

4. 生产

我们的生产工艺和现场设施的持续改进以及资源消耗和环境负担的下降，是我们质量承诺的一个重要部分。我们的生产基地之间知识和新技术的交流有助于在世界范围内开发出安全和资源节约型的生产工艺。从而为实现我们的职业安全和环境目标做出巨大贡献。通过节能和减少二氧化碳的排放，我们可以积极地为气候保护做出贡献。

SR 第4和5页，第12 - 17页。

www.henkel.com/sr2009 9



5. 物流

我们密切关注产品的运输和储存，以及差旅和公司用车方面的情况，希望通过自身努力找到有效方法，从而全面改进我们的运营碳足迹。特别是，我们努力工作以降低分销网络的复杂性，扩大与其它公司在运输方面的合作。通过这种方法，我们确信我们的产品始终能够通过最有效的途径到达我们的客户手中。选择物流合作伙伴的标准之一就是他们车队的能效情况。SR 第14和15页。

www.henkel.com/sr2009 10

于有价值的资源予以有效利用，如能源和水资源。通过针对性交流，我们也试图在客户和消费者中推行可持续消耗，从而帮助他们能以充满责任感的态度使用我们的产品。SR 第18 - 29页。

www.henkel.com/sr2009 11

6. 有效利用：培养可持续性消耗

在取得可持续性发展的过程中，公司、客户和消费者的角色是紧密相联的。这是由于许多消费品的生态足迹不仅依赖于生产因素，同时与消费者的高效利用也有很大关系。汉高的品牌和技术每天都被应用于成千上万个家庭和工业过程中。我们的产品对于一些社会问题，诸如气候变化、资源保护以及卫生等方面有潜力做出积极贡献。他们可以促使客户和消费者对

7. 包装和处理

家用洗涤剂和清洁剂以及化妆品和美容用品在使用后都被排放到下水道系统。由于它们是汉高的产品，所以它们的使用对水环境没有影响。工业应用废水须采用先进的预处理技术进行处理，以去除有害物质，并进行最终的专业处理。为了减少我们的客户和消费者的包装废物，我们开发了新型的包装解决方案。在整个公司范围内，我们在此遵循三项原则——预防、减少、循环。www.henkel.com/sr2009 12

标准及管理

诚实的企业才是优秀的企业。我们的标准规范适用于全球范围内所有的汉高员工、生产基地、供应商及其它合作伙伴。

基于全球统一标准的管理

从我们的愿景和企业价值观中可以看出，我们已经在全球范围形成了具有约束力的行为规范。这些规范在一系列守则中均有详述。在全部业务领域以及所处的文化中，这些守则为我们所有员工提供了行为与行动指导。

行为守则中包括公司总体原则和行为规范，可帮助员工正确恰当地应对道德和法律事项。我们在2008年对这些标准规范进行了补充，就员工对于与业务相关的利益冲突、礼品以及个人邀请如何处理细化了指导原则，给予了具体说明。强调严格禁止各种形势的贿赂、收受利益以及其它不公正商业惯例。

团队及领导守则对所有级别的管理人员和非管理人员提供了行动指南。



汉高公司数据保护研讨会

2009年11月，所有汉高数据保护官聚在一起于杜塞尔多夫举行了为期一天的研讨会，讨论如何有效管理员工、客户和用户数据。他们共同起草了公司数据保护条例，其中体现了最新的国际法规要求。

企业可持续性守则描述了我们对于可持续性业务的实践和企业社会责任的准则与期望。公司标准详细描述了该守则的具体内容。除了安全标准、健康标准和环境标准外，公司标准还包括社会标准和采购标准。不仅如此，我们还加入了经合组织(OECD)跨国企业指南中的重点要求、社会义务标准(SA 8000)以及国际劳工组织(ILO)指南。

www.henkel.com/sr2009 13

所有的这些守则和标准均为汉高实施联合国全球公约倡议的基石。

www.henkel.com/sr2009 14

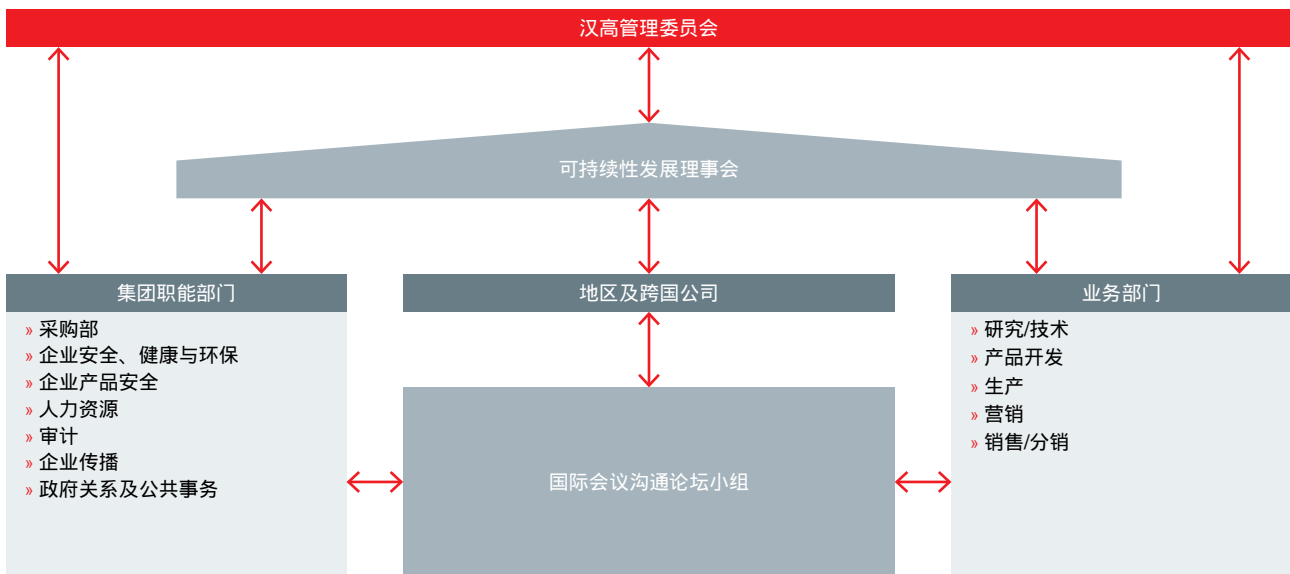
职责明确

我们全球通用的准则及标准是由整合管理系统及职责明确的组织结构提供支持。SR 参见第9页图示。

首席合规官控制标准规范的应用和进一步发展。同时还监测内部和外部要求的执行情况以及就合规性直接向管理委员会主席报告。为此，其主管的内部审计部门和遍及全球的大约50个指定的地方合规官都应给予支持。他们组织协调区域培训课程以确保信息流通畅、要求能够起到作用并给予实施。他们也报告违纪情况及在应对中采取的行动。就日趋复杂的国际数据保护规定，我们的公司数据保护官自2009年以来已经是我们合规组织的一部分，职责是为汉高的合规事宜进行有效控制。

www.henkel.com/sr2009 15

可持续性发展结构



汉高管理委员会承担可持续性发展政策的总体责任。可持续性发展理事会的成员是从公司各个领域选拔的，受管理委员会主席的管理。作为决策主体，可持续性发展理事会掌控着全球的可持续性发展活动。其成员代表了公司的不同业务部门，并赋予其所有企业职能。www.henkel.com/sr2009 16

摒弃不正当业务行为

汉高运营涉及的各个市场和区域有不同的法律体系、社会标准和习俗。比如个人优势的表现和认可在不同地区差异很大。据“透明国际”组织调查，我们有很大一部分员工所在国家存在很大的腐败风险。汉高毅然决然反对违反法律、标准和规定的行为。我们的行为规范明确了汉高所有员工的行为准则。为了避免在工作场所及日常工作中可能遇到的任何不确定性或冲突，我们的合规培训中心的课程和交流方式都是针对特定的地区进行设置的。

汉高公司的管理

考虑到法律形式和公司章程的特殊方面，汉高股份有限及两合公司与德国公司治理标准的主要提议相吻合，但有两点例外。管理委员会的报酬亦与指导意见相符。我们在年报及网站上发布了一些综合性资料，诸如一致性声明的详细内容及薪酬报告。

AR 第22 - 26页 www.henkel.com/sr2009 17

合规问题早在正式欢迎新的管理者的研讨会上已经提出，也是汉高全球学术研讨会不可或缺的一部分。企业内部审计部门组织的日常培训课程能够让我们的高层管理人员熟悉汉高的企业标准。专用于特殊目标人群的简讯以及员工报纸上刊登的文章在这方面也进行了进一步的补充。我们同时增加了电子学习课程的利用率，范围涵盖不同的主题并模拟日常的决策情况。100%的高层管理人员在2009年完成了新的合规电子培训课程。而且，从2009年开始，作为目标业绩讨论的一部分，每一位管理者都要确认其行为与适用的标准规范保持一致。

100%

的高层管理人员在2009年完成了合规电子培训课程

在所有领域，如市场开拓、销售、分销以及采购等，反垄断法规都有特定的关联性。我们组织日常培训课程，并在2009年连续进行，在此期间，大约超过700名员工分别在欧洲和亚洲接受了此类培训。我们在相关区域的大部分员工目前已经参加了反垄断法规的培训。



访问**Dirk-Stephan Koedijk**，汉高可持续性发展理事
会成员，主管合规事务

2007年早些时候，作为合规首席执行官，你已经在力所能及的范围关注到汉高的全球价值观，为什么汉高仍然需要像你们这样的一个机构？

Dirk-Stephan Koedijk：在进行我们的全球业务活动中，我们遇到了不同的法律体系和价值体系。所以对我们员工的行为提出建议或予以支持是比较明智的。而且，我们确信，从长期角度来看，只有诚实的企业才是优秀的企业。这样的理念有助于我们的市场开拓，同样可以使汉高成为富有吸引力的合作伙伴。对于我们的员工而言，诚实的工作氛围亦是至关重要的。不诚实的做法会损害我们的公司声誉，对我们的经济也会造成有害影响。所以我们坚决反对以各种形式违反我们的企业标准，如腐败或者不正当竞争。这些规定同样适用于那些认可腐败或不正当竞争的地区。

由于违反企业行为规范，2009年汉高与67名
员工终止了劳动合同。最主要的原因是什么？

Dirk-Stephan Koedijk：通常是盗窃、欺诈、贿赂、逃税以及无视法律和标准的行为。在一个正常的工作日里，最经常发生的是利益冲突。比如，人们接受礼品，这也许会影响他们做出决定时的公正性。这就是为什么我们会在早些时候进行这方面的告诫和培训，目的就是在一开始不希望有此类事件发生。欢迎所有的员工任何时候与我或我的团队联系，我们会在24小时内对他们的询问作出反应。

您认为未来的挑战在哪里？

Dirk-Stephan Koedijk：事实上我们已经有了非常到位的规定。接下来需要做的就是要达到全球的理解。我们将通过培训课程、对话交流以及日常审核持续推进这一事项。在汉高，零误差并不是一句空话。我们的业务运作在伦理和法律层面上都是无可挑剔的。在汉高没有人能够无视这一点。作为一家全球运营的公司，在我们的供应链上，我们应该承担这样的责任。我们将把供应商以及其它业务合作伙伴更为紧密地融入到我们的考核中来。

实施标准

生产基地和管理基地的日常审核，我们的分包商和物流中心的更为频繁的审核对于实施我们的环境和社会标准至关重要。2009年，我们共计实施了110项审核，在35个基地进行了完整的安全、健康和环境(SHE)审核，其中共有502次捆绑式纠正措施。经鉴定的缺陷包括缺少规定的个人防护装备、逃生通道不通畅等等。这些案例突显出提高警惕和确保安全措施到位的重要性。SR 第14页。

在审核过程中，共计约有2130项单个措施与会计、采购、销售/分销、市场、IT以及生产部门达成共识，目的是未来使工艺以及工作流程更安全、更高效。达成共识的措施以及广泛流传的最佳实践案例的实施都是由企业内部审核部门予以掌控与监督的。

自2007年以来，我们的内部报告和投诉渠道通过一条合规热线得以拓展，热线的设立使得员工能够报告重大违规事项。这套系统是由外部供应商进行运营的，可以在38个国家同时使用。然而定期评估表明，相对于热线而言，公司已建立的内部报告渠道和直接联系方式的使用频率更高。

严禁违规

汉高决不会通过违反规则和规定来获取利益。它会削弱公平竞争，损害我们的诚信和声誉；不仅如此，我们的员工非常重视正确的和无懈可击的企业环境。不幸的是决意欺诈的作恶者能够找到我们合规系统的漏洞——正如在有欺骗意向的伪造合同曝光后，2009年汉高不得不立下保证书。为了尽快澄清这一案例，汉高与公共律师行紧密合作。我们坚决反对违反法规、规范和标准的行为。如果需要，我们可以起草相应的纪律措施。2009年，汉高有19名员工收到了书面警告，有67名员工被终止劳动合同。

www.henkel.com/sr2009 18

采购和供应链管理

我们对供应商有何预期

公司有义务为自己的供应链承担责任。我们希望供应商能够遵守公司的标准。在选择供应商时，我们要考察其可持续性发展以及企业社会责任感。整个过程是按照1997年已经制定完善的公司采购标准以及SHE标准进行的。www.henkel.com/sr2009 19

供应商评估

目前我们的供应商包括来自大约104个国家的供应商和其它业务合作伙伴。大约80%的采购量来自于OECD国家。我们更加关注对经合组织(OECD)成员国之外的新采购市场的开拓，这不会影响我们对供应商和其他业务合作伙伴的要求。我们的供应商评估将更着重于与供应商所在国带来的风险而不是采购量带来的风险。

80%
的采购量来自于
OECD国家

2009年供应商评估工具和状态

我们的供应商评估由多个阶段组成，使用四种工具：供应商代码、自我评估、审核以及进一步发展。

» 供应商代码：2009年最重要的工作就是引入全球适用的供应商代码，并将其作为所有合同关系的基础。这是德国协会材料管理、采购和物流跨界创新方案中的一部分。该代码基于联合国国际公约十条准则，因而能够在国际上广泛应用。供应商代码以及国际公约准则的识别将是新供应商进入汉高合同关系的先决条件。

» 自我评估：我们正在进行基于行业调查问卷的自我评估策略。该策略彰显了我们在安全、健康、环境、质量、人权、员工标准以及反腐败等方面的期望。2009年，评估过的供应商和其它业务合作伙伴中有74%满足了我们在主流标准方面的要求，另外的26%供应商和业务合作伙伴就具体标准的改进措施达成了共识。如果发现任何我们不能接受的商业行为，最终后果是我们与其终止业务关系。

» 审核与风险评估：我们将在未来重点对供应商审核程序进行系统化拓展。我们的目标是在2012年之前逐年提高我们从通过审计的供应商处获得的采购量。风险评估侧重于国际研究机构鉴别出的风险级别升高的国家。

» 进一步发展：进行供应商评估并不是保护我们的声誉或者合法诉求，更重要的是通过与供应商的通力合作，如通过知识的传播和工艺优化、原料的高效利用以及环境和社会标准的继续教育来改进我们供应链的可持续性发展。这包括我们参与了如棕榈油行业可持续性发展圆桌会议(RSPO)等活动。该组织提倡棕榈油的推广和认证模式，致力于棕榈油的可持续生产。2008年，我们第一次购买了此类证书。我们计划以此为基础采取进一步行动，力争到2015年将产品组合全部依赖于用经认证的以可持续性方式种植的棕榈树及棕榈油。SR 第20和21页。

强有力的嵌入式采购管理标准

为了能真正地承担其全球范围的责任，可持续发展的原则应在采购部门予以充分理解和内在化。为此，我们建立了用于采购管理标准（2009年修订）的全球培训程序。首先，组织六个区域培训课程，向各个国家的管理人员讲解新的指导方针，包括供应商可持续性发展概要的强制性要求。然后组织举办地方培训课程，将上述内容传授给我们90%的采购人员。2010年，培训措施将进一步得以细化。

生产和物流

在57个国家拥有生产基地，汉高作为当地的雇主和承包方促进了当地经济发展。

高效生产是汉高质量承诺的一部分

汉高在57个国家建有生产工厂，并在许多国家设有行政管理、研究与市场营销基地以及仓库和物流中心。作为世界性的雇主和承包商，汉高推动了许多地区的经济发展。高效和现代化的生产工厂是生产高质量品牌产品的首要条件。汉高流程和结构的不断改善以及资源消费、环境负担的降低是我们质量承诺的重要组成部分，承诺还包括世界范围内知识及新技术的传播。

全公司的统筹工具和区域行动方案

高效率的工厂服务(EISS)是我们全球高效程序之一。2006年以来，它帮助我们在生产工厂提高工作效率、质量和安全，同时降低资源消耗、浪费以及维修成本。全面分析和模拟，通常能为地方政府提供改进措施。利用EISS程序，我们在能源、水资源、废水、建筑物管理、安全、健康及环境诸多方面，对分布在全球工厂的731项措施进行了鉴别。另外，我们的业务领域建立了特别程序以实现我们的环保目标。SR 第4页。

我们约 **50%** 的工厂于2009年成功降低了水资源消耗。

2006年以来，作为总体生产管理附加程序的一部分，我们进行了化妆品装置的工艺分析。目的是鉴别和消除整个生产区域的损失。同时对洗涤剂及家用护理以及粘合剂技术业务领域的装置和供货网络进行不间断的分析和优化。在与客户地理位置相近的地方进行生产，外加合理的经济规模，有助于资源的最佳利用。2009年，由于实施全球计划，我们的工厂能源消耗下降39%，水资源消耗下降49%，废水消耗下降48%。从而使我们可以继续提高在2009年可持续性发展指数方面的表现。SR 参见内封面及第16和17页。

通过定期专题讨论会和集中交流，我们确保及时交流最佳实践方法，从而使知识和经验在公司内部共享。



节水竞赛

采用现代水计量器，澳大利亚Kilsyth厂的工作团队确定了生产和管理区域的主要水消耗点数。自此开始实施无数改进措施，从员工关于水资源的经济使用培训课程，到生产洗涤用水的再利用等等。现在有3个新储罐，目前已经储蓄75,000升雨水，可以代替珍贵的饮用水用于生产。采取这些措施后，水资源消耗已经下降42个百分点。

全球标准















我们的安全、健康和环境标准(SHE)及社会标准适用于我们在全球各个工厂，它们是在我们收购公司之前承担的尽职调查程序的一部分。基于这个结果，我们拟定了详细的行动方案以获得符合汉高水准的工厂。为了确保我们的标准得到正确实施 **SR** 第10页 我们进行了常规审计。为了获得对各个地区的综合性了解，我们将审计稳步地扩大到分包商和各个物流中心。只要有新的标准引入，我们的工厂都会进行自我评估。我们会在外部认证的工厂（若能产生竞争优势）安装环境管理系统。2009年底，大约58%的生产量来自于经国际ISO 14001环境管理标准认证的工厂。大约62%的产量来自于经国际质量管理标准认证的工厂。



全公司审核程序检查标准的一致性

我们进行定期审核，以确保我们的环境和社会标准在生产工厂和管理工厂得以正确实施，并将审计稳步地扩大到分包商和各个物流中心。这种审计是确定风险和潜在改进空间的主要工具。

在全球范围内为提高资源利用效率所做的贡献

重点地区	贡献
	泰国，春武里府：启动工厂废水处理装置。从而使化妆品生产单元排出的废水在排放到市政污水处理厂之前先行过滤；成果：废水中有机物含量下降62%。
 	新西兰，纽林，奥克兰：各种工艺改进以及水资源和废水处理的资讯宣导，以提高员工对资源进行负责处理的意识；成果：水资源消耗下降40%，废水消耗下降5%。
	中国，广州：在技术实验室安装了新的空气压缩机；成果：单位能耗下降70%。
 	土耳其，安卡拉：对现有液体洗涤剂生产中使用的去离子水生产装置的综合分析及大修；成果：新工艺使装置的能耗和水耗分别下降67%和36%。
	维也纳，奥地利：提高能源使用效率的数个装置，包括修改照明装置为两条线、蒸汽发生器上安装换热器、以及压缩机通风和空调系统的自动控制；成果：能耗下降22%。
 	匈牙利， Korosladany ：综合高效和培训措施，包括安装快速卷闸门防止热量损失，并调整了蒸汽发生器能力；成果：能耗下降24%，废水消耗下降25%。
 	斯洛文尼亚，马里博尔：每周监控生产线的水资源消耗和能源消耗。采取的措施包括更新热水管网，蒸汽冷凝液的循环使用以及蒸汽和压缩空气再生系统的压力优化等等。成果：水资源消耗下降22%，能耗下降12%。
	美国，北卡罗来纳州， Salisbury ：实施项目将有害废物降至最少。粘合剂生产装置产生的废液输送到美国的客户，在其生产设施里进行再次利用，如：清洗生产线。成果：有害废物排放下降35%。
	美国，乔治亚州， La Grange ：工厂生产废物循环利用措施的扩大和系统化；成果：废物下降37%。
	波多黎各， Sabana Grande ：实施数个试点项目，以提高能效。包括太阳能系统的安装，可以将日光从屋顶反射进入建筑物内部。成果：测试的建筑物能耗下降60%。



2010年开始，汉高在德国境内化妆品的运输就采用铁路运输方式。图中显示的就是第一列火车驶进杜塞尔多夫附近的化妆品物流中心。每年大约有86,000公吨的化妆品以这种方式运输，从而每年大约减少二氧化碳排放量7,000公吨。

通过联合运输避免二氧化碳排放

2008年以来，我们就已经与欧洲物流合作伙伴一起逐渐建立我们的联合运输途径，以期通过不同运输方式高效运输我们的产品。

比如在2009年，杜塞尔多夫生产基地的洗涤剂产品运输到意大利的Ferentino仓库以及奥地利维也纳仓库时就采用了火车运输代替公路运输，行程大约有30万公里。通过此举大约减少了55%二氧化碳年排放量。在2010年，我和我的物流合作伙伴已经确定了在欧洲其它适合转换成铁路运输的路径。在美国我们也提高了联合运输的比例。

知识及技术转移

通过知识和技术在各个工厂之间的转移，汉高确保在全球使用安全、高效和资源节约型的生产流程，这与我们引进的现代管理方法以及我们员工的专业发展和资质方案紧密相关。领导行为、员工培训以及提高意识对汉高取得可持续性方面的成功都发挥了重要

作用。2007年起，我们高度重视在安全、健康和环境(SHE)方面对领导人员进行特殊培训的方案。该方案的内容包括风险评估、应急管理和管理系统。截至目前，我们已经举行了为期93天的SHE领导人研讨会，来自亚洲、非洲、欧洲以及美洲的180多名工厂生产管理人员参加了该研讨会。2009年11月在美国芝加哥举行的研讨会，专注于2008年春天收购的国民淀粉业务的生产经理们。我们在全球范围内总计约80%的工厂和生产经理参加了SHE领导人研讨会。

2009年工伤事故

2009年在汉高的工厂没有发生严重的工伤事故，记录在册的有3个小事故。其中的两个事故中有少量废水或废物排放，会有潜在危害。另一个事故则表明我们的安全防护措施不充分。

- » 在日本日野工厂：废水从一个溢流塔溅落到附近的沟渠中，对受影响地区我们立即进行了清洗。
- » 爱尔兰Ballyfermot：更换汽缸时，从粘合剂生产装置泄漏出4千克气体。按照先行的紧急事故处理程序，我们的员工进行了适当撤离，对周围的居民进行了及时的告知。
- » 位于美国密苏里圣路易斯的生产装置发生了火灾事故，在随后的清理工作中有4名工人受伤。

所有的事故均上报当地政府并进行了彻底调查。最终的安全分析表明没有产生永久性的环境影响，并总结出一系列预防措施，以防将来发生类似事故。

物流规划：包含许多变量的方程

在整个汉高，我们都在努力简化物流结构，并创建一种与环境相容的高效物流理念。在绝大多数情况下，我们的物流规划是根据所运输的最终产品的性质量身定做。对于相对较为笨重的产品来说，我们会通过维持地区生产工厂，来降低运输里程和环境负担，这尤其适用于我们的洗涤剂和家庭清洁剂以及某些化妆品和粘合剂。对于更为紧凑且比重较轻的产品来说，这些产品对运输的需求较小，因此我们会尽可能地进行集中大批量生产。例如，我们的瞬间粘合剂生产都集中在少数几个工厂。汉高选择物流合作伙伴的标准之一是运输车队的能源效率。

物流管理是控制碳排放量的一部分

有效措施和行为的基石就是始终致力于完善和完成我们的排放数据库。多年以前，我们就已建立了全面的生产经营管理系统，这些系统涵盖我们自身的二氧化碳排放量以及从第三方购买而产生的能源排放量 **SR 第16页**。然而，衡量有关物流、产品运输或者商务旅行等的二氧化碳排放量显得更加困难，因为我们很少定义系统的边界、基本数据、方法及程序。例如，为了计算运输过程中的二氧化碳排放量，必须了解每辆卡车的燃料消耗、运输能力利用率以及每公里排放量。

根据平均值、排放因素以及从现有生命周期数据库中获得的二级数据表明，汉高产品运输每年所产生的二氧化碳排放量大约为50万公吨。在商务旅行方面，我们估计为每年15万公吨。针对我们的物流运营，我们正在努力进一步开发数据系统以便能更准确的确定排放总量，以测试我们为减少二氧化碳排放而采取的措施的有效性。

整体改善的不同出发点

汉高正在密切关注自身产品的开发、运输及仓储以及商务旅行和公司汽车的使用情况，从而寻求经营性碳排放的更大改进空间。2009年，作为供应链优化项目的一部分，我们重点简化我们位于美国的最终产品仓库结构。因此，我们可以减少各个中间产品仓库之间的运输里程约35%。这相当于避免了大约2000公吨的二氧化碳排放。我们尽可能通过增加输送单元数量和装运重量或与有类似产品的供应商对不同托运货物进行分类等等，从而提高卡车产能的使用情况。我们与零售商精诚合作，发现可以改进的潜力，从而参与如欧洲有效消费者反应倡议的起草。

www.henkel.com/sr2009 21



采访Andreas Bruns博士，汉高可持续性发展理事会成员，负责基础设施服务及安全、健康和环境（企业SHE）

可持续性发展的价值往往有争议，在经济危机的背景下，汉高依然会坚持以环境目标为先吗？

Andreas Bruns: 正如我们的财务目标一样，我们在2012年的能源、水资源以及废水减排的目标已经确定，不仅仅是生态的原因，还有经济的原因。特别是在经济困难的情况下，能源和原材料成本上升时，原材料、水资源、能源以及废物处理成本上即便我们能节约一个欧元也是非常有价值的。在过去十年间，通过提高效率，降低能源要求，已经为我们节约了大约2亿欧元

您认为要实现这个目标面临的最大挑战是什么？

Andreas Bruns: 对于生产装置已经达到一个较高效率水平的工厂，这个目标高于一切。当我们的一个改进措施在另外一个地方产生新的问题后给我们带来一些困难。比如，调整浓缩液体洗涤剂使我们的水资源和生产装置材料得到很大节省。另外一方面，当能源消耗分配到一个重量较小的产出上时，相对能源消耗（即每公吨产出）上升。

汉高的生产运营是如何对气候保护作出贡献的？

Andreas Bruns: 我们的重点基本上是有提供和能源综合利用，防止有害气候的排放，这是首位的。比如Dusseldorf的热电厂的效率非常高，大约85%。我们正在深入调查哪里可以利用再生能源发电产生经济效益，从而对气候保护作出我们的贡献。不过，我们通常将效率和节能放在首位。这就是为什么我们只考虑使用绿色电能，以及购买资质证书进行二氧化碳中和，而放弃其它可选方案。

环保指数

透明度

在汉高集团，我们会使用一系列指标来确定潜在改进方案、实施项目管理及目标实施的监督。指标简明扼要，透明度高，是我们告知公众进展情况与绩效的重要方式。我们的指标均根据欧洲化工委员会的环境指标制定。在可持续性报告中，我们非常重视国际上公布的相关核心指标。而与我们关联不大的一些指标仅在互联网上公布。

www.henkel.com/2008 22

公司全球概况

与生产相关的数据根据汉高设在57个国家的193个工厂决定，与国民淀粉工厂相关的数据从2008年收购该项业务开始已经包含在报告中。这些工厂的产量占2009年公司总产量的95%以上。在每年底公布的报告中会对这些数据进行集中验证，而且还将在各地根据我们的国际审计方案框架进行验证 **SR** 第10页。若发现和报告有任何数据差异，汉高会在报告系统中进行回溯式修改。 www.henkel.com/2009 23

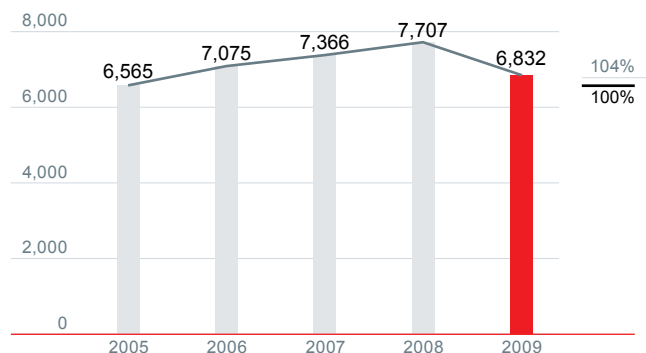
参照基准

汉高工厂的环境指标显上升态势——从2005年的158家工厂到2009年的193家工厂。作为我们全球收购项目的一部分，2009年我们出售、兼并或者关闭了33个工厂。由于这些并非匀速变化，所以数字呈跳跃型。为确保年度数据的可比性，我们也绘制了指数曲线。

图表显示了环保指数与相关产量（单位：公吨）的变化情况。这些指数曲线均以2005年为基准绘制而成（=100%）。

产量

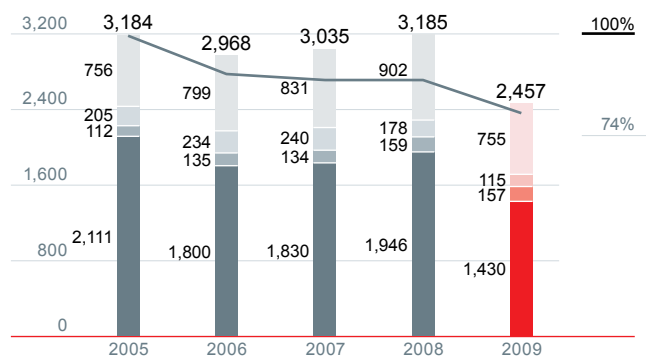
（单位：千公吨）



由于关闭了部分工厂以及过去一年内行业需求的下降，2009年的产量有所下降。

能源消耗

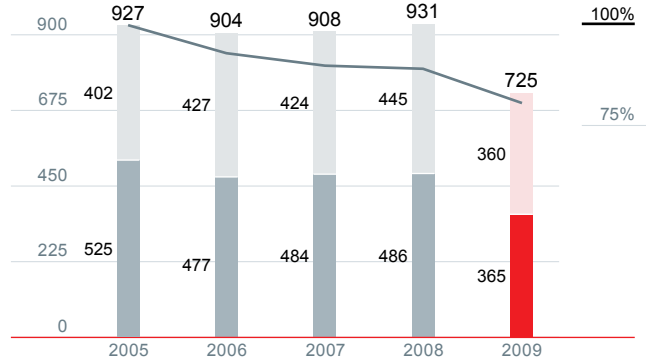
（单位：千兆瓦时）



■ 购入能源 ■ 燃油
■ 煤炭 ■ 天然气
 购入能源为电力、蒸汽及工厂外产生的集中供热

二氧化碳排放量

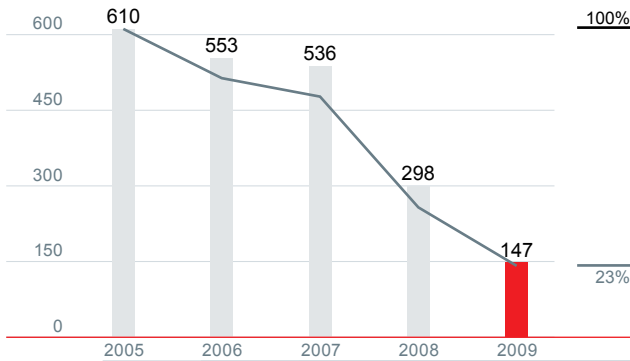
（单位：千公吨）



■ 购入能源的二氧化碳排放量
■ 汉高自身的二氧化碳排放量

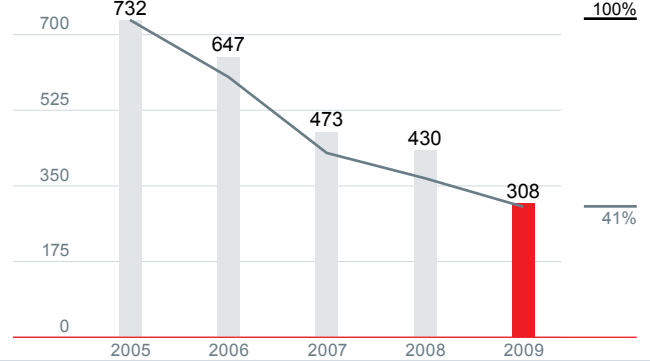
汉高生产活动中的能源产生构成了几乎所有的二氧化碳排放。该给定值包括在非汉高厂地购入能源过程中产生的二氧化碳排放。

二氧化碳排放量
(单位:公吨)



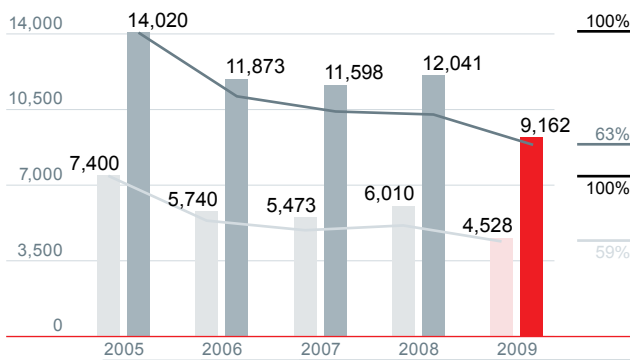
某些工厂燃料结构的变化导致二氧化硫排放减少。

挥发性有机化合物排放量
(单位:公吨)



2005年增长的主要原因是收购。从2007年开始,为了降低挥发性有机化合物的排放量,采取了某些额外措施。

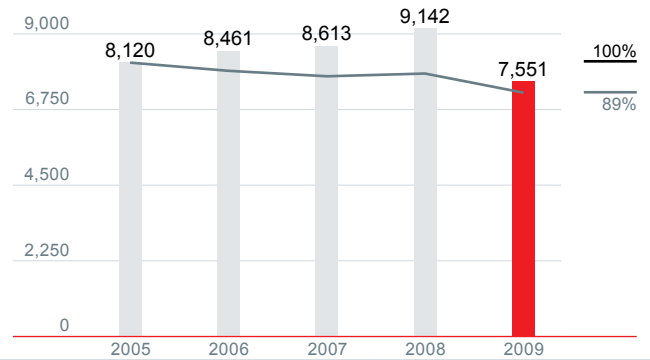
耗水量及废水量
(单位:千公吨)



■ 耗水量 ■ 废水量

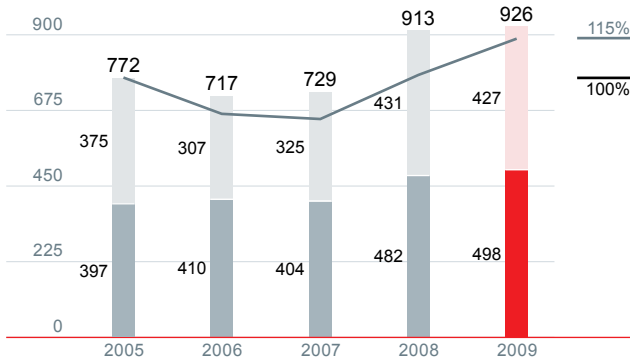
这些数值包括所有用水量,无论是从外购入的用水或是由汉高自身资源产生的用水。大部分水为生产用水。由于水在蒸发过程中会流失,且为许多产品的成分之一,所以废水量低于耗水量。

废水的COD排放量
(单位:公吨)



化学需氧量(COD): 通过有机物质测量废水污染。

废水中的重金属排放量
(单位:千克)

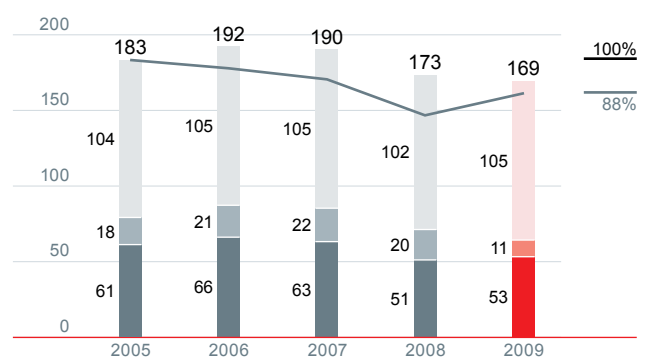


■ 铅、铬、铜、镍*
■ 锌

2008年到2009年增长的主要原因是2008年收购了国民淀粉业务,以及某个收购工厂的改良数据。由于锌对环境的危害通常小于其它重金属,因此单独显示锌含量。

* 我们的生产不包含危害性极大的重金属,如水银和镉。

废料回收与处理
(单位:千公吨)



■ 待回收的废料 ■ 待处理的废料

“待处理的有害废物”包括各个国家法律规定的所有类型的有害废物以及《1989年巴塞尔公约》中列出的有害废物。鉴于各个国家均继续补充他们的有害废物清单,在汉高废物处理现状未作任何实质性改变的前提下,有害废物量仍有增加的可能。

对汉高而言，“品质与责任”并进是我们未来创新的驱动力。我们的产品和交流促进了全球范围内的创新及可持续性消耗。



我们的洗涤剂和家庭清洁剂在提供最佳性能的同时，也提供了绝佳的环境兼容性。“可持续性绩效”团队负责实施这一策略。

从左侧起

Uwe Bergmann

公司可持续性发展/企业社会责任协调官。

Franz Speer

与零售商一起就洗涤剂与家用清洁剂方面开发可持续性品种和工艺解决方案

Ute Krupp博士

负责汉高可持续性发展通讯

Gottfried-Peter Engels

实施可持续性消费的市场研究

Roland Schroder 博士

负责洗涤剂和家用护理研发领域的可持续性发展和产品安全

Sabine Roltgen

负责洗涤剂及家用护理业务的数字通讯

Thomas Schuffenhauer

对基于可持续性发展业绩团队进行协调

洗涤剂及家用护理

我们的洗涤剂和家庭清洁剂在提供最佳性能的同时，也要与对人类和环境的责任相结合。我们将这种兼容性称为“可持续性绩效”。我们的目标是通过这种绩效与责任的有机结合在市场中建立新的质量标准。对于我们而言，它是我们创新的强大动力，同时提供给我们一个清晰的战略竞争优势，这一点从长期而言将会增强我们在洗涤剂和家用清洁剂市场的位置。因此这种“可持续性绩效”被百分之百地应用到了我们创新管线的产品理念中。这样做的重点不仅是开发绿色产品，更是提供更多智能解决方案。这样做的依据就是对我们价值链的精准分析。我们所有的洗涤剂及家用护理产品样品都进行了生命周期分析，从而可以告诉我们从何处进行改进。

100%
我们的产品符合“可持续性绩效”的战略



Christian-Andre Weinberger —— “可持续性绩效”团队的创始人和战略领导人，在联合国气候会议期间的哥本哈根日介绍创新的可持续性消费的重要意义。

2050愿景：可持续性生活方式的创新

世界人口的增长和人们生活水平的稳步提高要求对我们的生产和消耗进行一种全新的评估。为了促进洗涤剂和家用清洁剂行业的这一变革，我们充分利用多年来我们在可持续性发展领域的经验和地位 [SR](#) 参见以下。我们的创新每天都被用于成千上万个家庭，都在为塑造明天可持续性生活方式提供帮助。我们致力

于开发能使消费者更有效的利用能源和水资源的产品。比如，我们的洗涤剂Persil ActicPower是基于酶能在较低温度下有活性的技术，这样即使在摄氏15度效果依然很好；我们的洗碗机洗涤剂Somat 9 只要温度在摄氏40度就会具有非常好的洗涤效果。与要求50 - 55摄氏度的洗涤剂产品相比节能可达20%。

数十年来的领导者：对可持续性发展的贡献

1907 Persil: 世界上第一个自动洗涤剂	1986 Persil: 不含磷 对表面水系的保护作出贡献	1994 Persil Megaperls: 每洗一次比标准用量减少65%	2005 汉高: 为可持续性清洗, 标记A.I.S.E 许可证的第一家公司	2008 汉高: 开始创立全球品质与责任	2008 Persil Gold: 20摄氏度起的洗涤效果最佳	2009 Persil ActicPower: 低至15摄氏度的清洗效果令人赞叹

纵观汉高的发展历史，汉高的研究人员已经多次重复展示可持续性发展创新的重要性。Persil不含磷和Persil Megaperis在改善环境兼容性以及洗涤过程中资源的节约利用都具有先锋标志作用。今天，Persil Gold和Persil ActicPower在较低的温度下达到了最佳洗涤效果。我们借助多年积累的经验开发未来产品的可持续性发展。 www.henkel/sr2009 24



QR代码可以通过使用具有适当识别软件的手机进行简单拍摄，即可登陆Persil手机网。www.m.persil.de

手机登陆：可持续性发展信息资料

用户如何才能了解他们每天购买的产品的环境和社会兼容性有多好？他们在使用这些产品的时候应该记住什么？创新的通讯技术就上述问题给出了答案，目前已经能够使用。

2010年开始，用户可以在我们的洗涤剂及家用清洁剂包装上找到数字不断上升的QR代码，籍此用户可以用手机直接登陆手机网站。我们提供了大量的在线可持续性发展信息，包括，比如二氧化碳计算器。

快速和直接查看信息可以使人们在购物时快速做出明智的决定。汉高是第一家在消费品领域提供这方面信息的公司，目的是促进可持续性消费。

为创新和可持续性消费共同努力

只要我们共同努力，就能实现可持续性消费的目标。与我们的用户进行良好的沟通，其重要性不亚于开发可持续性发展产品。2008年开始，将“品质与责任”标识印刷在洗涤剂和家用清洁剂上，以帮助用户做出明智决定。标识向用户传递这样一种信息：他们购买此产品时，不仅产品性能优越，而且还能获得可持续性的解决方案。作为第一家在消费品领域采用印刷标识宣传可持续性消费的公司，从2010年开始，汉高将使用快速反应代码，以促进有负责任地使用产品。

SR 参见左侧方框。

原材料的责任管理

汉高使用基于再生原材料的组成部分已经有几十年的历史了。比如我们的洗涤剂产品及家用清洁剂产品中的洗涤活性物质（表面活性剂）就是来源于再生原材料棕榈核油。2003年开始，我们就积极参加可持续棕榈油圆桌(RSPO)会议 www.rspo.org。2008年汉高是全球首家为Terra Activ购买棕榈油证书的公司。**SR** 参见产品样品第20页。从而确保了可持续开采的棕榈油首次得以进入表面活性剂生产的供应链之中。从现在开始到2015年，我们将就所有产品种类建立这样的购买棕榈油及棕榈核油的供应链。

www.henkel.com/sr2009 25



Purex Complete 3合1洗涤剂片

在美国，Purex Complete 3合1洗涤剂片将洗涤剂浓缩到一个全新水平。由于含有十倍浓缩洗涤剂配方，一片洗涤剂就容纳了一个洗涤周期以及接下来的干燥机周期所需的所有洗涤剂、软化剂以及抗静电剂。与传统的瓶装浓缩洗涤剂相比，由于重量轻、体积小，从而将与运输相关的二氧化碳排放减少近70%；洗涤剂片重装袋可以减少45%的包装废物。www.purex.com



Terra Activ高性能及环境兼容性



2009年推出的Terra Activ洗涤剂兼具良好的洗涤性能及环境兼容性。该产品中的表面活性成分（洗涤活性物质）60%以上都是采用可再生原材料生产的，这些可再生原材料都是能完全、快速生物降解的。Terra Activ洗涤剂即使在摄氏20度的环境下也具有顶级洗涤效果。

www.terra.activ.de



材料的有效使用

通过改善产品的包装并使用可再生材料，我们提高了材料的使用效率。我们为客户提供使用剂量指导、浓缩产品及再填充包装。举例来说，大量的含有配方的再填充袋可以达到3倍浓缩洗涤效果，可供我们的Biff、Bref以及Sidolin家用清洁品牌使用。与原始的包装相比，可以减少90%的塑料消耗。同时可以减少水资源的消耗、货运包装以及运输重量。

www.henkel.com/sr2009 26

对室内卫生和健康的贡献

纵观全世界，卫生对于人类的健康至关重要。我们通过我们的洗涤剂和家用清洁剂在所有的市场领域都作出了重要贡献。非常重要的一点就是我们的产品适应了当地用户的要求和实际情况。从2009年开始，我们提供给大部分欧洲南部市场和印度市场的洗涤剂产品都含有特殊的杀菌剂。同样的情况还有新开拓的拉丁美洲家用清洁剂市场。

www.henkel.com/sr2009 27



含有杀菌Neem的Henko

在印度，我们的含有杀菌Neem的Henko洗涤剂能够进行温和杀菌。Neem是从当地产的Neem树上获取的一种天然原材料，在印度，人们都知晓其杀菌的功效以及对皮肤的相容性。为了使产品性能满足当地购买力的要求，含有杀菌剂Neem的Henko 也有一次性使用装以及香皂产品。www.henkel-india.com



采访Christian-Andre Weinberger和Thomas Muller-Kirschbaum教授博士，他们是汉高可持续性发展理事会成员，负责洗涤剂和家用护理业务

在汉高每一种新产品都至少在一个公司的聚焦领域内作出一定的贡献，为什么这一点如此重要？

Christian-Andre Weinberger: 创新是可持续性发展的关键。人口、生活水平以及消费都在增加。这样，越来越多的资源被消耗，与此同时排放也在逐渐增加。因此我们必须从资源消耗的角度来探讨与消费增长和生活质量提高密切相关的解决方案。这是我们“可持续性绩效”策略的承诺。每种新产品相对原有产品必须更有效的进行生产或者更经济的使用——但依然能为用户带来顶尖的产品性能。

你同时更加关注使用来源于可再生原材料的组分，你的目标是什么？

Thomas Muller-Kirschbaum: 矿油是有限的，对于富含二氧化碳的化石燃料必须加以保护。我们研究的一个中心目标现在是、将来也是矿油组分的替代品。不过，我们并不是简单的转向可再生原材料而不考虑后果。我们必须始终确信我们是从生态、经济以及社会的视角来改善我们的生存情况。我们早在创新过程时就对此进行了评估，如使用我们的智能碳指数工具，将绩效和环境参数，如能耗和生物降解性都考虑在内，它们对二氧化碳排放以及生物多样性都有影响，从而表现出我们在品质与责任方面的原则。

你们致力于可持续性棕榈油圆桌会议(RSPO)，外界既有批评也有赞扬，你们是在走正确的路吗？

Christian-Andre Weinberger: 是的。在此我们毫无疑问是在走向成功之路。当然我们也意识到RSPO既有批评但同时也获得了支持。对于我们而言，RSPO不是最终目的，而是达到目的的手段。如果我们及其它成员准备终止介入RSPO，将不再有可能改善棕榈树种植地区的情况。我们的目标是大家共同努力，当棕榈油或棕榈核油作为成分基础时，这些油应该来自经认证可持续性产出棕榈油的公司。我们将一如既往在我们的品质与责任框架里致力于这一目标。

我们的产品经过优化设计，致力于改善其生态足迹。从而朝着健康和具有环境意识的生活方式迈进并提供支持。



学科间及国际间的合作对于优化生态足迹而言至关重要。这是考虑全局和发掘全部优化潜力的唯一方法，同时可以确保更多消费者受益于我们的创新。图为化妆品/美容用品业务领域的国际团队之一正在进行项目讨论。

左起：

Susanne Cornelius

负责身体护理业务单元

Andrea Sattler博士

负责护肤及身体护理的国际
产品开发

Scott Moffitt

负责北美地区的身体护理业务

化妆品/美容用品

我们的化妆品/美容用品在许多国家每天都用于个人卫生和保健。对消费者的关注、产品功效的重视及卓越的兼容性是汉高在化妆品/美容用品领域取得长期成功的先决条件。此外，生态及社会标准在影响消费者的采购决策方面发挥了越来越重要的作用。借助于我们的创新，我们在提供有效的化妆产品的同时，我们还支持向更具环境及健康意识的生活方式进行转变。从一开始，我们的开发人员积极使用产品生命周期分析方法，从而开发出独具创新理念的产品，为我们的主要领域做出贡献。

最优先的问题：产品和用户的安全

化妆品只有具有良好的耐药性和安全使用性才能赢得用户长期信任。这就是为什么在产品开发阶段化妆品的最高等级优先就是化妆品与健康的兼容性。这包括要考虑到那些花粉过敏或敏感性皮肤人群。2009年，我们与过敏性研究基金会欧洲中心(ECARF)及其它外部合作伙伴密切合作，包括柏林的Charite大学附属医院的皮肤病学家等，以进一步改善我们产品的相关性能。www.ecarf.org 所有的化妆品及其具体成分都需要进行大量的评估，以确保与人类健康和环境的兼容性。我们采用了非动物试管试验方法（试验是在测试试管中进行）以及皮肤病学研究，以评估化妆品成品的兼容性。20世纪80年代初以来，我们始终在开发动物测试的替代方法，以替代法律已明令禁止某些成分的动物测试方法。SR 第6页。



由汉高公司开发，这种全层皮肤模型可系统地评估物质对皮肤组织的影响。

www.henkel.com/sr2009 28

替代测试方法的开发

通过替代测试方法代替动物测试对于我们来说具有非常重要的意义。因此我们在国际框架内参与了合作项目，该框架包括来自本行业、监管机构和研发机构的外部合作伙伴。2009年，欧洲化妆品协会(Colipa)与欧盟委员会共同决定投资5千万欧元用于开发毒性系统测试的替代方法。作为业内16个合作伙伴之一，我们积极参与了该研究项目。在我们开展自己的研究工作的同时，我们帮助合作伙伴设计了他们的项目。

天然和可再生原材料的负责使用

在我们的化妆品配方中使用可再生原材料以保护有限资源。举例来说，我们使用基于淀粉的组分来代替基于矿油的组分，前提是在组分的整个开发过程具有可能性和适宜性。汉高的肥皂、洗发剂以及沐浴露中，三分之二的成分都是基于可回收原材料。在购买可再生原材料时，我们将生态和社会方面纳入考虑范围。我们的配方中越来越多地使用从可控有机作物中提取的物质。

我们的肥皂、香波及沐浴露产品组中有超过 **65%** 都是基于可再生原材料

Diadermine



2009年，花粉过敏研究基金会欧洲中心(ECARF)授予Diadermin护肤液ECARF质量优质认证证书，表明Diadermine配方能够满足皮肤兼容的最高要求并适用于皮肤敏感或花粉过敏人群。患有神经性皮炎的志愿者在皮肤病学的观察下使用Diadermine后症状消失，从另一个角度证明了Diadermine的优异性能。

www.diadermine.de



而且，在我们采购产品成分时，会寻找机会与支持原产地公平交易的供应商和各地利益相关者进行合作。这一点也在我们参加可持续性棕榈油圆桌会议上有所反映(RSPO)。



让染发变得简单安全

多年来，染发已经成为人们日常美容的一部分。在我们的网站about-cosmetics.com的新网页上有一个标题“让您实现安全染发”，就如何正确安全地使用染发剂向用户提供帮助。在此我们告知消费者他们在染发前、染发中和染发后应该知道些什么。同时有一个视频向消费者逐项介绍在每次染发前如何做皮肤过敏测试，并就何时不能使用染发产品给出建议。就人们经常询问的一些问题进行了回答，诸如过敏性风险以及怀孕期间能否染发等等。

www.about-cosmetics.com

生态表现的整体改善

在使用之后排入废水中的产品都具有很好的生物降解能力。我们已经为自己设定了一个目标，那就是在2012年将肥皂、洗发剂以及沐浴露中可生物降解的成分比例达到80%。2009年我们引进了一个新软件来

我们2012年的目标——可生物降解的成分比例达到

80%

监控进度。该软件可以自动计算最终产品中可降解物质的比例。而且作为一种在线工艺控制措施，它有助于我们优化产品组合，并对现有产品与之前产品的差异进行评估。目前我们产品中可降解物质的比例已经达到65%。在改善我们的生态表现方面的其它关键因素还包括二氧化碳排放和包装材料。我们计划于2012年前，对每一批相关产品计算其代表产品的碳排放。这些计算结果会增加我们工艺的透明度，并揭示为了减少排放从哪里做起。

为了降低消费者的包装浪费，我们不断努力尽可能地在不影响包装质量和稳定性的前提下在我们的产品包装过程中减少所使用材料的数量。我们还努力寻求能够满足包装材料较高需要的合适的可降解替换材料。www.henkel.com/sr2009 29



Schauma

作为德国产品碳排放项目的一部分，Schauma香波作为香波系列产品的代表，并对该系列产品的碳排放进行了计算。结果表明，绝大部分的碳排放是在产品使用阶段产生的。其它几个阶段的碳排放只占到了碳排放总量的大约10%。尽管如此，我们仍然致力于将这个比例继续降低。比如，我们在将产品从巴伐利亚的Wassertrudingen工厂运往杜塞尔多夫附近蒙海姆的中心仓库时全部采用铁路运输，这相当于每年减少7,000公吨的二氧化碳排放。

www.schauma.de



Syoss



Syoss护发产品是在专业理发师的帮助下开发的，以可承受的价格提供可以达到理发店质量要求的产品。理发店需要的是500ml包装，这种包装对环境也是有利的。与通常250ml零售包装产品相比，Syoss包装与容量的比例显然具有优势，至少可以减少40%的包装材料。

www.syoss.de



根据专业建议安全使用

给予用户的专业建议应与产品的安全性紧密相关。因此在销售我们产品的每个国家都设立了咨询热线，从而使我们的用户可以通过电话、邮件及电子邮件得到关于我们产品和组分贴心及时的可靠资料。比如，在欧洲每年有大约120,000位用户与我们联系，其中有一半用户来自德国。大部分是咨询关于我们的产品使用效果以及如何使用这些产品。

我们同时对我们的专业美发用户提供帮助、培训课程以及如何正确使用我们产品的资料。通过国际施华蔻学院(ASK)，我们在52个国家，经常提供关于理发、时尚及理发师管理等方面先进的职业培训。2009年，通过我们的34所施华蔻学院对全球325,000名理发师提供了支持。

www.en.ask-schwarzkopf.com



Fa Hygiene & Frische 和 Dial Complete

Fa Hygiene & Frische液体皂的杀菌成分和Dial Complete泡沫杀菌洗手液可以彻底洗净双手并能杀灭99%的细菌，而不会引起干燥。通过这些产品可以避免细菌的传播，同时对皮肤较为温和，没有伤害。在美国，Dial Complete液体杀菌皂是医生推荐的首选洗手液。

www.dialsoap.com



采访Tina Muller和Thomas Forster博士，他们是汉高可持续性发展理事会成员，负责化妆品/美容用品业务

某些程度上由于工业化国家的过敏症越来越盛行，因而化妆品的兼容性变得越来越重要，这对于皮肤护理产品来说意味着什么？

Tina Muller: 对我们而言，这并不新鲜。我们的研究表明，大约有50%的女性认为自己的皮肤是敏感型的。与此同时我们也知道这些女性并不想使用产品质量不高的护肤用品，因此我们的目标是提供给他们性能卓越的但又不失皮肤兼容型性的产品。

对你们的产品研发人员来说，最大的挑战是什么？

Thomas Forster: 芳香油和防腐剂成分对于皮肤敏感或过敏症人群而言非常重要。按照我们部分产品的安全措施，我们通常要对我们的配方和组分进行敏感性评估。2009年，我们特别就Diadermine护肤产品的配方，与柏林的Charite大学附属医院的专家进行了深入讨论和测试。我们的配方和他们的仿生行为原则被证明对皮肤过敏或过敏症人群都具有良好耐受性。所有Diadermine乳液都被过敏症研究基金会欧洲中心给予优质认证。对我们来说这是最大的成功，增强了我们在皮肤病学方面的竞争力。

在这个领域你们还有哪些计划？

Thomas Forster: 2010年，我们计划将所有的Diadermine产品，包括清洁产品，委托ECARF进行评估，从而扩大ECARF优质认证向其它产品的延伸。ECARF突显了我们的目的——优异的兼容性与卓越的产品性能的完美结合。同时我们也确信，产品的安全使用必须借助全方位的指导。因此，我们在每个国家都设立了热线，就产品使用和成分快速提供可靠资料。

我们在全球范围内进行产品和技术研究，把优秀业绩与客户和消费者的经济优势，以及人类和环境的责任相结合。



我们的全球粘合剂技术业务研究和开发团队与多个研究院就粘合剂、密封剂、表面处理的创新进行合作。照片上是来自五个项目的团队成员。

从左面起：

Yonghua Zhao博士
研究用于汽车工业的低排放聚氨酯粘合剂

Kornelia Theissen
策划太阳能领域粘合剂解决方案

Emilie Barriau博士
研究用于轻型轿车和飞机的高性能粘合剂和结构泡沫

Marion Stockmann博士
开发基于可再生原材料的翻新和装饰产品

Rajat Agarwal博士
正致力于研究金属预处理过程中不含重金属的解决方案

粘合剂技术

纵观全球，我们的粘合剂、密封剂和表面处理产品性能优越，无论在技术、生态还是健康保护方面，汉高都是全球领袖。我们的产品满足了行业客户、建筑工人、普通消费者以及DIY一族的要求。我们的产品同时也对安全和资源保护做出了贡献。

创新、性能及可持续性发展全球领先

我们的产品可应用于许多市场，如汽车行业、电子行业、航空业以及金属行业、能源的替代开发、维修、修理及大修行业等。这些产品均能帮助制造出更持久、更明亮以及效率更高的产品。采用我们的产品专有技术可以保护建筑物防冻、防潮，进行日常物件的修理；与此同时我们的胶水和胶带无论是在家里还是在学校和办公室都广受欢迎。重中之重是我们要始终将客户的经济利益与人类和社会的责任有机结合起来。

基于生命周期分析的改进

该方法首先基于生命周期分析和对我们产品组合的长期总结。我们多年来始终采用高效物质替换重金属及溶剂，从而提供水基性、紫外线交联配方。2009年，作为产品碳排放项目的一部分，我们计算了Liofol层压粘合剂和Sista品牌窗户接头粘合剂的碳排放量，第一次作为该类产品的代表。通过检查产品的整个生命周期，我们可以以目标为导向的方式实施改良，使其效率最大化。



Loctite 2400和2700

这两款新的Loctite螺纹锁不仅能够保持优异的Loctite性能，而且还具有“白色”材料数据安全表。意指安全数据表完全不含风险数据，这两款产品既没有需要声明的物质，也无须粘贴危害标签。 www.loctite.com



“无形”的创新



汉高产品应用于几乎所有的行业——但通常是看不见的。这些产品有助于减少重量、增加刚性、减少能耗或改善安全水平。比如，在运动鞋中，Aquace W-01，是第一个使用水基聚氨酯粘合剂产品的运动鞋，开启了一系列的创新，有助于减少加工过程中易挥发性物质的排放，与使用溶剂基的粘合剂相比，减少排放达90%。

我们在2009年开发了Aquace SW-07。作为第一个使用单组份粘合剂的该类产品，做到了将废物排放降到最低而同时改进了产品质量。截止目前，所有的领先品牌的运动鞋在运动鞋生产装置中正得益于较高的健康标准和环境保护。通过检查产品的整个生命周期，我们可以以目标为导向的方式实施改良，使其效率最大化。

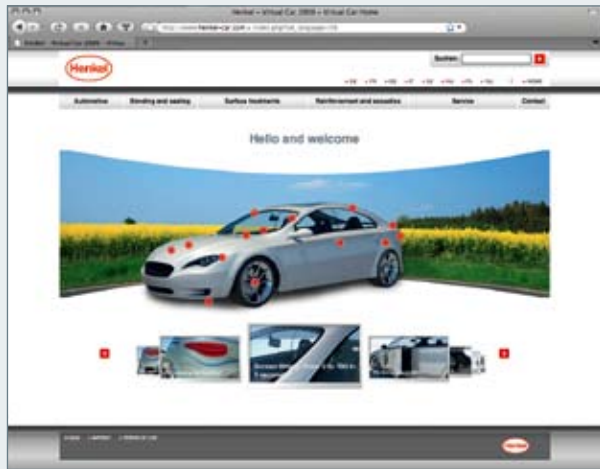
Teroson和Sista接头密封剂



计算Teroson和Sista品牌产品系列的碳排放能够表明，单位时间可再生密封剂如何达到显著节约加热成本。如果使用优质耐用的密封剂，而且定期对接头进行维护，则一个生命周期内密封剂阻止的排放量要高于使用原来生产的密封剂的1000倍以上。

www.sista.de www.pcf-projekt.de





提高沟通的透明度

我们正在开发多种沟通工具使客户可以看到我们产品的优越性。比如 www.henkel-car.com 上显示汽车工业采用汉高技术可以改进可持续性发展。包括减少工艺步骤、节能以及节水，而且生产的车辆更轻、更安全。比如，TecTalis在车身的预处理中更换传统的磷化锌可以将能耗降到最低。在轻量工程中，铝车身的两步预处理可以减少30%的废物排放。通过采用这些技术，汉高给汽车工业带来巨大的支持，使得汽车生产效率更高、质量更佳。

综合工艺建议与知识传输

作为一个可靠的合作伙伴和具有竞争力的建议者，我们需要知道我们今天的客户明天需要什么。因此我们致力于长期地与客户进行对话与交流，旨在提供一流产品，与此同时帮助他们在其价值链中实施可持续性发展。在此，我们也利用我们在生命周期分析及可持续性发展方面多年的经验。通过优化产品组分或者适应客户的行事方式来达到改良的目的。我们的产品可以帮助客户促进其产品的设计或者改善他们的

生产工艺。我们的系统方案基于我们对客户需求的理解基础之上，通常是通过与客户、设备制造商以及原材料供应商紧密合作共同努力而产生的。

对于我们而言，可持续性发展意味着帮助我们的客户节约成本和资源

当可持续性发展为我们的客户创造了经济、生态或社会效益时，它给予了我们极具竞争性的优势。这



Hysol灌封胶

灌封胶粘合剂形成一个均匀无空隙的底部填充层，可确保，如，电子设备手机中的微芯片能够更好地耐受冲击。我们的Hysol UF3800底部填充层可以在室温下进行加工而在较低温度下固化。HysolUF3800也可以用于再加工，且不含任何有害组分。从而使我们的客户在制造过程中减少能耗、废料及加工成本。

www.henkel.com/sr2009 30



Multan 切削液



新型Multan切削液在工业应用中，可以防止典型的和令人头痛的细菌形成。水基配方性能卓越却无需杀菌剂。这大大降低了生产车间工人的健康风险。

www.henkel-multan.com



样的效益可以是，比如，促使生产工艺比传统工艺效率更高的产品开发。我们的Loctite维修和修理品牌产品可以延长机器的使用寿命；我们的PurMelt MicroEmission粘合剂可以改善生产工厂的职业健康和安

在金属预处理工艺中使用IonGuard，可以减少80%的水资源消耗

全；TecTalis防腐技术可以减少生产过程中的能源和废水成本。在美国的建筑业，我们的OSI绿色粘合剂和密封剂系列在环境兼容、建筑和健康居家方面建立了新的标准。我们已经开发了多种工具证明我们的创新对客户透明的优势。其中之一就是价值计算器，它可以让客户看到通过使用我们的产品能产生的经济效益。这样的价值计算器现在已与30多个品牌配套使用，包括Bonderite，TecTalis，Macroplast以及Macromelt。

www.henkel.com/sr2009 31

通过对话、指导和培训提高用户安全性

随着高性能产品的开发和销售，汉高产品的质量不会停滞不前。我们在所有业务领域为全球客户提供服务和指导。通过共享我们产品的专有技术和优势，我们的主要目的就是帮助客户高效而又安全的使用我们的产品。比如，我们在美国的化学品管理理念就是帮助客户进行筛选、加工和化学处理。在中欧和东欧，60%以上的Ceresit培训中心教授工匠们如何对我们的建筑产品予以最佳使用。在巴西，汉高是绿色建筑理事会的创始成员，绿色建筑理事会是一个国际性的组织，旨在推动可持续性建筑方法和产品的发展。



Loctite 4309

Loctite 4309接枝胶粘剂是不断壮大的接枝领域中世界首创产品。取代了手工使用的塑料片，一滴Loctite 4309就可以将接枝的两个部分连在一起。这既节约了材料，也能使加工过程比原来的产品快2-3倍，这样可以大大减少生产成本。www.loctite.com



采访Ramon Bacardit和Enric Holzbacher教授、博士，他们是可持续性发展理事会成员，负责粘合剂技术领域

全球40%的能源消耗于建筑物——一个非常重要的保护气候措施的起点。在此您认为汉高充当的是一种什么样的角色？

Ramon Bacardit: 关注建筑物的能效对我们来说是个好机会。我们提供了各种各样的系统包括接头密封剂、绝缘泡沫、绝缘板以及密封膜用于窗户、门和墙面的专业绝缘。一开始我们的主要任务是提高知名度，建立透明度。我们必须强调和解释在家中不必要的能源损失。我们只有这样做了，客户才能够看到我们产品的优势。

你如何做到这些呢？

Enric Holzbacher: 在德国，我们在网站www.henkel321.com上提供关于我们的产品以及一些工具，如能源计算器等的专业指导意见。在其它市场，如中欧和东欧，我们为工匠们成立了培训中心，我们提高人们对于环境兼容材料重要性的认知，并在使用时给予指导。我们所传达的信息就是长期使用投资性能卓越的粘合剂、密封剂和绝缘材料是能够收益的。

你能证明这一点吗？

Ramon Bacardit: 2009年与德国Oko研究院（应用生态研究院）合作，我们确定了窗户密封剂的碳排放。结果是令人信服的。起决定因素的是材料的质量以及密封接头的日常维护和更换。材料质量越好，密封剂就越耐用，节约的能源就越多。

如果事实如此明显，为什么依然还有那么多的建筑物是效率低的呢？

Enric Holzbacher: 出租房和商用房的房主通常都不愿意采取措施来改善他们房屋的环境兼容性和能效。这是因为不是他们自己在使用房屋，也不会从中受益。我们试图通过我们在国际倡议组织，如美国绿色建筑理事会来阐明这一情况。

我们的全球团队是我们未来成功最重要的资产



所有的汉高员工都定期接受培训和继续教育以便他们能够胜任他们的工作。如全球大约600名采购员工通过采购学校接受培训。图中团队正在进行谈判培训。

从左侧起：

Morad Carrilho El Achhab

负责德国粘合剂技术包装材料的采购，与此同时，他还取得了商学院学位，现同时负责欧洲地区的包装材料采购。

Lien Tran

全球采购经理助理。她参加了汉高员工共享课程，投资自己的未来。

Eric Scheid

负责信息技术的采购。他曾经在法国求学，在德国汉高开始他的包装工程师职业生涯。汉高公司一开始选送他到法国，之后再回美国进行岗位轮换。

Petra Spallek

负责全球原材料采购，为了平衡其事业和家庭关系，目前是兼职。

强大的全球团队 - 合作共赢

汉高战略优势之一就是增强我们的全球团队。我们通过培育员工的多样性、获取资格以及业绩来达此目的。因为这是一个团队在起作用 - 特别是在经济困难时期 **SR** 第4和5页。全球领先品牌和技术背后的驱动力就是具有企业精神的员工。

来自 **116** 个国家的员工全情投入就是我们成功的基石。

汉高推行一种基于公平和团队合作的企业文化，期望所有的员工都能承担责任并对于做出卓越贡献的员工给予奖励。

2009年对于我们所有人来说都面临了一场特殊的挑战，要求我们做出非常困难的抉择以及意义深远的变革。不幸的是，这也包括了裁员。这一点对于我们来说是非常伤痛的，但为了确保汉高长远的竞争性，也是我们必须付出的代价。 **SR** 第35页。

在汉高，我们专注于以下核心元素以增强我们全球团队的竞争力：



通过多元化增强团队

我们全球员工中 **32%** 是女性

我们希望有最好的团队——无论年龄、性别、国籍。多样性和包容性是我们企业文化重要的组成元素。

我们确信不同的文化背景和员工资质能帮助我们更好地了解市场、客户和消费者，从而确保长期营运的成功。我们

汉高的社会标准



我们的企业文化基于我们的承诺：尊重个人尊严、保护所有员工的隐私权、推行平等和公正的原则。在2000年制定行为准则以及2003年加入联合国全球公约时，我们明确强调对于保护人权的支持。我们于2006年发表了社会标准，并清晰地表明了我们的立场。

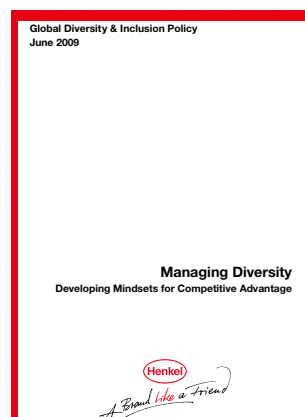
通过陈述、培训课程和在线学习等形式，我们确信我们的全球约束性社会标准深深植根于整个公司并渗透到我们的日常活动中。在我们的例行审核中，我们在选定的工厂进行社会标准的一致性检查。由于战略重要性，从2010年开始，我们将这些社会标准包含在每年的报告中。

SR 第8页。

2009年6月汉高管理委员会批准通过了一个全球多样性与包容性政策。该项政策包括政策实施过程中这两个术语及文件措施的准确定义。为此，2009年我们还确定了一个多样性特使国际团队。他们的任务就是鼓励与实施地方项目与倡议。

AR 第51页。

www.henkel.com/sr2009 32



地区案例

全球	为建立一个更加良好的沟通文化氛围，为管理人员启动了一个导师计划
美国和德国	多元化日
比利时	扩大代际导师计划，涉及专业新员工及有经验的员工



Alissa Besler

作为汉高化学实验室助理，正在参加一个为期3年的培训课程。2009年汉高公司对20种不同职业的员工进行了培训，她是511名接受培训的年轻员工中的一员。

Sofie Huyleberoeck

2009年8月开始在汉高比利时公司工作。她参与了汉高的创新挑战活动——一个针对大学生的国际性比赛，之后受雇于化妆品/美容用品事业部，担任初级品牌经理。

Axel Olschinski

1990年开始在汉高工作。在汉高接受培训成为一名机修工后，又完成了几项继续教育课程。现在他是一名操作助理，负责汉高杜塞尔多夫电厂的蒸汽发生装置。

Guy Simeon

1980开始在汉高比利时公司工作，负责比荷卢国家洗涤剂及家用护理品的供应链。作为一名有经验的导师，他将自己的知识无保留的传授给年轻员工。

争取最优秀的人才

全球**300**所顶级大学的毕业生选择汉高作为其雇主。

增强我们国际团队的一个核心元素就是吸收全球最优秀的人才，经济困难时期这一点尤其重要。为了使我们的团队具有应对未来挑战的能力，我们在全球范围内寻求年轻人才。我们同时建立了一个全球大学和教授的网络，旨在帮助我们早期发现优秀学生。通过我们在大学的展示和演讲，我们奠定了汉高作为职业选择的地位。

我们使用专门设计的招聘工具，以满足特定市场和地区的要求。

地区案例

欧洲

在欧洲我们已经建立了汉高创新挑战。2009年，来自11个国家121所大学的2100名学生参加了比赛。2009年获胜者中已经有7名新员工在比利时、希腊、意大利、新西兰及土耳其的汉高公司工作。
www.henkelchallenge.com

南非

通过与教育和劳动部的合作，汉高在南非的管理层提供了中等学校学生进入汉高工作和职业发展的机会，并就他们的职业经历在公司进行汇报。

挑战和培育员工

面对国际性竞争，我们员工素质的重要性不亚于我们产品质量的重要性。因此我们全球所有的员工都参加了各种形式的研讨会、研究会及在线学习，以确保他们能够保持职业竞争力。从管理研讨会到健康、安全和环境的培训以及区域销售职员的产品课程。我们同时也专门组织了针对我们的业务领域和功能单元的研讨会。特殊的教育模块帮助我们的员工获取新的知识、增强他们的技能，如采购学校就是很好的例子。

我们**100%**的员工均受到培训和教育，以提升他们的业务水平。

SR 第30页。

SR 第30页。

为了给我们的员工提供最新的专业知识，我们与外部合作伙伴及国际领先商务学校合作。早在1997年我们就为管理层员工建立了汉高全球学院。

鞭策和开发技能

汉高按照员工的潜能对其进行鞭策和培育。我们同时根据员工表现，支持员工的目标职业计划。所有的管理者最重要的任务就是识别和开发员工的技能。

2008年我们引进了一项新的全球人才管理工艺，称之为“发展圆桌会议”，针对高级和初级管理人员。其中，监管人员按照全球统一标准对其他员工的表现和潜能进行评估，然后形成个人发展方案。最终结果会在反馈会议上向管理人员汇报，并与他们进行讨论。讨论后作出的决定是为了根据这些员工的能力特点，来挖掘他们的全部潜能。一个强有力的国际团队需要拥有国际经验的员工。为了增强对其它文化和市场的理解，岗位轮换已经成为员工发展的一项工具。表现优秀的员工，我们会在特定的一段时间内，为其提供去其它国家工作的机会。这样的机制加上公司专有技术的传递——汉高能够使我们的员工在他们的个人和职业生涯上有进一步的发展。 www.henkel.com/sr2009 33

2009年有
次管理人员的内部晋升。
1462

2009年有
位管
理人员在海外工作。
443

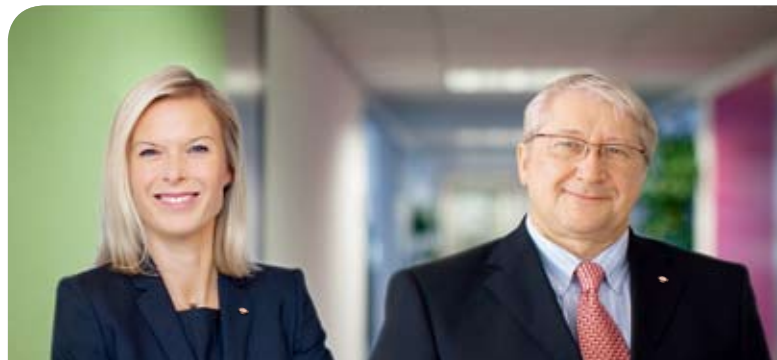
绩效补偿机制

认可员工的表现能够激励员工像企业家一样去思考和行动，进而增强他们的创造性。公平和绩效补偿是我们企业文化的核心。我们采用与成功相关的薪酬体系来奖励敬业和表现优秀的员工，以表彰他们对公司成功作出的贡献。 www.henkel.com/sr2009 34

员工持股计划

2001年以来，通过参与我们的员工持股计划，我们的员工一直能从公司的成功中受益。这增强了他们与公司的联系。高比例的参与持股（2009年约为28%）证明了员工对于公司的信任。2009年底，通过员工持股计划，全球大约有14,000名员工拥有汉高的优先股。由于汉高实施员工每购买3股另外赠送1股的方案，员工对于公司的这种信任也使汉高受益匪浅。

我们分布在56个国家
28%的员工于
2009年参与了员工持股计划。



采访Kathrin Mengers，全球人力资源总监，以及Rolf Schlue，负责汉高可持续性发展理事会人力资源事务。

为什么领导力以及员工的主动性对汉高公司至关重要？

Kathrin Mengers: 去年的形式不容乐观——并不是在我们的市场，也不是对我们的员工而言如此。不幸的是，为了应对困难的经济环境，我们不得不进行裁员。不过在困难时期，更彰显员工对于我们的重要性。我们鼓励团队精神以使我们的公司在未来面对挑战时依然具有强大的竞争性。因此我们需要能够做出决策的、能够给予同事及时反馈的、能够激发员工每天处于最佳工作状态并能胜任作为团队一员的经理人。只有这样，我们才能建立成功文化，才能为汉高的成功做出贡献。

刚参加工作的年轻人对于全球运作的公司的期望是什么？

Rolf Schlue: 忠于职业的年轻人愿意为公司的成功做出贡献。这样的公司应该是秉承可持续经营政策并以社会责任行事的。他们希望公司的产品对环境的影响尽可能小，并将他们的希望寄托在社会进步和公司的社会承诺上。企业社会责任的话题正越来越多地在年轻员工和大学课程中进行讨论。

就这个话题您持何种观点？

Rolf Schlue: 对于申请在汉高公司工作的全球年轻员工，我们提供有关汉高可持续性发展、企业价值观、以及给予企业文化的绩效情况和具体内容供他们了解。我们强调通过公司多样性和包容性政策，以及志愿项目的社会承诺向年轻人提供机会。我们确信这将使我们招募和留任适合公司未来发展的人才。

工作场所的健康和安全

员工健康

通过目标项目、健康检查以及其他措施，我们力图促进我们的员工拥有良好的健康状况以确保他们能够长期工作。我们已经采取的措施包括消除工作场所可能导致人们长期患病或不能工作的风险。

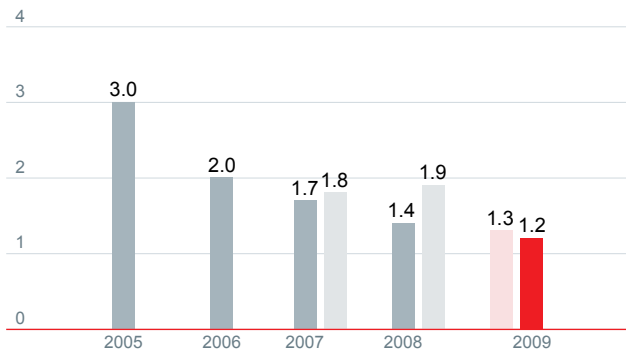
个别汉高公司设计了他们自己的健康方案，根据当地条件，侧重于不同的因素。另外，生理健康方案、工作场所健康的提倡越来越重视如何应对日趋加重的工作负荷和压力，以其避免在我们的社会产生新的疾病。www.henkel.com/sr2009 → 35

我们的目标：零事故

2000年我们设定的长期目标——零事故一直没有变。对于汉高而言，即使是发生一次事故也太多了。在我们取得这一目标的道路上，我们已经为自己设定了新的中期目标：将2007年作为基年，2012年之前进一步将工伤事故降低20%。SR 第4页。2009年汉高公司员工或是在汉高工厂工作的其他公司的员工都没有发生严重事故。不幸的是，有一名汉高员工在出差途中在美国死于空难。

我们全世界
80%的生产
基地于2009年实现了
零事故运营

工伤事故（每百万工时）
至少损失一天（除正在减少的事故）



■ 汉高雇员
■ 在汉高工厂工作、并直接签订合同的外部公司员工 (2007年被首次纳入)
涵盖了汉高99%的员工

职业健康和安全培训

我们持之以恒的坚持执行我们的安全、健康和环境标准，同时强化我们员工的职业健康和安全意识。通过定期的研讨会、实时通讯以及地方的健康安全日活动，我们的员工学习到了如何进行自我管理，并尽早识别安全风险以避免事故的发生。

为汉高公司工作的其他公司员工也包括在我们的职业健康和安全培训课程范围内。

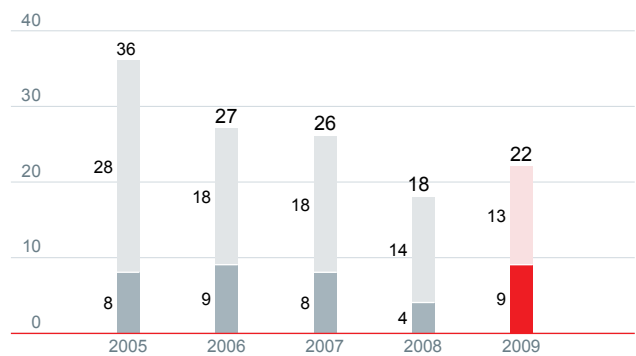
www.henkel.com/sr2009 36



地区案例

瑞典	我们在Norrkoping的工厂已经连续9年零事故。2009年，瑞典工作组织研究院提名其为年度最佳安全管理工作地点。
大不列颠	2009年，为了防止汽车事故，所有现场销售人员接受了额外的驾驶员培训。
中国	我们在南汇的工厂获得2009年地方政府颁发的模范职业健康和安全业绩奖。
美国	2009年，由于特殊成就，我们选出了我们在Missouri, North Kansas市的工厂：在过去的25年里，它们没有一天由于发生事故而造成工作损失。
欧洲	欧洲网络(ENWHP)又一次因为模范安全工作地点授予汉高公司2009年推动欧洲合作伙伴优秀奖

严重工伤事故（损失超过50天）



■ 典型生产活动中的事故
■ 走动时发生的事故 (例如：绊倒)
涵盖了汉高99%的员工

倡导社会承诺



Kirsten Sanchez-Marin是美国中部汉高行政管理负责人。她利用业余时间和她的同事们组成一个团队帮助危地马拉的Santa Clara La Laguna山区的居民。周年纪念项目是汉高公司在2008年为了明天(MIT)十周年纪念日从86个推荐项目中选出来的，期间汉高捐赠了10万欧元，帮助了120个家庭。与独立国际援救组织一起，该项目改善了家庭生活条件。他们在室内修建了封闭的灶台，安装了水过滤器以保证有干净的水源，促进了学校教育，提升了农业生产率。



粉刷墙壁：喷射技术使得来自哥伦比亚的Heidi von Halle和来自Guatemala汉高公司的Fabiola Samayoa进度大大加快，同时还在翻新危地马拉山村的房屋。www.henkel.com/smile

社会承诺需要自发精神

社会承诺在汉高的公司文化中发挥了重要的作用，植根于公司的价值观，并在公司的历史发展和日常活动中有深刻体现。与我们的员工、退休人员、我们的客户和用户以及国际组织一起，我们努力奋斗迎接社会挑战。

汉高把所有社会参与计划——在公司业务以外的国际企业合作——都纳入到汉高微笑这个主题之下。汉高围绕三大核心要素开展全球活动：为了明天(MIT)、全球紧急援救以及共同利益投入。

为了明天(MIT)项目依赖我们的员工和退休人员，他们倡议和实施所有项目。汉高支持志愿者工作，这些工作都是由员工和退休人员通过实物捐助、产品和资金捐助以及专家指导的方式实施的。另外，2009年汉高提供给员工总计318天带薪休假支持为了明天(MIT)项目。参与项目的员工每年最多有5天假期。

我们确信鼓励志愿者工作能使参与各方都收益：社会、公司还有员工自己。员工现在期盼着公司为社会做贡献。他们也想在自己雇主的帮助下做出他们的贡献。通过这些项目，汉高在全球范围的员工证明他

们的责任感、领导力以及他们的团队工作能力。

为了明天(MIT)项目的质量不是由能够提供的资金支持额度来决定的，而是由员工和退休人员在这个项目中投入的理念、情感、努力和时间来证明的。不仅如此，他们通过运行这个项目，形成了公司和社区之间的密切联系。

作为社会承诺活动的一部分，2009年汉高在全球支持了总计2155个项目。其中1143个由我们的员工和退休人员参与的为了明天(MIT)项目所占的比例最大。汉高为受灾地区的7个紧急援救项目提供了资金和实物帮助。公司及其品牌也参与了1005个项目，这些项目帮助了世界上大约50万人改善了他们的生活条件，2009年支持汉高微笑项目的资金总额超过了760万欧元。

2009年78个国家开展了
2155个汉高微笑项目



印度Dhupguri的St.Paul学校的学生们庆祝可以多容纳400名学生的新学校开学。正是由于我们在意大利的著名洗涤剂品牌Dixan的承诺而使其成为可能。现在大约有1000名孩子可以到这个学校上学了。Dixan的捐助还包括日常的学生餐。Dixan于1999年推出的建学倡议旨在推动意大利学龄儿童的创造性，同时关注发展中国家贫穷儿童问题。

www.dixanperlascuola.it



菲律宾的汉高员工发放实物给因台风Ondoy受灾的民众。2009年9月26日，台风席卷了菲律宾，灾难过后，造成大量人员死亡。汉高友谊倡议为公司员工及受灾人群提供紧急援助。

www.henkel.com/smile

通过为了明天(MIT)项目取得的社会进步

2000年，来自189个国家的政府官员就8个发展目标，即联合国千年发展目标，达成共识。我们的员工和退休人员积极参与有助于实现千年发展目标的活动。在汉高员工和退休人员所开展的活动中，大约一半的项目位于新兴国家和发展中国家。

2009年汉高微笑在全球帮助了 **50万** 人

家。在执行这些项目的过程中，各地的合作组织发挥了重要作用。在许多情况下，一个MIT项目可能为多个千年发展目标做出了贡献。MIT项目重点关注消灭贫穷饥饿、普及初等教育、降低儿童死亡率以及与艾滋及其它疾病作斗争等。

www.un.org/millenniumgoals

联合国每个千年发展计划中MIT项目所占百分数

1. 消灭贫穷饥饿	2. 普及初等教育	3. 促进两性平等	4. 降低儿童死亡率	5. 改善妇女健康	6. 与疾病作斗争	7. 环境可持续性发展	8. 全球伙伴关系
21%	31%	10%	6%	3%	22%	6%	1%

社会指数

员工(截止至12月31日)	2008	2009	2009年员工数量下降是由于项目的数量造成的。全球优秀重建项目比预期提前完成。在美国,我们出售了部分消费粘合剂业务;在中国我们撤销了洗涤剂业务。2008年收购国民淀粉业务进一步导致了2009年的协同效应。在这些项目范围内,总计有1596名员工因工厂或业务出售而离开公司。
汉高全球	55,142	49,262	
劳动力结构			
——非管理人员	82%	80%	
——管理人员	16.6%	18.4%	
——高层管理人员 ¹⁾	1.4%	1.6%	
全球员工活动 ²⁾	5.7%	4.9%	www.henkel.com/sr2009 37
¹⁾ 管理委员会、公司高级副总裁、全球管理团队I和IIa			
²⁾ 基于员工离职			
国籍(截止至12月31日)	2008	2009	国际团队为汉高赢得了决定性的竞争力,为公司的成功做出了巨大的贡献。来自48个国家的员工在德国总部为汉高效劳。我们的5位管理委员会成员是由一位奥地利人、一位比利时人、一位丹麦人和两位德国人组成。
汉高	109	116	
管理人员	77	82	
在杜塞尔多夫总部	51	48	
管理委员会	4	4	
女性比例 ¹⁾ (截止至12月31日)	2008	2009	最近几年女性员工的比例基本保持稳定。对于一个国际性公司,30%以上的女性员工比例被认为是比较理想的。我们计划进一步提高女性在管理团队和高层管理人员中的比例。
汉高	32.9%	31.8%	
管理人员	26.4%	27.4%	
高层管理人员 ²⁾	13.7%	16.4%	
¹⁾ 覆盖范围:约85%			
²⁾ 管理委员会、公司高级副总裁、全球管理团队I和IIA			
年龄和资历 ¹⁾ (截止至12月31日)	2008	2009	汉高人员年龄结构基本稳定,由年轻员工、年龄稍长以及更多有经验的员工组成。汉高经常雇用新员工,同时也一直有年长且富有经验的员工在汉高就职。
历年平均资历	9.8	11.0	
员工平均年龄	39.4	39.3	
年龄构成			
16-29	19.5%	18.7%	
30-39	32.7%	34.2%	
40-49	29.6%	29.7%	
50-65	18.2%	17.4%	
¹⁾ 覆盖范围:约95%			
个人发展(截止至12月31日)	2008	2009	汉高根据员工潜力培养员工,倾向于从其所在的级别补充到管理岗位。这里列出的全球管理人员内部提升人数也说明这一点。全球非管理人员提升的数据尚无。“培训天数”中所列的数字不包括对销售和分销人员进行的培训,也不包括职业健康、安全和环境、在线学习或者实习生/学徒的培训。
内部提升	1,877	1,462	
国际岗位轮换	433	443	
接受培训(德国)	510	511	
平均培训天数	2	2	
员工持股计划(截止至12月31日)	2008	2009	自从2001年推出员工持股计划以来,有很多员工每年都报名参加。2009年底,全球大约有14,000名员工持有汉高股票,来自56个国家的员工共持有4百万股股票,大约占总优先股的2.2%。
拥有汉高股票的员工百分比	27.4%	28.4%	
集体协议签约员工(截止至12月31日)	2008	2009	对于工作在没有职工代表制或尚未成立职工代表制国家的汉高员工而言,当地管理人员和我们的员工之间的对话应视作确保公开交流观点的一种自愿和非正式的形式。
全球百分比	44%	44%	
欧盟百分比	79%	79%	
社会承诺(截止至12月31日)	2008	2009	项目总数包括员工发起的项目、紧急援救和公司支持的慈善项目。2009年首次统计“受益人数”。员工可以每年最多申请五天休假来参与这些项目。
项目总数	2,476	2,155	
其中:员工发起的项目	1,306	1,143	
受益人数	-	500,000	
员工发起的项目休假	285	318	
总的捐款(千欧元)(不计休假)	7,529	7,684	

与利益相关者的对话

与所有利益相关者的公开对话是我们可持续性发展管理的基石

通过与当地、地区乃至国际上的社会群体进行对话，我们可制定出切实可行的可持续性解决方案。因此，我们一直在同所有的利益相关者进行接触对话。这些利益相关者包括消费者、客户、供应商、员工、股东、各地的社团、政府当局、协会、非政府组织及科学家。这种对话告诉我们可持续性发展的哪个方面是我们的利益相关者们最感兴趣的，同时提供了相互理解的基础以及我们的公司观念与利益相关者的公司观念对比的机会。而且它是公司新理念的来源并且能让我们尽早确定未来的要求以及与我们行动相关的潜在风险。从中获取的深刻见解对我们的创新管理和风险管理做出了重要的贡献。它们形成了我们可持续性发展策略的进一步发展以及报告的基础。

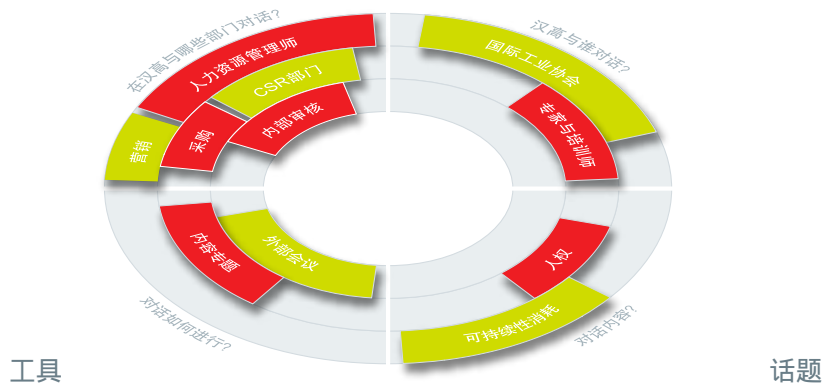


2009年汉高参与了20个国家的77个可持续性发展项目。全球自然基金及德国含油种子加工工业协会 (Verband der Olsaatenverarbeitenden Industrie-OVID)组织的一个项目中，Rolad Schroder和Christian Andre Weinberger(左起第三位和第四位)博士在认证系统讨论了可持续性发展和气候保护专题，比如关于可持续棕榈油圆桌(RSPO)的认证方法。同时就如何快速刺激认证棕榈油的需求水平发表了演讲。

在汉高与利益相关者的全面对话

内部利益相关者

外部利益相关者



- 汉高举行的关于人权的内部各专业研讨会
- 参与国际劳工组织关于可持续性消耗的讨论

我们已经系统地将我们与利益相关者的对话整合到所有的职能部门、业务领域及地区。策略和解决方案已经在将要评估和实施的地区完成制定。 www.henkel.com/2009 38

全面系统的对话

可持续性的相关问题是各个地区乃至全球的优先考虑事宜，并且各方观点存在很大差异。因此，汉高将与利益相关者的对话整合到我们的职能部门、业务部门以及各地区的事务中。通过这种方式，汉高可确保公司专家与相应利益相关者群体就面临的挑战进行对话。我们制定了各种战略以及解决方案，并且对其进行评估并应用到实践之中。对话的工具、主题、时间以及强度都与具体利益相关者群体及其具体问题相关。 www.henkel.com/sr2009 39

与员工的对话

为了将可持续发展深深植根于汉高的血脉之中，公司的5万名员工人人都必须将可持续性发展原则牢记在心并在其日常工作中严格按照该原则行事。为了鼓励员工做到这一点，我们开发了培训课程和在线工作模块，并在我们的内部网络和员工报纸上提供相关资料。2009年，我们推出了网络日志，旨在鼓励所有的员工规划和讨论在公司重点领域他们对汉高做出的贡献。

与国际可持续性发展专家的对话

与国际可持续性发展专家之间的对话在我们的相关利益者的对话中扮演了非常重要的角色。对于目前如何找到面临挑战的方法以及如何早期确定未来的期望时，与专家之间的对话就显得尤为重要。举例来说，2009年，我们在维也纳、奥地利的专家参与了与科学家和经济学家的多次讨论。这些讨论的中心话题是如何在经济困难时期建立信任和安全。

www.henkel.com/sr2009 40



采访Peter Florenz和Marcus Kuhnert博士，他们是汉高可持续性发展理事会成员，分别负责政府关系和企业传播事务。

企业现在期望能找到解决所有社会挑战的方法，就这一点汉高所处的位置是什么？

Peter Florenz: 作为一家公司，我们愿意也必须成为其中一部分。我们进入的越早，越投入，为了相关利益者——明确地讲包含政府和非政府组织，就能更好、更快的使我们采取的行动能够应对这种挑战。

你如何实施这些让人望而却步的任务？

Peter Florenz: 显然，企业不能单独应对这些挑战，必须是社会作为一个整体来面对。比如，我们认为推行可持续性发展是来年首要任务，那就必须有适合的产品来完成这个目标。但与此同时也需要借助政府的支持，说到底还有我们用户的支持。因此我们选用明星在各种级别场合进行宣传使人们能够知晓这一点——通过参与国际倡议、与政府和非政府组织的对话，以及产品宣传等等。

您在与所有不同的利益相关者交流过程中最大的挑战是什么？

Marcus Kuhnert: 参与者的数量和种类以及他们需要的信息资料正在稳步增加，我们的产品碳排放就是一个很好的例子。就进一步开发计算方法所做出的贡献需要详细的科学交流，给予用户的资料必须是简明的、实用的信息。不同的交流渠道以及对资料的适当编辑加工以适应目标听众，在与相关利益者的对话中变得越来越重要了。

新的交流渠道，比如社会媒介扮演何种角色？

Marcus Kuhnert: 他们提供了引人注目的各种机会，如向目标群体发表演讲、进行直接对话以及立即反馈等。借助Twitter, YouTube及网络日志，我们已经获得一些开拓性经验。不过其中也隐藏着风险，信息太短有可能丢失重要的内容。因此我们将社会媒介形式当作其他交流渠道的补充。我们依然确信没有什么方式能够取代人与人之间的直接对话。

外部评估



作为德国的著名品牌，汉高被商务杂志Wirtschaftswoche和德国品牌协会授予最佳可持续性品牌。汉高管理委员会主席罗思德(Kasper Rorsted) (左)代表汉高公司于2010年2月10日接受了这一荣誉。



2009年12月8日，国际商务顾问Frost&Sullivan将年度绿色企业优秀奖颁给了汉高公司，表彰汉高在移动电子产品粘合剂领域的出色表现。该荣誉鼓励不含卤素Loctite生产线的发展。粘合剂技术执行副总裁Thomas Geitner (左)非常高兴地接受了这一荣誉。

2009年，汉高在可持续性、企业社会责任两大方面的出色表现再一次给外部专家留下了深刻印象。互联网上可以搜索到汉高公司获得的所有证书和荣誉一览表。www.henkel.com/sr2009 41

2009年评级及指数



苏黎世/纽约：汉高作为非耐用家用产品领域可持续发展的领导企业之一，已经连续第三次被列入道琼斯可持续性发展指数。



伦敦：汉高连续第九年被国际FTSE4信誉道德指数榜提名。



慕尼黑：汉高在Oekom企业责任评估中被命名为消费品领域最佳公司



纽约：汉高又一次被列入“世界最具道德公司”名单。

2009年奖励及评价



中国：中国《商务周刊》将汉高评为中国绿色企业50强前十名。



巴西：汉高巴西公司进入人类和组织发展100强公司指数，并被命名为2009年可持续性发展标杆企业。

2009年用户奖励



美国：沃尔玛颁发给汉高公司沃尔玛可持续性发展奖，表彰其为可持续性发展做出的特殊贡献。



美国：粘合剂技术团队首次获得凯洛格环境管理挑战奖。



瑞典：Coop将最佳可持续性发展推进者目录中的Coop Natura奖颁给了汉高公司。

阿根廷：梅赛德斯 - 奔驰表彰汉高在其业务领域环境发展的卓越表现。

2009年可持续性发展报告

德国：IOW生态经济研究院将汉高排名在2009年德国150个大型公司可持续性发展报告评价第11名。



德国：汉高因其最佳在线报告被授予Econ银奖。

联系方式、信用及其它出版物

欢迎您对我们的可持续性发展报告、在线报告或我们的可持续性发展方向提出问题、建议或意见。

汉高联系方式

企业传播部总部

电话 :+49(0)211-797-2606

传真 : +49(0)211-798-4040

电子邮件 :lars.witteck@henkel.com

CSR管理部门/可持续性发展部门

电话 :+ 49(0)211-797-3680

传真 :+49(0)211-798-9393

电子邮件 :uwe.bergmann@henkel.com

投资者联系

电话 :+ 49 (0)211-797-1631

传真 :+ 49 (0)211-798-2863

电子邮件 :oliver.luckenbach@henkel.com

企业传播部亚太及中国

电话 :+ 86 (0)21-2891-8150

电子邮件 :george.zhu@cn.henkel.com



手机用户也可以通过拍摄快速应急码直接与我们网站上的联系方式连接。

网站地址 :

www.henkel.com

www.henkel.com/sustainability

www.henkel.com/ir

www.henkel.com/smile

可持续性发展报告的印刷采用了苏州紫兴纸业有限公司生产的哑粉纸,封面采用300克哑粉纸,内页采用157克哑粉纸。苏州紫兴纸业有限公司生产的所有克重的印刷纸张都通过了SGS检测,符合欧盟出口标准。样本胶装所采用的胶水是汉高公司生产的3218型号背胶以及2415型号侧胶。

所有产品的名字都是杜塞尔多夫汉高股份两合公司或者其子公司的注册商标。

出版机构 : 汉高股份有限及两合公司

地址 : 德国杜塞尔多夫40191号

© 2010 汉高股份有限及两合公司

编辑工作与整理

公司出版部门

Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Kathrin Zachary,

Wolfgang Zengerling

CSR管理部门/可持续性发展部门 :

Eva-Maria Ackermann, Uwe Bergmann,

Ines Biedermann, Christine Schneider

英语翻译、协调及校对 :

ExperTeam®, Neuss: Dave Brandt, Alice Milne,

Susan Salms-Moss

中文翻译、协调及校对 :

上海正杉文化传播咨询有限公司

概念和设计 : Kirchhoff Consult AG, Hamburg

排版 : workstation gmbh, Bonn

图像 : Henkel, Thomas Bauer, Digital Wisdom 出版公

司, Olaf Doring, Andreas Fechner, Vera Hofmann,

IISD/Earth Negotiation Bulletin, Tommy Losch.

印刷 : 上海欣顺印刷包装有限公司

可在互联网下载的其他出版物

年报、季度报告、愿景及价值观、行为准则、团队合作及领导准则、企业可持续性发展准则、公司历史、汉高微笑。www.henkel.com/publications

本报告出版日期 : 2010年3月8日

PR : 03 10 3.000

ISBN: 978-3-941517-17-2

本资讯信息内容包含汉高股份有限及两合公司管理层基于当前估计和假设而做的前瞻性声明。前瞻性声明的特点是使用“预期”、“预测”、“假设”、“认为”、“估计”、“预估”等字眼。因此,不能将这种声明理解为预期会变为现实的保证。汉高集团及其子公司所实现的未来业绩及结果取决于诸多风险和不确定性,因此可能与前瞻性声明有显著的差异。这些因素中的许多都不在汉高集团的控制范围之内,并且不能准确地提前预测,例如未来的经济环境和竞争者以及市场中其他参与者所采取的措施。此外,汉高集团既不计划也不承担更新任何前瞻性声明的义务。



本报告箴言“全球团队——合作共赢”在封面使用的图像中也得到了体现。球形图像由137位汉高员工的照片组成，象征着多样性、包容性和国际性的汉高企业文化。

左起：

第一排：Anne Baerens, Nastassja Weyergraf, Renate Rauschil, Randy Reginelli, Burcu Devrim Avci, Hui Jin

第二排：Karin Döring, Dr. Mustafa Akram, Evelyn Schulte-Steffens, Simone Schuster, Jari Tuomikoski, Marion Lauterbach, Andreas Kopp, Alexandra Hnila, Katja Kremling

第三排：Frank Tenbrock, Dirk Antkowiak, Thomas Geister, Silvio Mario Claudio Garavoglia, Herbert Pega, Dr. Inga Vockenroth, Dr. Andreas Bauck, Robert K. Cecilio, Rushikesh Apte, Richard J. Alhage

第四排：Carlos Enrique Alvarez, Henrik Anserin, Lori Pasterski, Julio Muñoz Kampff, Fernando Pardal, Mileva Mircevska, Claudia Betcke, Carmen Klann, Emmanuel Nweke, Klaus Unützer, Ashok Konduskar, Jeremy Hunter

第五排：Daniela Schoening, Federica Berardo, Alain-François Dabreteau, Helmut Peters, Gerald Anthofer, Anthony Lallier, Jojo Wilfred, Tadahiko Morihana, Vivian Yang, Manuel Agualeles Navarro, Wenwen Liao, Vijay Swaminathan, Cornelia Heinrichs

第六排：Alfred Tuchlinski, Deborah De Andrés Presa, Esteban Gonzalez Jr., Antje Anders, William C. Zeiler, Eliane Emond, Dr. Jianping Liu, Gaetano Cappello

第七排：Dr. Regina Jäger, Petra Prodöhl, Stacey Brown, William A. Simmons, Regis Rogge, Claudia Kurschat, Andrew Powers, Dr. Karl-Heinz Ott, Lilian Fiorino Llorca

第八排：Justina Vaitkute, Kai Schmidhuber, Laura Magnani, Dr. Shabbir T. Attarwala, Nadine-Tanja Kummer, Gürsel Ceyhan, Lisa Chen, Grégory Vuillemin, Setareh Alaeddini, Marie-Laure Marduel

第九排：Dr. Birgit Veith, Dr. Ciaran McArdle, Esther Kumpan, Rolf Müller-Grünnow, Melisa Haracic, Kee How Tan, Matthew Greaves, Günther Lambertz, Sabine Hilberath, Janine Lintzen, Fadl Abowafia, Ulrike Beck, Mana Sasaki

第十排：Housseem Bahri, Omar El Masry, Csaba Szendrei, Roberto Gianetti, Lassaâd Karray, Béatrice Billot, Dr. Eva Sewing, Beatrice Jones, Ricardo Serrano, Mireia Martínez de la Torre, Christopher W. Sommer, Asli Cobbers

第十一排：Lien Tran, Melanie Hempel, Diane Montgomery, Aurida Ouchenir, Michael Kellner, Verena Frings, Stephanie Gerth, Annegret Bredemeier, Roswitha Welter, Petra Beer-Michaud, Anna Sundström, Axel Christian Funke

第十二排：Tanja Kreisel, Dr. Marianne Waldmann-Laue, Dr. Rainer Simmering, Dr. Andrea Sättler, Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Oliver Baldauf, Kate Yeo, Emiliano Mroue, Giannicola Fazia, Pranee Chamroensrisakul

第十三排：Dr. Marc-Steffen Schiedel, Holger Scheufen, Dr. Simone Siebeke, Laurent Le Dur, Stefan Krzikawski, Julia Kirchheim, Michael J. Starzman, Kiem Ho, Petra Spallek

最后一排：Siiri Odrats-Koni, Michael J. Terhardt, Dr. Christian Hebel, Robert Risse



A Brand like a friend