



# **TRANSFORMATION** FOR **GOOD**

HENKEL SUSTAINABILITY MANIFESTO 2030+

Henkel

# ES LIEGT AN UNS

Wir leben in Zeiten des Wandels und der Veränderung – für uns Menschen und die Natur. Es ist wichtiger denn je, dass wir jetzt handeln.

Wir müssen Unsicherheiten als Möglichkeiten und Herausforderungen als Chancen sehen. Wir müssen uns unserer Verantwortung stellen und eine treibende Kraft für Fortschritt sein.



Henkel





# WEIL WIR

Nachhaltigkeit ist vielfältig und komplex. Wir bei Henkel sind in einer einzigartigen Position, um die Themen anzugehen: Wir können auf viele Jahrzehnte der Verantwortung für Mensch und Umwelt zurückblicken. Uns vereinen führende Marken für Verbraucher:innen und industrielle Lösungen. Wir sind ein „Global Player“ mit lokalen Wurzeln.

# ES

Unsere tiefe Verankerung in der Wissenschaft, insbesondere der Forschung und Entwicklung, hilft uns dabei, Prozesse in ihrem Kern zu verstehen und Potenziale für Veränderungen zu identifizieren. Unser hoher Anspruch an die Qualität und Leistung unserer Produkte treibt uns dabei kontinuierlich an. Darüber hinaus helfen uns unsere zahlreichen Berührungspunkte mit Verbraucher:innen und Kunden weltweit, innovative Produkte zu entwickeln.

# KÖNNEN



Henkel

# FOR THE GOOD

## OF GENERATIONS

Unser Unternehmenszweck lautet „**Pioneers at heart for the good of generations**“. Pionier zu sein bedeutet, den Weg zu weisen. Neue Richtungen einzuschlagen. Und mutig nach bahnbrechenden Lösungen zu suchen. Deshalb liegt Nachhaltigkeit im Kern unseres Selbstverständnisses – als wahre Pioniere.

Sie ist auch ein zentrales Element unserer Vision für die Zukunft. Wir sind davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit, neben **Innovationen** und **Digitalisierung**, für die Erreichung von Wettbewerbsvorteilen und das Wachstum unseres Geschäfts von zentraler Bedeutung ist.







# WANDEL

## DURCH TATEN

Es ist unser klares Ziel, einen wesentlichen Beitrag für die Menschen und unsere Natur zu leisten. Wir haben bereits wesentliche Fortschritte erzielt, um Effizienz, eine Kreislaufwirtschaft und den sozialen Fortschritt voranzutreiben. Wir wissen, dass wir ambitionierter handeln müssen und werden dies auch tun. Zusammen mit unseren Partnern werden wir einen tiefgreifenden Wandel vorantreiben.

Wir sind uns bewusst, dass das nicht einfach ist. Aber: Wir sind entschlossen, uns zu verbessern und anzupassen, um weiterhin agil und innovativ zu sein.



## NATUR

Wir streben eine kreislauforientierte und klimaneutrale Zukunft und die Regeneration der Natur an.



KLIMA



KREISLAUFWIRTSCHAFT



NATÜRLICHE RESSOURCEN



## GEMEINSCHAFT

Wir tragen aktiv dazu bei, dass Menschen ein besseres Leben führen können, mit unserem Unternehmen und unseren Marken.



CHANCENGERECHTIGKEIT



BILDUNG



WOHLERGEHEN

UNSERE 2030+ SUSTAINABILITY AMBITION

## TRANSFORMATIONAL IMPACT FOR THE GOOD OF GENERATIONS

PRODUKTE | MENSCHEN | PARTNERSCHAFTEN



## PARTNER

Wir sind der Produktqualität und -sicherheit verpflichtet und sichern dabei den unternehmerischen Erfolg durch Integrität.



LEISTUNG



TRANSPARENZ



ZUSAMMENARBEIT

Henkel



## NATUR

Wir streben eine kreislauforientierte und klimaneutrale Zukunft und die Regeneration der Natur an.



## KLIMA

**Ein klimaneutrales Unternehmen werden durch Dekarbonisierung unserer Prozesse und Rohstoffe.**

Klimapositiv in unserer Produktion (2030) und „Net-Zero“-Pfad für unsere Scope 3-Emissionen (nach den Richtlinien der SBTi) entwickeln.

-30% CO<sub>2</sub>-Emissionen von Rohstoffen und Verpackungen pro Tonne Produkt (2030; vs. 2017).

-100 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> mit Kunden, Verbraucher:innen und Lieferanten (2016 – 2025).



## KREISLAUFWIRTSCHAFT

**Geschlossene Materialkreisläufe durch unsere Produkte, Verpackungen und Technologien fördern.**

>30% Anteil an recyceltem Kunststoff für Konsumgüterverpackungen (2025).

100% der Verpackungen für Recycling oder Wiederverwendbarkeit konzipieren (2025).

-50% Produktionsabfall pro Tonne Produkt (2025; vs. 2010).



## NATÜRLICHE RESSOURCEN

**Die Biodiversität mit Fokus auf Wälder, Land und Wasser schützen und wiederherstellen sowie natürliche Ressourcen verantwortungsvoll nutzen.**

-35% Wasserverbrauch pro Tonne Produkt (2025; vs. 2010).

100% Palm(kern)öl, dessen verantwortungsvolle Beschaffung zertifiziert oder extern bestätigt ist (2025)

Kreislaufbewirtschaftung von Wasser an relevanten Produktionsstandorten (2030).



## GEMEINSCHAFT

Wir tragen aktiv dazu bei, dass Menschen ein besseres Leben führen können, mit unserem Unternehmen und unseren Marken.

## CHANCENGERECHTIGKEIT

**Diversity, Equity & Inclusion stärken, Menschenrechte achten und bessere Lebensbedingungen gestalten.**

Geschlechterparität über alle Führungsebenen hinweg (2025).

Verbesserung der Lebensgrundlagen von Kleinbauern und -bäuerinnen sowie Schutz der Natur.

## BILDUNG

**Das lebenslange Lernen und die Bildung unterstützen, und Menschen zu mehr Nachhaltigkeit motivieren.**

Ausweitung unserer Bildungsprogramme für die Gesellschaft und unseres freiwilligen gesellschaftlichen Engagements.

Alle Mitarbeiter:innen für Nachhaltigkeit motivieren und aktivieren.

Verbesserung des Lebens von 30 Millionen Menschen weltweit (2010-2030)

## WOHLERGEHEN

**Die Gesundheit und das Wohlergehen fördern und zum sozialen Fortschritt beitragen.**

Gestaltung der Arbeitswelt der Zukunft für das Unternehmen und unsere Mitarbeiter:innen.

Arbeitsplätze +60% sicherer pro eine Million Arbeitsstunden machen (2025; vs. 2010).

>90% der Mitarbeiter:innen durch globale Gesundheitsaktionen erreichen (pro Jahr)





## PARTNER

Wir sind der Produktqualität und –sicherheit verpflichtet und sichern dabei den unternehmerischen Erfolg durch Integrität.



## LEISTUNG

**Verlässlich erstklassige Produktqualität und -sicherheit bieten – als Grundlage für unseren Geschäftserfolg.**

Jedes neue Produkt leistet einen Beitrag zur Nachhaltigkeit.

Kunden und Verbraucher:innen ein umfassendes Nachhaltigkeitsprofil unserer Produkte zur Verfügung stellen (2025).

Dreimal effizienter werden (2030; vs. 2010) – Faktor 3.



## TRANSPARENZ

**Nachhaltigkeit in unsere Unternehmensführung integrieren, mit transparenter Berichterstattung, Offenlegung und Engagement.**

100% Transparenz und Nachverfolgbarkeit für Palm(kern)öl (2025).



## ZUSAMMENARBEIT

**Verantwortungsvolle Geschäftspraktiken überall anwenden und gemeinsam mit unseren Partnern nachhaltig handeln.**

Verpflichtung zu 100% verantwortungsvoller Beschaffung zusammen mit unseren Partnern.



# HEUTE *INNOVATIV SEIN*

Wir können nicht warten. Wir sind bereits auf dem Weg, unsere mittelfristigen Ziele zu erreichen: Mit Investitionen und Innovationen werden wir konkrete Maßnahmen und messbare Fortschritte in unserem Geschäft und entlang unserer Wertschöpfungskette vorantreiben.



# UM DAS MORGEN *ZU VERÄNDERN*

Als Pioniere denken wir bereits einen Schritt weiter: an neue Ambitionen für 2030 und darüber hinaus. Sie spiegeln unsere Lebens- und Denkweise in einer sich ständig verändernden Welt wider. Das bedeutet, schneller und weiter zu gehen, basierend auf neuen Technologien und Lösungen. Und da, wo wir die größte Einflussmöglichkeit haben, Chancen aufzudecken.



Henkel



NATUR



GEMEINSCHAFT



PARTNER



# HIGHLIGHTS 2030+



## **Klimapositive Produktion bis 2030**

und „Net-Zero“-Pfad für unsere Scope 3-Emissionen (nach den Richtlinien der SBTi) entwickeln.



## **Kreislaufbewirtschaftung von Wasser**

und Abfallstoffen der Produktion bis 2030.



## **Geschlechterparität auf allen Führungsebenen**

bis 2025.

Henkel



# EIN UNTERNEHMEN. EINE AMBITION.

Jetzt liegt es an uns allen, unsere Strategie umzusetzen. Dabei bringen wir verschiedene Perspektiven für eine gemeinsame Ambition zusammen: Wir wollen einen Wandel zum Wohle jetziger und zukünftiger Generationen herbeiführen. In unseren Geschäftsbereichen und unserem globalen Netzwerk.



Henkel

# VOM PRODUKT ZUR MÖGLICHKEIT.

Wir setzen unsere Ambitionen durch unsere Produkte und Marken in die Tat um. Dabei suchen wir ständig nach Wegen um das, was bereits gut ist, für unsere Verbraucher:innen noch besser zu machen.

Wir werden den Wandel auch in anderen Industriezweigen durch unsere fortschrittlichen Technologien und Lösungen in Zusammenarbeit mit unseren Kunden beschleunigen.

Wir können so im ständigen Austausch mit unseren Mitarbeiter:innen und Partnern etwas Gutes bewirken.

Henkel



TRANSFORMATIONAL IMPACT FOR THE GOOD OF

# GENERATIONS

Diese Reise wird gleichermaßen wichtig und herausfordernd sein. Wir versprechen, hart daran zu arbeiten, Hindernisse in dieser komplexen und sich ständig verändernden Welt vorherzusehen und ihnen einen Schritt voraus zu sein. Wir stellen uns den Herausforderungen und finden neue Wege, um positive Beiträge zu erzielen. Und wir versprechen, weiterhin ein aktiver Treiber dieser **Transformation** zu sein.